

ზორანა ჯორბაძე  
ხათუნა ამაღლოვალი

# ჯორჯიანის სოციოლოგიური თეორიები



სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

შორენა კორტავა  
სათუნა აბაღლოძე

კომუნიკაციის  
სოციოლოგიური თეორიები

პირველი გამოცემა



გამომცემლობა „უნივერსალი“  
თბილისი 2018

კომუნიკაციის სოციოლოგიური თეორიებისადმი მიძღვნილი მოცემული წიგნი შედგება სამი ნაწილისაგან. პირველ ნაწილში, რომელიც, თავის მხრივ, შედგება შვიდი ქვეთავისაგან, განხილულია კომუნიკაციის ზოგადი თეორიები. მეორე ნაწილი (მოიცავს სამ ქვეთავს) ეთმობა კომუნიკაციის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს სახეს, მასობრივ კომუნიკაციას და ინფორმაციულ ტექნოლოგიებს. ავტორები უღმავდებიან ინფორმაციული ტექნოლოგიების ზეგავლენას საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე. მესამე ნაწილი სრულიად ეთმობა დასავლურ სივრცეში არსებულ კომუნიკაციის სოციალურ თეორიებს კომუნიკაციის შესახებ. მესამე ნაწილის ფარგლებში დამუშავებულია დომენიკ კოლას, აბრაამ მოლის, იურგენ შაბერმასის, დევიდ მაიერსის და როჯერ ბელის ორიგინალური შეხედულებები.

წიგნი განკუთვნილია სოციოლოგიის (ასევე საზოგადოებასთან ურთიერთობის) სპეციალობით სტუდენტებისთვის, მედიისა და კომუნიკაციის სოციოლოგიის სალექციო კურსისათვის, მოცემული საკითხებით დაინტერესებული ფართე წრისათვის.

რედაქტორი – მარინა მუსხელიშვილი

რეცენზენტი – ნინო სოზაშვილი

© შ. კორტავა, ხ. ამაღლობელი, 2018

გამომცემლობა „**უნივერსალი**“, 2018

თბილისი, 0179, ი. ჯავახიშვილის გამზ. 19, ☎: 2 22 36 09, 5(99) 17 22 30  
E-mail: universal505@gmail.com; universal@internet.ge

ISBN 978-9941-26-200-5

# სარჩევი

წინასიტყვაობა .....	5
<b>I. კომუნიკაციის ზოგადი თეორია .....</b>	<b>7</b>
1.1. კომუნიკაციის ცნება და ამოსავალი პრინციპები.....	7
1.2. კომუნიკაციის სახეები.....	24
1.3. კომუნიკაციური გარემო და კომუნიკაციური დისკურსის სახეები .....	31
1.4. კომუნიკაციის ფუნქციები .....	37
1.5. სოციალური ურთიერთქმედების შესახებ სოციოლოგიაში არ- სებული ზოგადი მოსაზრებები.....	47
1.6. ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციები .....	68
1.7. კომუნიკაციის უნარის პროფესიულ პრაქტიკაში გამოყენება .....	107
<b>II. მასმედია, ინფორმაციული ტექნოლოგიები და მათი ზეგავლენა საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე .....</b>	<b>132</b>
2.1. მასობრივი კომუნიკაცია. ....	132
2.2. მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების სოციოდინამიკური თეორია – აბრაამ მოლის მიხედვით .....	146
2.3. ინფორმაციული ტექნოლოგიების ზეგავლენა ინდივიდუალურ და მასობრივ ცნობიერებაზე.....	156
<b>III. კომუნიკაციის სოციოლოგიური თეორიები.....</b>	<b>185</b>
3.1. საზოგადოება – კომუნიკაციათა ერთობლიობა.....	185
3.2. კომუნიკაციის წესები – დომენიკ კოლას მიხედვით.....	201
3.3. ექსკურსი სოციოლოგიისტიკაში როჯერ ბელის მიხედვით.....	214

3.4. ენა, ენობრივი კოდები და მნიშვნელობების წარმოება.....	239
3.5. კომუნიკაციის „ნებსითი“ და „უნებლიე“ პათოლოგიები.....	255
3.6. ურთიერთქმედება – აგრესია და ალტრუიზმი – დევიდ მაიერსის მიხედვით.....	280
ბიბლიოგრაფია.....	313

## წინასიტყვაობა

კომუნიკაციას სოციალურ პროცესთა შორის ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი უჭირავს. ის არის ადამიანების, ჯგუფების, ხალხთა, სახელმწიფოთა ურთიერთქმედების აუცილებელი ელემენტი. კომუნიკაციის პროცესში ხორციელდება ინფორმაციის, გრძნობების, შეფასებების, მნიშვნელობების, საზრისის, ღირებულებების და სხვათა ურთიერთგადაცემა. კომუნიკაცია (communicare) ლათინური სიტყვაა და ნიშნავს შეტყობინების გადაცემას. სოციალურ ერთობათა, სოციალურ სისტემათა, ინსტიტუტების და ორგანიზაციების კონსტრუირება შეუძლებელია კომუნიკაციის გარეშე. ასევე კომუნიკაციის გარეშე შეუძლებელია სოციალურისა და სოციუმის, როგორც ასეთის არსებობა. კომუნიკაცია საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა ასპექტს, სოციალურ ჯგუფებსა და ცალკეულ ინდივიდებს განმსჭვალავს. სოციალური ცხოვრების ნებისმიერი გამოკვლევა კომუნიკაციის ამა თუ იმ ფორმას შეეხება.

კომუნიკაციას მრავალი მეცნიერება სწავლობს. მათ შორის სოციოლოგია, ფსიქოლოგია, პოლიტოლოგია, კომუნიკაციის თეორიები. კომუნიკაციის განსხვავებული სახეები არსებობს: მასობრივი, პიროვნებათაშორისი, ორგანიზაციული, ჯგუფური და სხვა. მოცემული მოვლენის მრავალგვარობასთან დაკავშირებით აღმოცენდება მასალის გადარჩევის სირთულე, რომელიც დაკავშირებულია სოციოლოგიის შესაბამის ინტერესებთან, სოციოლოგიური ანალიზის ტრადიციებთან.

კომუნიკაცია ესაა სიმბოლოთა ხარჯზე (იქნება ეს სიტყვები, სურათები, გრაფიკა თუ რაიმე სხვა) ინფორმაციის, იდეის, ემოციის, სიახლეთა და ა.შ. გაზიარება. კომუნიკაცია ესაა პროცესი, რომელიც სამყაროს ცალკეულ ნაწილებს ერთმანეთთან აკავშირებს. კომუნიკაციის დროს საყოველთაოდ ცნობადი ხდება ის, რაც ადრე ერთის ან რამდენიმეს მონოპოლიას წარმოადგენდა. კომუნიკაცია ესაა მექანიზმი, რომლის მეშვეობითაც ხორციელდება ძალაუფლება.

ზოგიერთი სოციოლოგი, მაგალითად ნიკლას ლუმანი, კომუნიკაციის მნიშვნელობას იქამდეც აიყვანს, რომ საზოგადოებას წარმოგვიდგენს საერთოდაც კომუნიკაციების ჯამად, რომლებიც ერთმანეთს ცვლიან დროში. კომუნიკაციურ უნარჩვევებს ჩვენს საზოგადოებაში თვლიან წარმატების ერთ-ერთ სანინდრად. შექმნილია ფსიქოლოგიური სერვის-ცენტრები კომუნიკაციური უნარ-ჩვევების

დასახვეწად და შესაბამისად სოციალური კაპიტალის მოსაპოვებლად. ნაშრომები კომუნიკაციის სოციოლოგიურ, გნებავთ სოციალურ თეორიებზე ქართულ სივრცეში ნაკლებად ხელმისაწვდომია, ხშირ შემთხვევაში მათი არარსებობის გამო. კომუნიკაციის სოციოლოგიური ანალიზი ცალკეულ ავტორთა ნაშრომებში ქვეთავის სახით გვხვდება. არ არსებობს კომუნიკაციის ე.წ. ანთოლოგია.

ყოველივე ზემო თქმულიდან და საკითხის აქტუალობიდან გამომდინარე, საჭიროდ ჩავთვალეთ შეგვექმნა წიგნი, რომელშიც გაერთიანებული იქნებოდა როგორც კომუნიკაციის ზოგადი თეორიები, ასევე კომუნიკაციის შესახებ დასავლურ სივრცეში არსებული კომუნიკაციური თეორიები, რომელიც იმავდროულად მოერგებოდა კომუნიკაციის შესახებ სალექციო კურსს.

წიგნზე მუშაობის პროცესში გამოიკვეთა ის ძირითადი ტენდენციები, რომლის გათვალისწინებითაც წიგნმა მიიღო ერთიანი და სრულყოფილი სახე.

კომუნიკაციის სოციოლოგიური თეორიებისადმი მიძღვნილი მოცემული წიგნი შედგება სამი ნაწილისაგან. პირველ ნაწილში, რომელიც, თავის მხრივ, შედგება შვიდი ქვეთავისაგან, განხილულია კომუნიკაციის ზოგადი თეორიები. მეორე ნაწილი (მოიცავს სამ ქვეთავს) ეთმობა კომუნიკაციის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს სახეს, მასობრივ კომუნიკაციას და ინფორმაციულ ტექნოლოგიებს. აქვე ჩავუღმავდით ინფორმაციული ტექნოლოგიების ზეგავლენას საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე. მესამე ნაწილი სრულიად ეთმობა დასავლურ სივრცეში არსებულ კომუნიკაციის სოციალურ თეორიებს კომუნიკაციის შესახებ. მესამე ნაწილის ფარგლებში დამუშავებულია დომენიკ კოლას, აბრაამ მოლის, იურგენ ჰაბერმასის, დევიდ მაიერსის და როჯერ ბელის ორიგინალური შეხედულებები.

ავტორები ვიმედოვნებთ, რომ წიგნი საინტერესო და სასარგებლო იქნება როგორც სოციალური მეცნიერებების ფაკულტეტის სტუდენტების, ასევე, ზოგადად კომუნიკაციის საკითხით დაინტერესებული მკითხველისათვის.

პრობლემის აქტუალობიდან გამომდინარე გაჩნდა წიგნის მეორე გამოცემის საჭიროება. მეორე გამოცემის კონტურები უკვე გამოიკვეთა. წიგნი თავის თავში გააერთიანებს კომუნიკაციის დარგში მომუშავე ისეთ ავტორებს, როგორებიცაა ჟაკ ლაკანი, მანუელ კასტელსი, ჯონ კინი, დერენ ლილეკერი და შესაძლოა კიდევ რამდენიმე სხვა. მოსალოდნელია მედიისთვის განკუთვნილი ნაწილის გაფართოვება.

# I. კომუნიკაციის ზოგადი თეორია

## 1.1. კომუნიკაციის ცნება და ამოსავალი პრინციპები

სიტყვა კომუნიკაცია წარმოსდგება ლათინური სიტყვიდან “communicare” და ნიშნავს ვაკეთებ საერთოს, ვაკავშირებ, ვურთიერთობ. ადამიანთა სოციუმში კომუნიკაციაში იგულისხმება ურთიერთობა, იდეების, ცოდნის, გრძნობების გაცვლა; უფრო სწორად: ჩვენ გვსურს ვინმესთან იდეების, გრძნობების გაზიარება. ამერიკელმა ფიზიკოსმა და ფილოსოფოსმა თ.კუნმა კომუნიკაციის გააზრების ორგვარი ხედვა შემოგვთავაზა: მექანიკური და შემოქმედებითი. 1. მექანიკურ პარადიგმაში კომუნიკაციაში იგულისხმება ერთმიმართულებიანი ინფორმაციის კოდირებისა და გადაცემის პროცესი, რომელიც მიემართება ინფორმაციის წყაროდან შეტყობინების მიმღებისაკენ ანუ ადრესატისაკენ. 2. შემოქმედებით პარადიგმაში კომუნიკაცია მოიაზრება როგორც კომუნიკაციის პროცესში ჩართულ მონაწილეთა ერთობლივი მოღვაწეობა, რომლის დროსაც გამომუშავდება საგნებისადმი საერთო ხედვა და მოქმედების ერთიანი სქემა.

პირველი ხედვისთვის არსებითია ადამიანის გააზრება როგორც მექანიზმის, რომლის შემოქმედება შეიძლება აღინეროს ძირითადი წესებით მაშინ, როცა მეორე ხედვისთვის არსებითია პროცესუალობა, კონტექსტუალობა. ბუნებრივია, მეორე მიდგომა უფრო ახლოსაა რეალურ ცხოვრებასთან და უფრო ჰუმანურია.

კომუნიკაციას მარტოოდენ ადამიანთა სოციალურ სისტემაში არ ვხვდებით. გარკვეული სახის კომუნიკაცია დამახასიათებელია როგორც ცხოველებისათვის (ჩიტების საქორწილო ცეკვა, ფუტკრების ენა, დელფინებისა და ძაღლების „საუბარი“ და ა.შ.), ისე თავად ადამიანის მიერ შექმნილი საგნებისთვისაც (ტრანსპორტის, ტელეგრაფისა და ტელეფონის სიგნალები, კომპიუტერების „ურთიერთკავშირი“ ინტერნეტში და ა.შ.)<sup>1</sup>. ადამიანთაშორისი კომუნიკაციის დროს საუბარი უპრიანია კომუნიკაციის სახეების, საშუალებების, მონაწილეებისა და სხვათა შესახებ. თავად კომუნიკაცი-

---

<sup>1</sup> აღსანიშნავია, რომ აქ არ შემოდის ის ურთიერთობა, რომელსაც ადამიანი ანხორციელებს ამ მექანიზმების მეშვეობით.



ის პროცესი აუცილებლობით გულისხმობს სამ კომპონენტს: „1.რეალობა/ვითარება, რომელიც ასეთი ან, შესაძლოა სხვაგვარიც ყოფილიყო; 2. კომუნიკატორი, რომელიც გადასცემს გზავნილს/მესიჯს ამ რეალობის/ვითარების შესახებ; 3. მიმღები, რომელმაც შესაძლოა გაიგოს ან ვერ გაიგოს ეს გზავნილი/მესიჯი“<sup>2</sup>. ამ საკითხს ჩვენ ქვემოთ კიდევ ერთხელ მივუბრუნდებით.

ამდენად, ტრადიციულად ადამიანთა შორის კომუნიკაცია მოი-აზრება როგორც ინფორმაციის გაცვლა, ზოგადად, სიმბოლოების, კონკრეტულად კი – ენობრივი ნიშნების, ერთიანი სისტემის მეშვე-ობით.

ცოდნის ამ სფეროს ფორმირება იწყება უძველესი დროიდან, თუმცა კომუნიკაციის პრობლემისადმი ინტერესი განსაკუთრებით აქტუალური გახდა XX საუკუნეში. იგი გასცდა ენათმეცნიერებისა და ფსიქოლოგიის ფარგლებს; უფრო მეტიც, ფსიქოლინგვისტიკა-საც და სოციოლინგვისტიკასაც. ურთიერთქმედების მოდელირე-ბის პრობლემა როგორც მანქანისა მანქანასთან, ასევე ადამიანისა ადამიანთან და ადამიანისა მანქანასთან, გახდა კიბერნეტიკის რო-გორც მართვის მეცნიერებისა და ხელოვნური ინტელექტის თეო-რიის განხილვის საგანი. ინფორმაციისა და კავშირების საშუალე-ბათა განვითარებამ მიგვიყვანა მასობრივ კომუნიკაციათა საშუა-ლებებამდე, ხოლო წარმოებითი ურთიერთობების სრულყოფამ სა-კითხი კომუნიკაციის მენეჯმენტის სფეროში დააყენა. ასე, რომ დღეს უკვე კომუნიკაციური პროცესების კვლევა წარმოადგენს კა-ცობრიობის ერთ-ერთ აქტუალურ და გლობალურ საკითხს.

ტონი ლოუსონი და ჯოან გეროდი მათ მიერ შედგენილ სოციო-ლოგიის ლექსიკონში (Тони Лоусон, Джоан Гэррод, Социология, Словарь-Справочник, Москва, Издательство Гранд, 2000) წერენ: კო-მუნიკაცია ესაა ინფორმაციის გადაცემა ინდივიდებს ანდა ჯგუფ-ებს შორის – ადამიანური ყოფის საფუძველმდებარე განსაკუთ-რებულობა. ადამიანები ურთიერთობენ უფრო აქტიურად, ვიდრე ცხოველები, იყენებენ რა ამ დროს ვერბალურ საშუალებებს და ასევე სიმბოლოებს. მასობრივ აუდოტორიასთან საკონტაქტოდ ისინი გამოიჩევიან ტექნოლოგიური მიღწევების გამოყენების უნარით.

---

<sup>2</sup> მარინე ვეკუა, ჟილ რუე, ჟურნალისტიკა. გვ.107

შევჯერდეთ, იმაზე, რომ კომუნიკაციური პროცესი ესაა ინფორმაციის გადაცემა ერთი ადამიანიდან მეორეზე ანდა ადამიანთა ჯგუფებს შორის სხვადასხვა არხებით და სხვადასხვა კომუნიკაციური საშუალებების დახმარებით (ვერბალური, არავერბალური და სხვა). ამ პროცესმა შეიძლება შეიძინოს განსხვავებული ფორმები იმისდა მიხედვით, როგორია მონაწილეთა რაოდენობა, საშუალებები, სტრატეგია და დანარჩენი, აქედან გვაქვს კომუნიკაციის მოდელების დიდი რაოდენობა, რომლებიც წარმოდგენილია სამეცნიერო და სასწავლო ლიტერატურაში. მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ, რომ კომუნიკაციისტიკაში მოდელები გამოიყენებიან ორი აზრით: პირველ შემთხვევაში, როგორც კვლევითი მიდგომა, რომლის ძირითადი მიზანიც არის კომუნიკაციური პროცესების ახსნა; მეორე შემთხვევაში, კი როგორც სქემატიზირებული, გამარტივებული ასახვა რეალური კომუნიკაციური პროცესისა, რომელიც აუცილებელია როგორც ინსტრუმენტი, პირველ რიგში ორიენტირებული მოდელირებული პროცესის მართვაზე. უკანასკნელი შემთხვევის დროს მოდელი გამოდის ალგორითმის სახით, რომლის ჩარჩოებშიც მოცემული პროცესი კიდევაც ხორციელდება.

კომუნიკაციისტიკის არსენალში დიდი რაოდენობის მოდელებია, რომელთაგან თითოეულიც ასახავს სტრუქტურას, ელემენტებს და დინამიკას კომუნიკაციის პროცესისა. განვიხილოთ ზოგიერთი მოდელები, მეტად მნიშვნელოვანი კომუნიკაციის პროცესის შესაწავლად. უმეტესობა მათგანი შეიქმნა მე-20 საუკუნეში. მაგრამ პირველი ცნობილი მოდელი ჯერ კიდევ არისტოტელეს მიერ იყო შემოთავაზებული.

არისტოტელეს მოდელი: “რიტორიკაში“ ძველი ბერძენი ფილოსოფოსი წერდა, “მეტყველება (საუბარი) წარიმართება სამი ელემენტისაგან: თავად ორატორი, საგანი, რომელზეც ის საუბრობს, და პირი, რომელსაც ის მიმართავს; ის არის სწორედ სასრულო მიზანი ყოველივესი (მე ვგულისხმობ მსმენელს) /არისტოტელე. პოეტიკა. რიტორიკა/. ანტიკური, უპირატესად ზეპირი კულტურის პირობებში პირველ პლანზე ბუნებრივია იდგა საორატორო ხელოვნება. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ არისტოტელეს დროს ორატორის სიტყვა განკუთვნილი იყო არა მხოლოდ წარმოსათქმელად, არამედ საკითხავადაც. ამის თაობაზე არისტოტელე “რიტორიკაში“ სპეციალურად გვამცნობს, როცა აღნიშნავს წერიტი მეტყველების თვითკმარობას. ამრიგად, მოცემული მოდელი უნივერსალურია – ის ასახავს კომუნიკაციურ აქტს როგორც ზეპირ, ასევე

წერით ფორმებში. აქ აქტში გამოიყოფა კომუნიკაციის სამი ძირითადი ელემენტი:

ორატორი – ორატორის “სიტყვა” – მსმენელი

ეს მოდელები, თუმცაღა შეცვლილი სახით, კვლავინარმოება კომუნიკაციის ქვემორე მოდელებში. რიტორიკის ხელოვნების ბერძნული ტრადიცია გაგრძელებას პოვებს შუა საუკუნეებში და პრაქტიკულად უცვლელი რჩება მე-20 საუკუნემდე. მხოლოდ მასობრივი კომუნიკაციის გაგრძელებასთან ერთად – ისეთების, როგორცაა რადიო, კინო, ტელევიზია – და პროპაგანდის მეთოდების სრულყოფის საჭიროებით შეიცვალა ეს კლასიკური მოდელი.

რადგან კომუნიკაციის და კომუნიკაციური პროცესის განმარტება მრავალია, ამ მოვლენის უკეთესად გააზრების მიზნით, გამოყენებულ იქნა მოდელირების მეთოდი, რაც გულისხმობს ერთი ობიექტის მახასიათებლების კვლავინარმოებას მეორის დახმარებით. კომუნიკაციის მოდელი აღადგენს კომუნიკაციური პროცესის შემადგენელ ელემენტებს და ფუნქციონალურ მახასიათებლებს სქემის სახით. რა თქმა უნდა, მოდელის შინაარსი დამოკიდებულია ჯერ–ერთი, იმ მეცნიერის კონცეფციაზე, რომელმაც ეს მოდელი შექმნა, მეორე მხრივ, მეცნიერების იმ სფეროს მოთხოვნებზე, რომლის წიაღშიც ის აღმოცენდა. და, რაც მთავარია, არ უნდა დავავიწყდეს, რომ მოდელებს კი არ აღმოაჩენენ, არამედ მათ ქმნიან, ამუშავებენ. მართალია, მოდელი კვლავინარმოებს მოდელირებული ობიექტის ზოგიერთ მახასიათებელს, თუმცა ის არც „სინამდვილის ასახვას“ წარმოადგენს და მით უფრო, არც თავად სინამდვილეს. მკვლევარს მოდელი სჭირდება იმისათვის, რათა უკეთ მოახდინოს ორგანიზება როგორც საკუთარი აზრებისა რეალობაზე, ისე ამ რეალობასთან საკუთარი ქმედებებისა. აქედან გამომდინარე, კომუნიკაციის მოდელები შეიძლება დაიყოს მექანიკურ ანუ ხაზობრივ და არამექანიკურ ანუ არახაზობრივ მოდელებად.

ჰ. ლასველის<sup>3</sup> კლასიკური ფორმულა გარკვეული აზრით, კომუნიკაციის შემცირებულ მოდელს წარმოადგენს. ეს მოდელი სქემის სახით ასე იშლება:

---

<sup>3</sup> Harold Dwight Lasswell (1902 – 1978) – ამერიკელი პოლიტოლოგი, თანამედროვე პოლიტოლოგიისა და სოციოლოგიაში ჩიკაგოს სკოლის ერთ-ერთი

Who? – ვინ?	Says what? – რას ვატყობინებ?	In what channel? – რა არხით?	To whom? – ვის?	With what effect? – რა ეფექტი?
კომუნიკატორი	შეტყობინება	არხი	მიმღები	შედეგი
მართვის კვლევა	შემადგენლობის კვლევა	გარემოს კვლევა	აუდიტორიის კვლევა	ეფექტების კვლევა

მოდელის ავტორი გამოყოფს რა კომუნიკაციური აქტის მონაწილეებსა და ელემენტებს: კომუნიკატორს, შეტყობინებას (ინფორმაციას), არხს, მიმღებს და შედეგს, ამის შემდეგ დასახავს მონაწილეთა როლებთან შესაბამისობაში კომუნიკაციის კვლევის სფეროს:

1. მართვის კვლევა;
2. კომუნიკაციის შინაარსობრივი მხარის კვლევა;
3. კომუნიკაციური გარემოს კვლევა;
4. აუდიტორიის კვლევა;
5. კომუნიკაციური ზემოქმედების (მიღებული ეფექტის) კვლევა.

ძალიან საინტერესო მოდელი შემოგვთავაზებს მე–20 საუკუნის ორმოციან წლებში ამერიკელმა მატემატიკოსებმა კ. შენონმა და უ. უიფერმა.<sup>4</sup> მოდელი ხუთი ელემენტისგან შედგება:

1. ინფორმაციის წყარო.
2. გადამცემი.
3. გადაცემის არხი;
4. მიმღები;
5. საბოლოო მიზანი.

ყველა ეს ელემენტი განლაგებულია წრფივი თანმიმდევრობით (ხაზობრივი მოდელი). შემდგომში კომუნიკაციის ახალი სახე-

ფუქემდებელი; მოღვაწეობის სხვადასხვა სფეროში ადამიანის ქცევის კვლევისას დისციპლინათაშორისი მიდგომის თეორეტიკოსი; იელის უნივერსიტეტის საპატიო დოქტორი; ნიუ-იორკის პოლიტიკურ მეცნიერებათა ცენტრის დირექტორი.

<sup>4</sup> ამ მოდელმა მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა ინფორმაციის გაცვლასთან დაკავშირებული ბევრი მეცნიერული დისციპლინის განვითარების საქმეში, თუმცა დღეს მას შეზღუდულად მიიჩნევენ.

ების მიერ წარმოქმნილი მოთხოვნების დაკმაყოფილებისათვის მოხდა მოდელის გადახედვა და მას დაემატა მეექვსე კომპონენტი:

1. წყარო;
2. კოდირებული მონაცემები;
3. შეტყობინება;
4. არხი;
5. დეკოდირებული მონაცემები;
6. მიმღები.

კ. შენონმა ზემოთ ჩამოთვლილი ტერმინების გარდა შემოიტანა *ხმაურისა და სიჭარბის* ცნებები ( ხმაურის ცნება შემდგომში დაუკავშირეს *ენტროპიის* ცნებას და პირიქით, *ნეგენტროპიის* ცნებას).

ენტროპია წარმოსდგება ბერძნული სიტყვიდან, შედგება ორი ნაწილისაგან: en – „ში“, „შიგნით“ და trope – „გარდაქმნა“, „გადაქცევა“ და ფიზიკაში ის გამოხატავს სიდიდეს, რომელიც დამახასიათებელია სხეულის ან სხეულთა სისტემის სითბური მდგომარეობისათვის. კომუნიკაციის თეორიაში ენტროპიის ცნება დაკავშირებულია იმ გარეგან ფაქტორებთან, რომლებიც ამახინჯებენ რა შეტყობინებას (მესიჯს/გზავნილს), არღვევენ მის მთლიანობას და მიმღების მიერ ამ შეტყობინების შესაძლო აღქმას. ნეგენტროპიის (უარყოფითი ენტროპია) ცნება დაკავშირებულია იმ შემთხვევებთან, როდესაც არასრული ან დამახინჯებული შეტყობინება მაინც მიღებულია მიმღების მიერ მისი უნარის წყალობით გამოიცნოს შეტყობინება, მიუხედავად ინფორმაციის ნაკლებობისა და დამახინჯებისა.

რაც შეეხება სიჭარბის ცნებას, ეს არის შეტყობინების ელემენტების განმეორება კომუნიკაციური წარუმატებლობის თავიდან ასაცილებლად, ანუ ესაა ენტროპიის საწინააღმდეგო საშუალება და მისი დემონსტრირება ძალიან ხშირად ბუნებრივი ადამიანური ენის მაგალითზე ხდება; შეიძლება დაწერილი თემის რაღაც რაოდენობა მეღნის ლაქით დაისვაროს ან რადიო გამოსვლისას მოხსენების რაღაც პროცენტი წაიშალოს, მიუხედავად ამისა, ალბათობა იმისა, რომ გაიგო ძირითადი არსი, არსებობს.<sup>5</sup> თუმცა აქვე უნდა აღვნიშ-

---

<sup>5</sup> კ. შენონი წერს, რომ უცხო ენის შესწავლა სასურველია არა მხოლოდ სტერილურ პირობებში (მაგ: აუდიტორიაში), არამედ თუნდაც ქუჩის ხმაურის აკომპანირების ქვეშ, ან თუნდაც აქცენტით მოსაუბრე (აქცენტითიც

ნოთ, რომ არსებობს დასაშვები ხმაურის ზღვარი, რომლის იქითაც გაგების შესაძლებლობა მკვეთრად მცირდება.

კ. შენონის მოდელის განონასწორებულობა შევსებულ იქნა უკუ კავშირის (feedback) ცნებით, რომელიც იძლევა შესაძლებლობას კომუნიკაციის პირობებში შეიქმნას ადამიანურ ურთიერთქმედებასთან ახლოს მდგარი რეალური მოდელი. ამ ცნების შემოტანით შენონის მოდელი უფრო დინამიური გახდა.

ბევრი ცნობილი მკვლევარი დიდ ყურადღებას უთმობდა არხს – როგორც შეტყობინების, ინფორმაციის გადამცემს. კომუნიკაციის ცნობილი კანადელი თეორეტიკოსის მარშალ მაკლუჰენის<sup>6</sup> აზრით, თანამედროვე მასობრივი კომუნიკაცია წარმოადგენს უპირატესად ვიზუალურ კომუნიკაციას. მისი მტკიცებით, ინფორმაციის გადაცემის არხი, ხშირ შემთხვევაში, წინასწარ განსაზღვრავს თავად შეტყობინებას. მისი სიტყვები: „The medium is the message“ – „საშუალება არის შეტყობინება“, თანამედროვე ცივილიზაციის დევიზია, სადაც წამყვანი როლი აკისრია კომუნიკაციის ვიზუალურ არხს.

ძალიან საინტერესო მოდელს გვთავაზობს ლინგვისტი რ.ო.იაკობსონი<sup>7</sup>. მისი თეორიის თანახმად: 1. კომუნიკაციის ვერბალურ მოდელში მონაწილეობს ადრესანტი და ადრესატი; 2. პირველიდან მეორესაკენ კოდირებული შეტყობინება მიემართება; 3. ამ მოდელში კონტექსტი კავშირშია შეტყობინების შინაარსთან, გადაცემულ ინფორმაციასთან; 4. კონტაქტის ცნება კავშირშია კომუნიკაციის რეგულაციურ ასპექტთან.

პ.ო.იაკობსონის მოდელი მის სხვადასხვა ვარიანტში გამოიყენება ლინგვისტიკაში როგორც ზოგადად, ენის ფუნქციის ანალიზისას, ისე კონკრეტულად, ტექსტისა და მეტყველების წარმოებისას. ეს მოდელი ტელეოლოგიურია, რადგან გვიჩვენებს ენის და-

---

ხომ ხმაურია, დაბრკოლება სწორად აღქმისათვის) უცხოელთან ურთიერთობისას და ა.შ.

<sup>6</sup> მარშალ მაკლუჰენი (1911 – 1980) – კანადელი ფილოსოფოსი, ფილოლოგი, კომუნიკაციის თეორეტიკოსი; ტორონტოს უნივერსიტეტის პროფესორი.

<sup>7</sup> რ.ო.იაკობსონი (1896 – 1982) – ამერიკელი ლინგვისტი და XX -ე საუკუნის ერთ-ერთი უდიდესი ლინგვისტი; ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორი;

ნიშნულებას, ფუნქციას. კომუნიკაციური პროცესების აღსაწერად იაკობსონის მოდელს იყენებს თანამედროვე სოციოლინგვისტიკა, კომუნიკაციის თეორია და კომუნიკაციის სოციოლოგია.

ზემოთ განხილული ყველა კომუნიკაციის მოდელი მექანიკურ-რი – წრფივი მოდელის სახეს წარმოადგენდა. მისგან განსხვავდება კომუნიკაციის არანრფივი მოდელი, რომელიც დღეს დღეობით საკმაოდ პოპულარულია.

მ. დე ფლერის მოდელი: ნაწილობრივ მონაწილეთა უზუნარობა, გააცნობიერონ რიგ შემთხვევაში გადაცემადი და მიღებული შეტყობინების არდამთხვევის ფაქტი, ხდება მიზეზი ურთიერთობის დროს მრავალი სიძნელისა. ამ აზრმა, რომელიც უკვე ჩადებული იყო შენონი-უივერის მოდელში, მიიპყრო ყურადღება და ჰპოვა შემდგომი განვითარება. მ. დე ფლერის კვლევებში, რომელმაც არსებითი მოდიფიცირება გაუკეთა კომუნიკაციის წრფივ მოდელს. კერძოდ, ის აღნიშნავს, რომ კომუნიკაციურ პროცესში პირველადი იდეა (“მნიშვნელობა”) ტრანსფორმირდება “შეტყობინებაში”, რომელიც არხით ეგზავნება მიმღებს. მიმღები ახდენს “ინფორმაციის” “შეტყობინებაში” დეკოდირებას, რომელიც თავის მხრივ ტრანსფორმირდება დანიშნულების ადგილის იდეაში (“მნიშვნელობაში”). თუკი პირველ და მეორე “მნიშვნელობათა” შორის არის შესაბამისობა, ე.ი. იდეა, აღმოცენებული გამგზავნის ცნობიერებაში, შეესაბამება იდეას, აღმოცენებულს მიმღების ცნობიერებაში, მაშინ კომუნიკაცია შემდგარა. თუმცაღა, დე ფლერის თანახმად, სრული თანხვედრა ერთობ იშვიათია.

დე ფლერის მოდელში გათვალისწინებულია უკმარობა შენონი-უივერის წრფივი მოდელისა. ის ჩაკეტავს ინფორმაციის მიდევნების ჯაჭვს წყაროდან მიმღებამდე უკუკავშირის საჭიდით, რომელიც იმეორებს მთლიან გზას საწინააღმდეგო მიმართულებით, მნიშვნელობის ტრანსფორმაციის ჩათვლით, რასაც ინვესს “ხმაური”. უკუკავშირი კომუნიკატორს საშუალებას აძლევს უკეთ მიუსადაგოს თავისი შეტყობინება საკომუნიკაციო არხს ინფორმაციის გადაცემის ეფექტურობის ასამაღლებლად და ასევე გაგზავნილი და მიღებული შეტყობინების დამთხვევის ალბათობის გასაზრდელად.

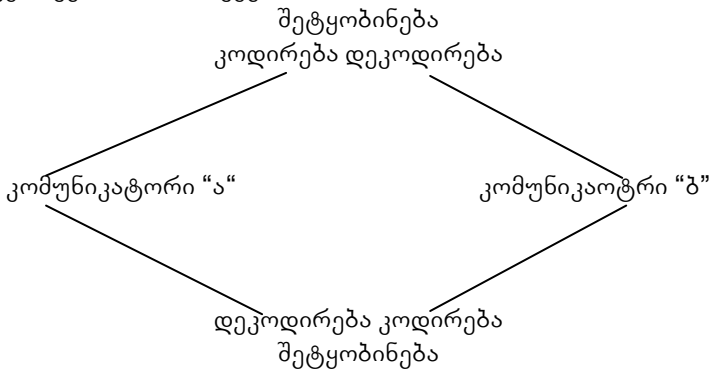
უკუკავშირის ჩართვა მოდელის სრულყოფილებიანი ელემენტის სახით ისეთ ერთგანზომილებიან პროცესებში, როგორცაა ინფორმაციის გავრცელება მასმედიის საშუალებით – ტელევიზია, რადიომაუწყებლობა, პრესა – ერთი შეხედვით პრობლემმატური

გვეჩვენება. თუმცაღა, უნდა განვასხვაოთ უკუკავშირი პირველი რიგისა, როდესაც კომუნიკატორს მის მსვლელობაში შეუძლია პირდაპირი ზემოქმედების მიღწევა და გაშუალებული კავშირი მეორე რიგისა, რომელიც აღმოცენდება ზემოქმედების შედეგების შეფასების შედეგად. უკუკავშირის პრინციპიალური არყოფნა შეიძლება აღინიშნოს მხოლოდ გამონაკლის შემთხვევებში, მაგალითად როდესაც კოსმოსში იგზავნება ზონდები ინფორმაციით არამინიმალური ცივილიზაციებისთვის განკუთვნილი.

კომუნიკაციის ე.წ. ცირკულარული მოდელი: ამ მოდელში ასახულია კომუნიკანტის რეაქცია წყაროს შეტყობინებაზე უკუ ფორმით; სწორედ უკუკავშირი აქცევს კომუნიკაციას ორმხრივ პროცესად (დიალოგად) და თითოეულ მხარეს აძლევს საშუალებას თავისი ქმედებების და მიზნების კორექტირებისა. ცირკულარული (ციკლური) მოდელი კომუნიკაციისა შემოთავაზებული იყო უ. შრამის და ჩ. ოსგუდის შრომებში. შრამი ვარაუდობდა, რომ კომუნიკაციის ნრფივ პროცესად განხილვა იქნებოდა ძალიან დიდი შეცდომა, რომელსაც თითქოსდა აქვს დასაწყისი და აქვს დასასრული. სინამდვილეში ეს პროცესი უსასრულოა; რომ გამოსწორდეს უზუსტობა ნრფივი მოდელებისა, აუცილებელია ხაზი გაესვას კომუნიკაციის ციკლურ ხასიათს, როცა მისი მონაწილეები (წყარო და მიმღები) პერიოდულად იცვლიან როლებს.

ამრიგად, კომუნიკაცია განიმარტება, როგორც კავშირის ორმხრივი პროცესი, როდესაც ინფორმაციის გამგზავნიც და მიმღებიც თანაბარი დოზით ურთიერთქმედებენ ერთმანეთზე, ცვლიან რა შეტყობინებებს, სიგნალებს.

კომუნიკაციის ცირკულარული მოდელი წარმოდგენილი გვაქვს სქემის სახით აქვე:





მოცემულ მოდელზე თვალსაჩინოაა დემონსტრირებული, რომ შეტყობინებების გაცვლისას “წყარო” და “მიმღები” რიგ-რიგობით იცვლიან როლებს, შედეგად კი კომუნიკაცია იქცევა დიალოგად.

მოდელის ავტორები განსაკუთრებულ აქცევდნენ შეტყობინების ინტერპრეტაციის პრობლემას. თუკი მექანიციტური, წრფივი მოდელები (მაგალითად, შენონი-უივერის) პირველ რიგში იყვნენ მიმართული გადაცემადი სიგნალების სიზუსტის გამოკვლევაზე, რაც მიღწევადი იყო არხებში ტექნიკური ხმაურების მინიმიზაციით, ცირკულარულ მოდელში ძირითადი აქცენტი გადაიტანება შეტყობინების ინტერპრეტაციაზე. რამდენადაც თითოეული კომუნიკაციის მონაწილე გადაცემული შეტყობინების აზრის განშიფვრას, “განჯადოებას” უდგება თავისი კრიტერიუმებით, კომუნიკაციურ პროსექტში აღმოცენდება “სემანტიკური ხმაური”. მისი შედეგების მინიმიზირება და კომუნიკაციის უფრო ეფექტურად (შედეგიანად) ქცევა შეიძლება მხოლოდ “უკუკავშირის” მექანიზმების მეშვეობით.

სამეტყველო კომუნიკაციის ორარხიანი მოდელი: რუსმა ფსიქოლოგმა ვ.პ. მოროზოვმა შემოგვთავაზა ორიგინალური მოდელი, რომელშიც კომუნიკაცია წარმოდგენილია როგორც ორარხიანი სისტემა, მაგრამ არა ტექნოლოგიური, არამედ ფსიქოლოგიური გაგებით. მთლიანობაში ის ემხრობა ფართედ გავრცელებული შენონის სქემას, რომელშიც კომუნიკაციის ნებისმიერი სისტემა წარმოადგენს ურთიერთქმედებას შემდეგი ძირითადი ნაწილებისა:

- ინფორმაციის წყარო (მოცემულ შემთხვევაში მოსაუბრე ადამიანი, რომელიც გადასცემს ინფორმაციას);
- სიგნალი, რომელიც არის ინფორმაციის მატარებელი განსაზღვრული კოდირებული ფორმით (მოცემულ შემთხვევაში მეტყველებისა და ხმის აკუსტიკური განსაკუთრებულობის ფორმით);
- მიმღები, რომელიც ფლობს უნარს მოცემული ინფორმაციის დეკოდირებისა (მოცემულ შემთხვევაში სმენით ორგანოებს, ტვინს, ფსიქიკას, რაც არის მსმენელის აღქმის ორგანოები).

თუმცადა, იქონიებდა რა მხედველობაში სიტყვიერი კომუნიკაციის სისტემის ვერბალურ-არავერბალურ ბუნებას და რიგ პრინციპიალურ განსხვავებას არავერბალური კომუნიკაციისა კერძოდ სიტყვიერისგან, მოროზოვი კომუნიკაციას წარმოადგენდა, როგორც ორარხიან პროცესს, რომელიც შედგება ვერბალური, სა-

კუთრივ სიტყვიერი ლინგვისტური და არავერბალური ექსტრალინგვისტური არხებისაგან.

მოცემული მოდელის განსაკუთრებულობა მდგომარეობს ადამიანის ტვინის ფუნქციონალური ასიმეტრიის როლის გათვალისწინებაში, რაც არის ფიზიოლოგიური საფუძველი მეტყველების არავერბალური ფუნქციის ვერბალურისაგან დამოუკიდებლობისა. ასიმეტრიის კვლევებით, რომელიც დაიწყო ჯერაც მე-19 საუკუნეში და გრძელდება დღემდე (მაგალითად, რ. სპერმა ამ საკითხის დეტალური შესწავლისათვის 1981 წელს მიიღო ნობელის პრემია) დადასტურებულია ტვინის მარცხენა ნახევარსფეროს წამყვანი როლი ვერბალური ფუნქციის უზრუნველყოფაში. ამასთან, რიგი თანამედროვე უცხოური შრომებისა, მათ შორის მოროზოვისაც, მოწმობენ წამყვან როლზე ტვინის მარჯვენა ნახევარსფეროსი არავერბალური ინფორმაციის გადამუშავებაში.

ამ გარემოებამ ასახვა ჰპოვა თეორეტიკულ მოდელში, კომუნიკაციის სისტემის ყველა რგოლში ვერბალურ და არავერბალურ არხებად დაყოფის სახით. დასაწყისში (წყარო, “სიტყვა”, სიგნალი), შუალედურში (აკუსტიკური სიგნალი) და სასრულოში (მიმღები, მსმენელი). ამრიგად, ვერბალური (საკუთრივ ლინგვისტური) და არავერბალური (ექსტრალინგვისტური) არხები გაშუალებული აღმოჩნდებიან სიტყვიერი კომუნიკაციის ყველა რგოლში.

ვერბალურ და არავერბალურ არხებს შორის შეინიშნება მჭიდრო ურთიერთკავშირი და ურთიერთსწრფავა. მაგალითად, კეთილი სიტყვები წარმოთქმული ნიშნისმოგებით, კარგავენ კეთილ ზეგავლენას, შინაარსს.

ორსაფეხურიანი კომუნიკაციის მოდელი შემუშავებული იყო ბ. ბერელსონისა და გ. გოდეს მიერ მასობრივი კომუნიკაციის კვლევების მსვლელობაში. მათ ყურადღება მიაქციეს ერთ ერთობ საინტერესო კანონზომიერებას. ინფორმაციის ზემოქმედება, რომელიც მოსახლეობას მედიის საშუალებით მიეწოდება, გარკვეული დროის მერე კი არ მცირდება, არამედ იზრდება. კვლევებმა აჩვენა, რომ პრესით, რადიოთა და ტელევიზიით მიღებული ინფორმაცია მასობრივი აუდიტორიის მხრიდან გადამუშავდება არა უმაღლვე, არამედ გონივრული დროის შემდეგ „შეხედულებათა ლიდერების“ ზეგავლენით. აღმოჩენილმა მოდელმა მოგვცა საშუალება მედიის მოღვაწეობის არსებითად კორექტირებისა. ცხადი გახდა, რომ მუშაობა შეიძლება უფრო ვიწროდ და უფრო ნათლად გამოკვეთილ

ჯგუფებთან, რამაც გაცილებით შეამსუბუქა მედიის სამუშაო და ამავედროულად აამაღლა მისი პროდუქტიურობა.

არსებობს კიდევ ერთი, შექმნის ადგილის მიხედვით სახელდებული კომუნიკაციის ე.წ. სტანდორფული მოდელი. იგი შემოგვთავაზა კომუნიკაციის დარგში ამერიკელმა სპეციალისტმა, დ. ბერლომ 1960 წელს.

ბერლოს თანახმად, მოცემული მოდელი უნდა შეიცავდეს დანერვილებით ანალიზს კომუნიკაციური პროცესის თითოეული ელემენტისა. წყარო და მიმღები უნდა გავაანალიზოთ მათ ხელთ მყოფი კომუნიკაციური უნარჩვევებიდან გამომდინარე, ასევე გასათვალისწინებელია მათი ცოდნა, კომპეტენცია, სოციალური მიკუთვნებულობა, კულტურული მახასიათებლები, ბეგრანდი და კიდევ მრავალი სხვა დეტალი. შეტყობინება განიხილება მისი სტრუქტურის, ელემენტების პოზიციიდან, გასათვალისწინებელია მისი შემცველობა, კოდირების წესი. კომუნიკაციის არხი, ბერლოს მიხედვით, ეს არის გრძნობის ხუთი ორგანო, რომელთა მეშვეობითაც ჩვენ ვღებულობთ ინფორმაციას.

მეცნიერებაში დიალოგიზმის ფილოსოფიის იდეები ვრცელდება და უკავშირდება რუსი მეცნიერის, ლინგვისტისა და ლიტერატურათმცოდნის მ. ბახტინის სახელს. მ. ბახტინის თეორიის ორი ძირითადი იდეაა: 1. ნებისმიერი შეტყობინების აუცილებელი ნიშანია მისი ადრესატულობა, ანუ მსმენელის გარეშე არ არის მოსაუბრე, ადრესატის გარეშე არ არის ადრესანტი. 2. ნებისმიერ შეტყობინებას აზრი აქვს მხოლოდ კონტექტში, კონკრეტულ დროსა და კონკრეტულ სივრცეში.

მსგავს იდეას ავითარებს ფრანგი სემიოლოგი რ. ბარტი, რომლის აზრით სიტყვას არა აქვს მნიშვნელობა, სიტყვა – მხოლოდ შესაძლებლობაა მნიშვნელობისა, რომელსაც ის იღებს კონკრეტულ ტექსტში. თანაც ტექსტის ყოველი ახალი წაკითხვისას წარმოიქმნება ახალი მნიშვნელობა, მკითხველი თითქოსდა თავიდან წერს საკუთარ ტექსტს. ეს შეხედულებები ანგრევენ შენონისეულ კომუნიკაციის მოდელს, რომელიც ემყარება ინფორმაციის „გადაცემა – აღქმის“ პრიმიტიულ სურათს.

გერმანელი ხ.ფონ ფორსტერი ხაზს უსვამს კომუნიკაციის დიალოგურ ხასიათს (ცნობილია მისი ე.წ. ფრთიანი ფრაზა: კომუნიკაციისათვის საჭიროა „ორი ენა“). ამ აზრის განვითარებას ვხვდებით ჩილელ მკვლევართან უ. მატურანასთან, რომელიც ენობრივ მოღ-

ვანეობას ადარებს ცეკვას, რომლისთვისაც არსებითია არა „ერარქია“, არა „მართვა“ და არა „კონკურენცია“, არამედ ურთიერთთანამშრომლობა. „ადამიანები წარმოადგენენ არსებებს, რომლებიც ბიოლოგიურად თანამშრომლობენ ერთმანეთთან, ხოლო ენა – ეს ჩვენი ცხოვრების ბიოლოგიური ხერხია“.

გერმანელი ფილოსოფოსი ო.როზენშტოკ-ჰუსი, რომელიც აცხადებს რა „ენის გრამატიკისა და საზოგადოების გრამატიკის“ იგივეობას და მიიჩნევს რა ყოველ გამონათქვამს პოლიტიკურ აქტად, ენას განიხილავს როგორც საზოგადოების მშვიდობის გარანტი: „ენის ეს სამშვიდობო მისია ეფუძნება მის უნარს ერთიანად დააკავშიროს თავისუფალი და დამოუკიდებელი ადამიანები“, წერს იგი. მისი აზრით: „მეტყველება განამტკიცებს დროულ და სივრცულ ღერძებს, რომელსაც ეყრდნობა საზოგადოება“.

ამდენად, კომუნიკაციისა და კომუნიკაციური აქტის მოდელები გვაძლევენ შესაძლებლობას სულ უფრო სრულყოფილი გავხადოთ თავად კომუნიკაციური აქტი, რაც შეიძლება ზუსტად განვსაზღვროთ ყოველი შეტყობინების მოსალოდნელი შედეგები და ის რისკები, რომელიც თან ახლავს ამა თუ იმ არხით გარკვეული ინფორმაციის გადაცემას. ყველაზე მთავარი ისაა, რომ რაც უფრო სრულყოფილია მოდელი, მით უფრო სრულყოფილია ადრესანტიდან ადრესატამდე ინფორმაციის გადაცემის არა მარტო სიზუსტე, არამედ სისწრაფეც. ეს უკანასკნელი ძალზედ მნიშვნელოვანია, რადგან იძლევა შესაძლებლობას დროულად და ოპერატიულად იქნეს მიღებული გარკვეული ზომები კრიზისული სიტუაციის შემდგომი გამწვავების თავიდან აცილებისათვის.

კომუნიკაციის მოდელები ხაზგასმით აღნიშნავს უკუკავშირის, როგორც პროცესის განუყოფელი ნაწილის, მნიშვნელობას. როცა კომუნიკატორთა ჯგუფი საკომუნიკაციო სტრატეგიების განხორციელებას იწყებს, მას მართებს, განსაკუთრებული ყურადღება მიაქციოს კომუნიკაციის პროცესში გამოვლენილ უკუკავშირს.

სოციოლოგ ჰაროლდ ლასველის<sup>8</sup> განმარტებით, მასობრივ აუდოტორიასთან კომუნიკაციის დროს ყურადღება ექცევა შეტყობინების ფორმულირებასა და მის გავრცელებას, მთელი ეს ძალისხმევა ჩაიშლება, თუ აუდიტორია თავად შეტყობინებას ყურადღებას არ მიაქცევს. ამიტომ, ძალიან მნიშვნელოვანია უოლტ ზაიფერტის<sup>9</sup>, ოჰაიოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის საზოგადოებასთან ურთიერთობის ღვანღმოსილი პედაგოგის აქსიომის დამახსოვრება. იგი ამბობს, რომ გავრცელება გამოქვეყნების ეკვივალენტი არ არის, ხოლო გამოქვეყნება არ არის შეთვისებისა და ქმედების ეკვივალენტური. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ: ყველა, ვინც შეტყობინებას მიიღებს, არ გამოაქვეყნებს მას, ხოლო ყველა, ვინც კითხულობს და ისმენს, ვერ გაიგებს მას და არ იმოქმედებს მის შესაბამისად.

ზაიფერტი და სოციალური ფსიქოლოგები აღიარებენ, რომ სამიზნე აუდიტორიის წევრების უმრავლესობას კონკრეტულ მომენტში განსაკუთრებულად არ აინტერესებს არც შეტყობინება და არც იდეის მიღება-გაზიარება. თუმცა, ეს არ ნიშნავს, რომ აუდიტორია ინფორმაციის პასიური მიმღებია. უერნერ სევერინი და ჯეიმს ტანკარდი თავიანთ ნიგნში „კომუნიკაციის თეორიები“ ერთი მკვლევარის ციტატას იმონებენ: „კომუნიკატორის აუდიტორია პასიური მიმღები არ არის – იგი არ შეიძლება განვიხილოთ, როგორც თიხის გუნდა, რომელსაც დაოსტატებული პროპაგანდისტი ისეთ ფორმას მისცემს, როგორც მოესურვება. პირიქით, აუდიტორია შედეგადადამიანებისაგან, რომლებსაც გარკვეული მოთხოვნები აქვთ მათკენ მიმართული კომუნიკაციისადმი და რომელე-

---

<sup>8</sup> Harold Dwight Lasswell – მისი ნაშრომი „პროპაგანდის ტექნიკა მსოფლიო ომის დროს“ (1927) გახდა კლასიკური თხზულება მასობრივ კომუნიკაციების შესასწავლად. კომუნიკაციების თეორიებში ერთ-ერთი საინტერესოა მისი ნიგნი „ძალაუფლების ენა, პოლიტიკური ლინგვისტიკა“ (ჩვენ გამოვიყენეთ რუსული თარგმანი: “Язык власти, политическая лингвистика”, 2006, Екатеринбург.)

<sup>9</sup> Катлип М.Скотт, “Паблик рилейшенз, теория и практика”, Учебное пособие, 2003, Москва, Издательский дом “Вильямс”.

ბიც შეტყობინებიდან თავიანთთვის სასარგებლოს ირჩევენ<sup>10</sup>. ამას მედიის გამოყენებისა და გრატიფიკაციის თეორიას უწოდებენ. მას საფუძვლად უდევს მოსაზრება, რომ კომუნიკაციის პროცესი ინტერაქციულია. კომუნიკატორს სურს მიმღების ინფორმირება და მისი დარწმუნება; მიმღებს სურს, გაერთოს, მიიღოს ინფორმაცია ან ისეთი შეტყობინება, რომელიც დაეხმარება პირადი მოთხოვნილების დაკმაყოფილებაში. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, აუდიტორია შეტყობინებას სხვადასხვაგვარად ეპყრობა. მასმედიის გამოყენებისას ადამიანებს შემდეგი მიზნები აქვთ:

1. გარემოსათვის თვალყურის დევნება იმის გასაგებად, რა ხდება ისეთი – ლოკალური ან გლობალური – რასაც შეუძლია, მათზე გავლენა მოახდინოს.
2. გართობა.
3. თავიანთი მოსაზრებებისა და წინასწარი განწყობის გამყარება.
4. გადაწყვეტილების მიღება პროდუქტის ან მომსახურების შესაძენად.

მედიის გამოყენებისა და გრაფიკაციის თეორია მიიჩნევს, რომ ადამიანები ზედმინევენით გაცნობიერებულ არჩევანს აკეთებენ, რომელ შეტყობინებას მიაქციონ ყურადღება და რომელ მათგანს შეუძლია მათი მოთხოვნების დაკმაყოფილება. თუ ეს მოსაზრება მართალია, როგორც ამას მკვლევარი მიიჩნევს, მაშინ ფართე აუდიტორიასთან კომუნიკაციის წარმმართველმა შეტყობინება ისე უნდა შექმნას, რომ მაქსიმალურად გაითვალისწინოს ამ შეტყობინებისადმი აუდიტორიის ინტერესი. ერთ-ერთი მეთოდია სამიზნე აუდიტორიის ფსიქოლოგიური მდგომარეობის განსაზღვრა. გრიუნიგი და ჰანტი თავიანთ წიგნში „საზოგადოებასათან ურთიერთობის მართვა“ გამოთქვამენ მოსაზრებას, რომ საკომუნიკაციო სტრატეგიები იქმნება ორი ტიპის აუდიტორიის ყურადღების მისაპყრობად. მათთვის, ვინც პასიურად მოიხმარს ინფორმაციას და მათთვის, ვინც ინფორმაციას აქტიურად ეძებს.

---

<sup>10</sup> Werner J. Severin and James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media* 5th ed. New York: Addison Wesley Longman, 2001.

პასიური აუდიტორია, ესაა კატეგორია ადამიანებისა, რომლებიც შეტყობინებას მხოლოდ იმიტომ აქცევენ ყურადღებას, რომ იგი მათ ართობს და მრავალფეროვნებას სთავაზობს. ისინი შეტყობინების არსს ხანმოკლე შეხვედრებით იგებენ: სამსახურისაკენ მიმავლები ბილბორდზე ერთი შეხედვით, მანქანაში რადიოგანცხადების მოსმენით, შოუს დაწყებამდე სატელევიზიო სარეკლამო განცხადების მოსმენით, ექიმის მოსაცდელში რაიმე ახალი ამბის მოსმენით და ა.შ.

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, პასიური აუდიტორია კომუნიკაციის არხებს მაშინ იყენებს, როცა სხვა, არცთუ მნიშვნელოვან საქმეს აკეთებს. ამ მიზეზის გამო პასიურ აუდიტორიას სჭირდება შეტყობინებები, რომლებიც სტილიზირებული და შემოქმედებითია. ადამიანი ინფორმაციის დამუშავების პროცესში უნდა შეიპყროს ფოტომ, ილუსტრაციამ და მიმზიდველმა სლოგანმა. პრესის აგენტებს, ამაღლებულ ფოტოებს, ცნობილი სახეების გამოყენებას, რადიო და სატელევიზიო განცხადებებს, გასართობი ღონისძიებების ანონსს შეუძლია პასიურ აუდიტორიას გააცნოს შეტყობინება. ამ შემთხვევაში კომუნიკაციის ამოცანაა შეტყობინების შექმნა და გავრცელება. საზოგადოებასთან ურთიერთობის კამპანიების უმრავლესობა უმთავრეს მიზნად პასიური აუდიტორიისათვის ხმის მიწვდენას ისახავს.

კომუნიკატორის მიდგომა აუდიტორიის იმ ტიპისადმი, რომელიც აქტიურად ეძებს ინფორმაციას, განსხვავებულია. ეს ადამიანები (აქტიური აუდიტორია) უკვე ამა თუ იმ საკითხის, პროდუქტის, მომსახურების მიღების პროცესში – ინტერესის საფეხურზე – იმყოფებიან და დაწვრილებით დამატებით ინფორმაციას ეძებენ. ამგვარი ადამიანის ნიმუშად გამოგვადგება პირი, რომელმაც უკვე გადამწყვიტა, რომ კონკრეტული მოდელის მანქანა მიმზიდველია და სურს მისი შექმნა. ამრიგად, ასეთი ადამიანი აქტიურად ეძებს დამატებით დაწვრილებით ინფორმაციას. ეს ინფორმაციული ნაკადი შეიძლება მოიცავდეს ავტოებით მოვაჭრის ან შუამავლის მიერ გავრცელებულ ბროშურას ან ავტოების მწარმოებელი ფირმის საიტიდან ჩამოტვირთულ ინფორმაციას. ასეთი ადამიანი ღრმად გაეცნობა საგაზეთო სტატიების მიმოხილვას მანქანების შესახებ, შეიძლება ავტოშუოსაც კი დაესწროს სავაჭრო წარმომადგენლებთან გასაუბრე-

ბის მიზნით. როცა საქმე არა ზოგადად პროდუქტს ან მომსახურებას, არამედ კონკრეტულ საკითხს შეეხება, ადამიანი აქტიურად ეძებს ინფორმაციას. ის შეიძლება დაესწროს ამ საკითხის განხილვას ან მონაწილეობა მიიღოს მასთან დაკავშირებულ სიმპოზიუმებსა თუ კონფერენციებში. მაგალითად სტუდენტი, რომელიც ამზადებს კონკრეტულ თემაზე რეფერატს, ვთქვათ პოსტმოდერნისტულ სოციოლოგიურ თეორიებში, მიმართავს ბიბლიოთეკებს, ინტერნეტს. ცდილობს გაეცნოს ამ საკითხის შესახებ არსებულ ყველა თეორიულ მასალას. აქვს კონსულტაციები ლექტორთან, შესაბამისი დარგის სპეციალისტთან. ან ავტორი, რომელმაც დაიწყო მუშაობა წიგნზე, თუნდაც ეს კონკრეტული წიგნი. ცხადია არსებობს ბაზისური ცოდნა, მაგრამ წიგნზე მუშაობის პროცესში ამ დარგის არქეოლოგიას ეწევი. როგორც მიშელ ფუკო ამბობდა, თეორიები ესაა საშუალება ახალი თეორიების შესაქმნელად. შეძლებისდაგვარად ცდილობ ყველა არსებულ თეორიას გაუწიო ანგარიში, ანარმოო ინტერდისციპლინარული კვლევები.

რასაკვირველია, დროის მოცემულ მომენტში სამიზნე აუდიტორია ინფორმაციის ორივე ტიპის მაძიებელს აერთიანებს – როგორც პასიურს, ისე აქტიურს. ამიტომ მნიშვნელოვანია მრავალი შეტყობინებისა და საკომუნიკაციო ინსტრუმენტის გამოყენება სრულფასოვანი საინფორმაციო კამპანიისათვის, რომელიც ეფექტურად მისწვდება როგორც პასიურ, ისე აქტიურ აუდიტორიას.



## 1.2. კომუნიკაციის სახეები

თანამედროვე მსოფლიო აწყობილია ადამიანებს შორის მუდმივ კომუნიკაციასა და ურთიერთდამოკიდებულებაზე, თუნდაც მათ მილიონობით კილომეტრი აშორებდეთ ერთმანეთისგან. ცნობილია, რომ ტრადიციულად ადამიანთა შორის კომუნიკაცია მოიხარება როგორც ინფორმაციის გაცვლა, ზოგადად სიმბოლოების, კონკრეტულად კი – ენობრივი ნიშნების ერთიანი სისტემის მეშვეობით. მიუხედავად იმისა კომუნიკაციის მექანიზტურ (ხაზობრივ) თუ არამექანიზტურ (არახაზობრივ) მოდელთან გვაქვს საქმე, ფაქტია კომუნიკაციის პროცესში აუცილებლად მონაწილეობს ადრესატი და ადრესანტი, ანუ ის, ვინც აგზავნის შეტყობინებას და ის, ვინც იღებს ამ შეტყობინებას. სანამ კონკრეტულად კომუნიკაციის სახეების განხილვაზე გადავიდოდეთ, ერთ გარემოებაზე უნდა გავამახვილოთ ყურადღება. კერძოდ, ერთმანეთისაგან უნდა განვასხვავოთ კომუნიკაციური ქმედების პირველადი პროცესები (თავისი არსით კომუნიკაციური) მეორადი საშუალებებისაგან, რომელთა ძირითადი არსი კომუნიკაციური პროცესის გამარტივებაში მდგომარეობს. კომუნიკაციური ქმედების პირველადი საშუალებებია: ვერბალური (ენობრივი) და არავერბალური (ჟესტიკულაცია), საზოგადოებრივი ცხოვრების მდინარებაში საჯარო ქცევის იმიტაციის ჩართვა და „სოციალური ქარაგმა“ (კომუნიკაციური ქცევის ახალი აქტების არაცხადი პროცესები). პირველადი კომუნიკაციური პროცესების გამარტივებისაკენ მიმართული მეორადი საშუალებებია: ენობრივი გარდაქმნები, სიმბოლიზმი და კომუნიკაციური აქტის განხორციელებისათვის ფიზიკური პირობების შექმნა. ენობრივი გარდაქმნები დაკავშირებულია კოდის შეცვლასთან, ე.წ. „ნიშნობრივ გარდაქმნასთან“ (მაგ. მორზეს ანბანი), რაც კომუნიკაციის შესაძლებლობას იძლევა იმ შემთხვევაშიც კი, როცა ის რაიმე გარემოებითაა გართულებული (მაგ. დროითი და სივრცითი გარემოებები). სიმბოლური სისტემები (სასიგნალო დროშები ფლოტზე, სემაფორი, შუქნიშანი და ა.შ.) შესაძლო ვერბალურ შეტყობინებებს თარგმნიან მთლიანობაში. თარგმანის საჭიროება განპირობებულია შეტყობინების აღქმის სისწრაფის და მასზე (ამ შეტყობინებაზე) რეაქციის სისწრაფის აუცილებლობით. რაც შეეხება ფიზიკურ პირობებს (საშუალებებს), მისი მუდმივი განვითარება და

სრულყოფა იძლევა კომუნიკაციის უფრო მაღალ დონეზე განხორციელების საშუალებას. მასში შედის რკინიგზის ხაზები, თვითმფრინავი, ტელეგრაფი, ტელეფონი, რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი და ა.შ.<sup>11</sup> საშუალებების რაოდენობის ზრდა აფართოებს კომუნიკაციის სფეროს, მის საზღვრებს. თუმცა გაფართოების შესახებ განსხვავებული ხედვა არსებობს. ზოგი ამაში ხედავს მხოლოდ პოზიტივს; ასე მაგალითად მარშალ მაკლუჰენი (რომელიც ვიზუალურ კომუნიკაციას ანიჭებდა უპირატესობას და რომლისთვისაც „საშუალება არის შეტყობინება“) თვლის, რომ „გუტენბერგის გალაქტიკის“ განვითარებამ საფუძველი ჩაუყარა კომუნიკაციის გლობალიზაციას, რომელსაც თავის მხრივ, მივყავართ ერთიანი კომუნიკაციური სივრცის – „გლობალური სოფლის“ შექმნისაკენ; ზოგი მკვლევარი კი ფიზიკური საშუალებების ზრდაში ნეგატივს ხედავს. მათ შორისაა ედუარდ სეპირი, რომელიც გამოთქვამს შემოფოთებას იმაზე, რომ ხშირად შეტყობინება სცილდება იმ საზღვრებს, რომელზეც ის გათვლილია. ასე მაგალითად, შეტყობინება, რომელიც მე მეკუთვნის, სპეციალიზირებული არხის „დახმარებით“ გადის ჩემი „მეს“ გარეთ და ბევრისთვის ხელმისაწვდომი ხდება. ამით, ინდივიდის უფლებას, ფლობდეს მხოლოდ მისთვის განკუთვნილ ინფორმაციას და მხოლოდ ის იყოს მისი მომხმარებელი, საფრთხის ქვეშ დგება. თუმცა, ამავე დროს ედუარდ სეპირი დადებითად აფასებს როგორც მეცნიერული საზოგადოების გლობალიზაციას, ასევე საერთაშორისო საკომუნიკაციო ენის შემოტანას.

რაც შეეხება კომუნიკაციის სახეებს. ფაქტია, რომ კომუნიკატორების შემადგენლობა კომუნიკაციის სახეებს განაპირობებს. პროფესიონალი კომუნიკატორისთვის ეს არსებითია, რადგან ყოველ ცალკეულ შემთხვევაში მუშაობის ტექნოლოგია სპეციფიკურია.

1. *ინტრაპერსონალური კომუნიკაცია* – ტოლფასოვანია საკუთარ თავთან, შინაგან ხმასთან, alter ego-თან, სინდისტან და ა.შ დიალოგის. ინტრაპერსონალური (შიდაპერსონალური) კომუნიკაცია გულისხმობს ადამიანის უნარს გაერკვეს საკუთარ ემოციებსა და

---

<sup>11</sup> Сепир Э. Коммуникация // Избранные труды по языкознанию и культурологии. გვ.95-110.

აზრებში. ინტრაპერსონალური კომუნიკაცია მჭიდროდ არის დაკავშირებული თვითშემეცნებასთან. „შეიცან თავი შენი“ – გვიჩვენებს სოკრატე. ბლემ პასკალი კი გვეუბნება: „შევიცნოთ ჩვენი თავი! მერე რა თუ ამით ჭეშმარიტებას ვერ შევიცნობთ! სამაგიეროდ ჩვენს ცხოვრებას მოვინერვივებთ, რა შეიძლება იყოს ჩვენთვის ამაზე უფრო მნიშვნელოვანი!“. თვითშემეცნებითა და ეფექტური ინტრაპერსონალური კომუნიკაციის დამყარებით თითოეულ ადამიანს შეუძლია შინაგანი წესრიგის დამყარება. შინაგანად მოწესრიგებული ადამიანი კი უფრო საღად აზროვნებს, მას შეუძლია ფაქტების სწორი დალაგება, გაანალიზება და სწორი გადაწყვეტილების მიღება.

2. *პიროვნებათაშორისი კომუნიკაცია* როგორც წესი დაკავშირებულია კომუნიკაციის იდეალურ მოდელთან და ხშირად პირველადია. მასში მონაწილეობს ორი კომუნიკატორი, თუმცა ასევე არსებობს დამკვირვებლის ვარიანტები: ჩართული და გარეშე (უცხო) დამკვირვებელი, კომუნიკაცია მოწმეების თანდასწრებით, ბრბოში, რესტორანში და ა.შ. პიროვნებათაშორისი კომუნიკაცია როგორც ადამიანთა უშუალო კონტაქტი განსხვავდება მასობრივი კომუნიკაციისაგან, რომლის დროსაც ინფორმაციის გავრცელება ხორციელდება სპეციალური საშუალებებით სპეციალისტების მიერ – ტელევიზია, რადიო, ბეჭდური მედია და ა.შ. და რომლის შედეგადაც შეტყობინება ადამიანთა დიდ რაოდენობას მიეწოდება. პიროვნებათაშორისი კომუნიკაციაში ივარაუდება პარტნიორთა ფსიქოლოგიური სიახლოვე, ურთიერთგაგება და თანაგანცდა. იმ სიტუაციებში, როცა ადამიანები ჯგუფებში ურთიერთობენ (მაშინ, როცა ჯგუფის წევრები 3-დან 20-30-მდეა), მიღებულია ვისაუბროთ *ჯგუფურ კომუნიკაციაზე*.

3. *ჯგუფური კომუნიკაცია* – კომუნიკაციაა ჯგუფის შიგნით, ჯგუფებს შორის, ინდივიდსა და ჯგუფს შორის (პოლიტიკური ლიდერის ინტერვიუ თუ კომპანიის ხელმძღვანელის საუბარი თანამშრომლებთან). თუმცა არსებობს თვისობრივი განსხვავება: დიდსა და მცირე ჯგუფებში კომუნიკაციას განსხვავებული მიზანი აქვს (chat rooms და forums ინტერნეტში; message boards და ა.შ.).

4. მასობრივი კომუნიკაცია<sup>12</sup> იმ შემთხვევაში ხორციელდება, თუ შეტყობინებას იღებს ან იყენებს ადამიანთა დიდი ჯგუფი. ეს ჯგუფები განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან თავიანთი ინტერესებითა და კომუნიკაციური გამოცდილებით. მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები თავის მხრივ, განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან შეტყობინების გავრცელებისა და ზემოქმედების ასპექტით.

მასობრივი და ნაწილობრივ ჯგუფური კომუნიკაციის დონეზე პარადოქსული ვითარება იჩენს თავს. შეტყობინების გამომგზავნი შეიძლება იყოს ცალკეული პირი, ხოლო მიმღები – ჯგუფი, კოლექტივი, მასა, პარტია და ა.შ. თანაც მიმღებს სულაც არა აქვს ერთი ყური და ერთი ტვინი. ამავე დროს, შეტყობინების გამომგზავნი შესაძლოა ე. წ. კოლექციალური ავტორიც იყოს: ერთ ადამიანთან საუბრობს ფირმა, პარტია, ხალხი. და ბოლოს, ფირმას შეუძლია ისაუბროს ფირმასთან (მაგ:მოლაპარაკებები სამომხმარებლო ბაზარზე ერთიანი ფასის შესახებ), პარტიას – პარტიასთან (მაგ. ერთიანი კანდიდატის წამოყენება), ერთ ეთნიკურ ჯგუფს მეორესთან ( მაგ. სამშვიდობო მოლაპარაკებები, ერთობლივი საომარი მოქმედებები და ა. შ). ასეთ შემთხვევაში გულუბრყვილო კომუნიკატორები ამბობენ: „ჩვენ მოვურიგდით ამერიკელებს“; „ჩვენ დავდეთ ხელშეკრულება სოკრატთან“ და ა.შ. თუმცა ისინი, ვინც ასე საუბრობს, როგორც წესი, საერთოდ არ იმყოფებიან ხელშეკრულების ადგილზე.

რატომ ხდება ეს? რატომ ვიგონებთ მითიურ კომუნიკატორს, რომელიც გამოდის როგორც ცალკეული ინდივიდი რეალურად არსებული ჯგუფისა თუ ინდივიდთა მასის ნაცვლად? პასუხი მარტივია: ეს ხდება იმიტომ, რომ მითოლოგიზირებული კოლექციალური კომუნიკატორის არსებობა ხელსაყრელია და თანაც, ძალისხმევის ეკონომიასაც აკეთებს. იმ ჯგუფს, რომლის სახელითაც კომუნიკატორი გამოდის, აქვს ერთიანი აზრი და პოზიცია. მითოლოგიზირებული, განზოგადებული კომუნიკატორი ერთის მხრივ, ასრულებს გამაერთიანებელ, მეორეს მხრივ, კი, მინიმიზირებულ ფუნქციას, ანუ ყველა გამონათქვამი, ადამიანთა ერთობის ყველა კომუნიკაციური აქტი დაყავს ერთზე. ამერიკელი მკვლევარი ედუარდ სეპირი წერდა: „რესპუბლიკური პარტია როგორც ისტორიული რაობა,

---

<sup>12</sup> მასობრივ კომუნიკაციას მოცემულ წიგნში სრულად ეთმობა მეორე ნაწილი.

არის უამრავი ათასი კომუნიკაციის ერთეული აქტების აბსტრაქციის შედეგი, რომელსაც აქვს ყველასათვის საერთო (მისაღები) განსაზღვრულად მდგრადი რეფერენტული თვისებები.<sup>13</sup> ეს სიტყვები შეიძლება მიესადაგოს ნებისმიერ პარტიას, ჯგუფსა თუ ერთობას. ცალკეული ადამიანების ერთეული აქტების განზოგადება და მისი ინდივიდუალური სახელით აღნიშვნა, ტიპიურია ადამიანური შემეცნებისათვის. აქ საქმე გვაქვს *ემერგენტულ* მოვლენასთან (*emergo* – ლათინური სიტყვაა და ზედაპირზე ამოტივტივებას, გამოჩენას, წარმოქმნას ნიშნავს). ანუ ისეთ მოვლენასთან, რომელიც რეალურად არსებობს მხოლოდ მრავალი ცალკეული მოქმედების (აქტივობის) სახით. ადამიანი განაზოგადებს რა ამ ქმედებებს, მათთვის ინდივიდუალურ სახელს მოიფიქრებს. უფრო მეტიც, ამ იდეების ხორცშესხმას კოლექციური კომუნიკატორის სახით ანხორციელებს. ასეთი მითოლოგიზირებული კომუნიკატორი შეიძლება იყოს სიმბოლური სახეც<sup>14</sup> (მაგ. ძია სემი, დედა – სამშობლო) და რეალური ადამიანიც, რომელიც ერთობის სახელით გამოდის (მაგ. ობამა – ეს მთელი ამერიკაა; ალიევი – ეს აზერბაიჯანის სახეა, გამსახურდია – ეროვნული ერთობის სიმბოლოა; დავით აღმაშენებელი – ერთიანი საქართველოს სიმბოლო; თამარ მეფე – საქართველოს „ოქროს ხანა; გალაქტიონი – პოეზიის მეფე და ა.შ).

ემერგენტული მოვლენებია ასევე ენა და კომუნიკაციური მოღვაწეობის სხვა სახეები. ადამიანი სამეტყველო აპარატის მიერ ჰაერის ყოველ შეტოკებას განაზოგადებს და მას „სიტყვას“, „გრამატიკულ ფორმას“, „ფრაზას“ უწოდებს. ადამიანის მიერ შეტოკებისას ბგერის ფლერადობისა და მისი მნიშვნელობის შეთავსება აღიქმება როგორც ცალკე არსებული საგანი. ანუ ადამიანი მისი საკუთარი აზროვნების ნაყოფს არქმევს ინდივიდუალურ სახელს და მის მიმართ დამოკიდებულება რეალურად არსებული საგნის მიმართ იდენტური ხდება, რასაც შედეგად მოჰყვება მისი სანყისი

---

<sup>13</sup> Сепир Э. Коммуникация // Избранные труды по языкознанию и культурологии. გვ. 210-215

<sup>14</sup> როდესაც ვსაუბრობთ სიმბოლურ სახეზე, საჭიროა განვმარტოთ “აღმნიშვნელი”, “სტრუქტიპი”, “წარმომადგენელი”. აღმნიშვნელის ქვეშ მოიზრება აღსანიშნის საყოველთაოდ გავრცელებული სახელდება; სტრუქტიპის ქვეშ მოიზრება რაიმეზე გამარტივებული წარმოდგენა; ხოლო წარმომადგენელი კი გახლავთ ინტერესის გამომხატველი.

მნიშვნელობის თანდათანობით გაუფერულება. ასეთი მითოლოგიზირებული სიტყვა საუბრისას ადამიანური გამოცდილების მთელ კომპლექს ჩაანაცვლებს. აზროვნების ამ ეკონომიით კი ადამიანი ამახინჯებს რეალობას პირობითად აღიარებს რა არარსებულს არსებულად.

ადამიანური გამოცდილების განზოგადების ეს თავისებურება გარკვეულ საფრთხეს შეიცავს. კერძოდ: ცალკეულ ადამიანს შეუძლია მიითვისოს უფლება ილაპარაკოს ადამიანთა ჯგუფის სახელით, თანაც ისე, რომ არ იყოს ამ ჯგუფის იდეების გამომხატველი. ეს კომუნიკაციური ქცევა ერთობ დამახასიათებელია პოლიტიკური მარგინალებისათვის – მათ გამოსვლებში ყოველთვის ფიგურირებს ისეთი სიტყვები როგორცაა ხალხი, ნაცია და ა.შ. ზოგი უფრო ეშმაკურადაც იქცევა: თანამედროვე რეკლამასა და პოლიტიკურ დისკურსში იყენებენ ინდივიდის სახელს განზოგადებულად. ასე მაგალითად: ადამიანი, სტუდენტი, დიასახლისი, სკოლის მოსწავლე; გამონათქვამები: „ყველაფერი ადამიანის სასარგებლოდ..“; „ყველაფერი, რაც სტუდენტს უნდა..“; „მნიშვნელოვანია სკოლის მოსწავლისათვის..“; „სასურველია დიასახლისებისათვის.“ და ა.შ.

თანამედროვე სამყაროში კომუნიკაციის მასობრივი პროცესების არსისა და კომუნიკაციის არსის, როგორც მასობრივი პროცესის გააზრება, აუცილებელია თითოეული ჩვენგანისათვის. ერთი მხრივ, კომუნიკაციური ტექნოლოგიების სპეციალისტებმა უნდა გაიაზრონ მოვლენები, რომელთაც ისინი თავიანთი პრაქტიკული მოღვაწეობის დროს იყენებენ. ხოლო, მეორე მხრივ, მასობრივი ინფორმაციისა და პროპაგანდის მომხმარებელმა უნდა იცოდეს კომუნიკაციის თეორიის საფუძვლები, რათა თავად არ აღმოჩნდეს ამ პროპაგანდის მსხვერპლი.<sup>15</sup>

*კულტურათაშორისი* – კომუნიკაცია როგორც სხვადასხვა ენისა და კომუნიკაციური კულტურის მატარებელ ხალხებს შორის ან სახელმწიფოებს შორის, ასევე ადამიანთაშორისი – ამ ხალხებისა

<sup>15</sup> უახლეს ისტორიაში ამის უამრავი მაგალითი გვაქვს: ფაშიზმი გერმანიაში და სხვა ქვეყნებში; კომუნისტური რეჟიმის ერთ-ერთი ლოზუნგი: „პარტიამ თქვა, კომკავშირმა უპასუხა - „დიახ“. კომუნისტური პარტიის, კომუნისტების იდეალების სახელით საკუთარი მშობლების, მეგობრების დასმენა და ა.შ. მასობრივი ფსიქოზის ეს გამოვლენებები პროპაგანდისტული მანქანის „მიღწევაა“.

თუ სახელმწიფოების ცალკეულ წარმომადგენლებს შორის; თანამედროვე რეალობაში ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალური სახე კომუნიკაციის, განსაკუთრებით კონფლიქტების მოგვარების კუთხით. და რაც მთავარია, საშუალება, რომელსაც ძალზედ დიდი დატვირთვა აქვს საზოგადოების ჰუმანიზაციის კუთხით.

*ორგანიზაციული* – კომუნიკაცია საქმიან (ბიზნესის) სფეროში, რომელშიც ჩართულია პიროვნებათა შორისი, ჯგუფური და პიროვნულ-ჯგუფური კომუნიკაციური აქტივობები. თავად კომუნიკაციის ამ სახის შიგნით საუბარია როგორც ვერტიკალურ, ისე ჰორიზონტალურ კომუნიკაციაზე. ეს უკანასკნელი ერთობ აქტუალურია თანამედროვე ბიზნეს საქმიანობისთვის იმდენად, რამდენადაც, მხოლოდ კარგად გააზრებული და დაგეგმილი ურთიერთობა თანამშრომლებს შორის არის ამა თუ იმ ორგანიზაციის წარმატების გარანტი. ორგანიზაციული კომუნიკაციის შიგნით, თავის მხრივ, საუბრობენ კომუნიკაციის სახეებზე მენეჯმენტში, მარკეტინგში და ა.შ.

ცხადია, შეიძლება ვისაუბროთ კომუნიკაციის სხვა სახეებზეც, თუმცა ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი სახე მომცველია და გარკვეული აზრით, უნივერსალური. მთავარი, რაც უნდა გვახსოვდეს, თანამედროვე სამყაროში უაღრესად მნიშვნელოვანია კომუნიკაციის სწორად, გამართულად და მიზანმიმართულად წარმართვა. ისეთი კომუნიკაციური უნარ-ჩვევების გამომუშავება, როგორცაა: მოსმენა, ლაპარაკი, კითხვა, წერა, არავერბალური კომუნიკაცია, ინფორმაციის გარდაქმნა-ტრანსფორმაცია (სმენითი, წერილობითი და გრაფიკული ინფორმაციის ერთი ფორმიდან მეორეში გადატანა), სპეციალური ენის ფლობა (სხვადასხვა მეცნიერებების ენობრივი აპარატის ფლობა და სიმბოლოებით ოპერირება), არის როგორც საკუთარი თავის რეალიზების, ისე საზოგადოების დანარჩენ წევრებთან წარმატებული ურთიერთობის და თანამშრომლობის საფუძველი.

### 1.3 კომუნიკაციური გარემო და კომუნიკაციური დისკურსის სახეები

პრაქტიკულად ყველაფერი, რაც ადამიანის გარშემოა და რაც მის ცხოვრებას შეადგენს, წარმოადგენს კომუნიკაციურ გარემოს. საგნები და მოვლენები როგორც ამ გარემოს ნაწილი, ერთი მხრივ შეიძლება გამოყენებული იქნას კომუნიკაციური ფუნქციით, ხოლო მეორე მხრივ, საკომუნიკაციო საშუალებად, რომლის ძირითადი დანიშნულება კომუნიკაციის (შეტყობინების) გადაცემაა. შეტყობინების გაგზავნა არ ხდება უბრალოდ შეტყობინებისათვის. მისი მიზანია – შეტყობინების მიმღების მოქმედების ორგანიზება. სიტყვა – ყოველთვის ქმედებაა. სწორედ ამიტომ შეგვიძლია ვისაუბროთ კომუნიკაციისა და ქმედების დაკავშირებაზე, მეტყველება-მოქმედებაზე.

ბოლო დროს სოციალურ მეცნიერებებში დიდი გავრცელება პოვა ტერმინმა „დისკურსი“ (ფრანგული სიტყვიდან *discourse* – მეტყველება), რომელიც პირობითად შეიძლება გაიშიფროს შემდეგნაირად: მეტყველება + მოქმედება. სხვანაირად, დისკურსი კომუნიკაციური აქტივობის, ქმედების წერილობითი / ვერბალური პროდუქტია, რომელსაც აწარმოებს ადრესანტი და რომელსაც ალიქვამს ადრესატი. ეს არის „ტექსტის“, „მსჯელობის“ შესაძლებლობების რეალიზაცია კომუნიკაციურ ურთიერთქმედებაში. იმდენად, რამდენადაც მოქმედება და ინდივიდთა ურთიერთობა ხორციელდება განსაზღვრულ კომუნიკაციურ სივრცეში, კომუნიკაციის განსაზღვრულ სოციალურ სივრცეში, შეიძლება ვისაუბროთ ინსტიტუციონალურ დისკურსზე, ანუ პოლიტიკურ, რელიგიურ, პედაგოგიურ, საქმიან, კულტურულ და ა.შ. დისკურსზე.

კომუნიკაციური აქტების ერთობლიობა, ერთმანეთთან დაკავშირებული საერთო ამოცანებითა და სიტუაციური პირობებით, კომუნიკაციურ მოვლენას წარმოადგენს. ბიზნეს კომუნიკაციის სფეროში ასეთ კომუნიკაციურ მოვლენად შეიძლება ჩავთვალოთ პრეზენტაციები და გამოფენები; პოლიტიკურ სივრცეში – სახელმწიფო მეთაურების ვიზიტი (როგორც დაგეგმილი და ორგანიზებული მოვლენა); და რაოდენ არასასიამოვნოც არ უნდა იყოს, კომუნიკაციურ მოვლენად ჩაითვლება ტერორისტული აქტივობა – სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ დაუგეგმავი მოვლენა, რომელიც



გარკვეულ რეაქციას მოითხოვს. დაუგეგმავი კომუნიკაციური აქტების შემთხვევაში აუცილებლობით ვეჯახებით კრიზისულ კომუნიკაციას.

კომუნიკაცია ხორციელდება როგორც კულტურის<sup>16</sup> (გრძნობად ემოციურ, გონით და ნებელობით სფეროში), ასევე ყოფით სფეროშიც. ამ უკანასკნელში ახალი კომუნიკაციური პრობლემები და ამოცანები ჩნდება. ერთი მხრივ, ფსიქოანალიზისა და ნეიროლინგვისტური პროგრამირების განვითარებით, მეორე მხრივ კი, ოჯახის დახმარებისა და მოზარდთა ფსიქოლოგიური დახმარების სამსახურის ფარგლებში, მაგ: „როგორ ვესაუბროთ მოზარდ-ნარკომანს?“, „როგორ მოვახდინოთ ძნელად აღსაზრდელი მოზარდების ინტეგრაცია საზოგადოებაში?“, „როგორ განვუვითაროთ მაზარდებს სოციალური პასუხისმგებლობა საკუთარი საქციელის გამო?“ და ა.შ. ამ კითხვებზე პასუხი უნდა მოგვცეს არა მარტო ფსიქოლოგიამ თუ სოციოლოგიამ, არამედ ლინგვისტიკამაც.

*სანარმოო (წარმოებითი) კომუნიკაციის* სფერო თუ ადრე მხოლოდ ინჟინერული ფსიქოლოგიის ჩარჩოთი შემოიფარგლებოდა, დღეს უკვე ხორციელდება სამუშაოები კომუნიკაციური მენეჯმენტისა და გამოყენებითი რიტორიკის მიმართულებითაც. ხელმძღვანლისა და ხელქვეითის ურთიერთობის სტილს (როგორც ვერბალურს, ისე არავერბალურს), მუშაობის პროცესში თანამშრომლების ურთიერთობას და სხვა ასპექტებს შეუძლია როგორც წარმოების მუშაობის ეფექტურობის გაზრდა, ასევე მისი დაცემა. სწორედ რომ კომუნიკაციის სწორად და გამართულად წარმართვა არის პერსონალის მართვის სამსახურის პრეროგატივა (და არა მხოლოდ „ქალაქდომანია“).

საბაზრო ეკონომიკის განვითარებამ *ბიზნეს კომუნიკაციის* სფეროს წინაშე ახალი პერსპექტივები და ამოცანები წამოსწია იმდენად, რამდენადაც ნებისმიერი ბიზნესისათვის უაღრესად მნიშვნელოვანია მომხმარებელთან და ბაზართან ეფექტური კომუნიკაციის აწყობა და წარმართვა. მართვის არსი კომუნიკაციაა. მართვის ძირითადი ფუნქციები (დაგეგმვა, ორგანიზება, კადრების ხელმძღვანელობა, კონტროლი) შეუძლებელია განხორციელდეს

---

<sup>16</sup> იტალიელი მკვლევარი უმბერტო ეკო წერდა: „კულტურა მეტწილად კომუნიკაციაა“. ანალოგიურ აზრს აწვითარებდა როლანდ ბარტიც.

ეფექტური კომუნიკაციის გარეშე. საქმიანი ურთიერთობა ხომ ინფორმაციის მუდმივ ნაკადს გულისხმობს. საჭიროა ამ ნაკადის მიზანმიმართულად წარმართვა. კომპანიის ნორმები, წესები და პოლიტიკა გააზრებული და დაყვანილი უნდა იქნას მის თითოეულ წევრამდე. საქმიანი ურთიერთობის სწორად წარმართვისათვის უდიდესი მნიშვნელობა აქვს როგორც ეფექტურად საუბრის წარმართვას, ასევე მოსმენის კულტურის გამომუშავებასაც<sup>17</sup>.

საინტერესო გამოკვლევებია *პოლიტიკური დისკურსის* სფეროშიც. მრავალი პოლიტიკური პარტიის, ორგანიზაციის, ჯგუფისა თუ მიმდინარეობის არსებობა მოითხოვს გააზრებულ, მიზანმიმართულ კომუნიკაციას პოლიტიკურ სივრცეში. ცნობილი ფაქტია, რომ პოლიტიკურ დისკურსში საკვანძო მნიშვნელობა ენიჭება ვერბალურ კომუნიკაციას. დღეს დღეობით საუბრობენ მეტაფორაზე, როგორც წარმატებულ ხერხზე პოლიტიკურ დისკურსში. და ეს იმიტომ, რომ მეტაფორას დარწმუნების ფუნქციის გარდა, შეუძლია გადმოსცეს ის, რისი პირდაპირი მნიშვნელობით გამოხატვართულია; უფრო მეტი სიცხადე და ხატოვნება შემატოს მეტყველებას; ახალი თვალთახედვა წარმოგვიდგინოს საგანსა თუ მოვლენაზე და ა.შ. „კრეატიული, ანუ ახალი მეტაფორა, იმავდროულად, მოითხოვს შემოქმედებით რეაქციას და მისი მიღების მზაობას აუდიტორიის მხრიდან წარმატებული კომუნიკაციის დასამყარებლად. თუკი მეტაფორა არ არის სათანადოდ აღქმული, ან არ/ვერ ხდება მისი ინტერპრეტირება აუდიტორიის მიერ, შესაბამისად, ვერ ხორციელდება მისი პოლიტიკურ-კომუნიკაციური ფუნქცია“<sup>18</sup>.

*მეცნიერული დისკურსის* სფეროშიც გარდა მეცნიერული პუბლიკაციების სპეციფიკური ენის შესწავლისა, ხორციელდება ისეთი პრობლემების კვლევაც როგორცაა მეცნიერული კონფერენციებისა და კონგრესების კომუნიკაციური ორგანიზების კვლევა, ინტერნეტის საშუალებით კი ვირტუალური, გლობალური მეცნიერუ-

---

<sup>17</sup> საინტერესო ფაქტი: უმაღლეს საგანმანათლებლო სივრცეში თანდათანობით მკვიდრდება SWOT ანალიზის ერთ-ერთი ინსტრუმენტი, ე.წ. Seven S,s მოდელი, რომელიც ბიზნესის სფეროდან შემოვიდა და რომელსაც უმაღლესი დაწესებულება ( და ასევე ნებისმიერი ორგანიზაცია) თავისი სუსტი და ძლიერი მხარეების განსაზღვრისათვის იყენებს.

<sup>18</sup> იზაბელა პეტრიაშვილი. მეტაფორა და პოლიტიკური დისკურსის პრაგმატიკა. ელ.ვერსია:<https://semioticsjournal.wordpress.com>

ლი გაერთიანებების შექმნა. მთელ რიგ ქვეყნებში მეცნიერული კომუნიკაციის ორგანიზება ბიზნესის საგანი გახდა.

*საგანმანათლებლო დისკურსის* სფეროშიც განათლების დიფერენციაციის, საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზრის გაჩენასთან, საგანმანათლებლო დაწესებულებების მხრიდან რეკლამირებისა და PR-ის მოთხოვნის წარმოშობასთან ერთად სულ უფრო ახალი ნახნაგები ჩნდება. მოკლე ჩამონათვალი იმ კომუნიკაციური მიმართულებებისა, რომელსაც დღეს საგანმანათლებლო დაწესებულება თავის მომხმარებელს სთავაზობს: შეხვედრები აბიტურიენტებთან და მათ მშობლებთან, პოტენციურ დამსაქმებლებთან, სოციალურ პარტნიორებთან, მომსახურების სხვადასხვა პაკეტები და ა.შ., მრავლისმთქმელია.

ცალკე განსჯის საგანია *პედაგოგიური დისკურსის* სფეროში ურთიერთობა პედაგოგისა სტუდენტთან. პედაგოგიური დისკურსის დროს აქტუალურია კომპეტენტური, სისტემური, პიროვნულ-შემოქმედებითი, აქსიოლოგიური და კულტუროლოგიური მიდგომები. პედაგოგიური დისკურსი საგანმანათლებლო პროცესის სუბიექტების ღირებულებით-არსობრივი კომუნიკაციის ობიექტურად არსებული დინამიური სისტემაა, რომელშიც წინა პლანზეა წამოწეული შემდეგი ასპექტები: მიზანი, მონაწილეები, საგანმანათლებლო სივრცე, შინაარსობრივი დატვირთვა (შემადგენლობა), ურთიერთობის პირობები და პედაგოგიური ურთიერთობის სპეციფიურობა. თითოეული ეს ასპექტი თავის მხრივ საჭიროებს კვლევასა და ანალიზს.

*შოუ-ბიზნესისა და სპორტის ბიზნესის* კომუნიკაციური სფეროები გაცილებით ახალგაზრდა სფეროებია, თუმცა საოცრად მზარდი და აქტუალური. როგორც ესტრადის, ისე სპორტსმენების public image-ის შექმნა პროფესიონალი იმიჯმეიკერების ხელშია. სწორედ ამ უკანასკნელთ ხელენიფებათ შექმნან პროდუქტი (მომღერლისა თუ სპორტსმენის სახით), რომელიც უმრავლესობისათვის მოსაწონი და მისაბაძიც გახდება.

*ტურისტული ბიზნესის* სფეროც ერთობ პროდუქტიულია კომუნიკაციური მოვლენებისა და შეტყობინებების კუთხით. ხშირ შემთხვევაში ის გადაიკვეთება კულტურათამორისი კომუნიკაციების სფეროსთან. ამ დროს უაღრესად დიდი მნიშვნელობა აქვს სხვა ქვეყნების კულტურული ტრადიციების თუ წესების ცოდნას. ამ

უკანასკნელი ფაქტორის გათვალისწინების გარეშე შეუძლებელია კარგად გააზრებული, დაგეგმილი და ორგანიზებული ბიზნეს საქმიანობა ტურიზმის სფეროში.

*საერთაშორისო კომუნიკაცია* ხორციელდება სხვადასხვა დონეზე: როგორც ტრადიციული -ოფიციალური, ისე სახალხო დიპლომატიის სახით. ეს უკანასკნელი ერთობ მნიშვნელოვანია კონფლიქტების დარეგულირების ასპექტით და დღეს, თანამედროვე რეალობაში მისი როლი სულ უფრო იზრდება.

ბოლო დროს სულ უფრო აქტუალური ხდება *სამედიცინო და იურიდიული დისკურსი*. „სიტყვა მკურნალია“- ამ საყოველთაოდ ცნობილ ჭეშმარიტებას მივყავართ იმის გააზრებისკენ, თუ კონკრეტულად როგორ ხორციელდება ეს და როგორ უნდა ვიმუშაოთ სიტყვებით. ექიმისა და პაციენტის დიალოგს არ შეიძლება სპონტანური სახე ქონდეს, რამეთუ „ისე, უბრალოდ“ წამოსროლილმა სიტყვამ პაციენტის ცხოვრებაში შეიძლება ითამაშოს საბედისწერო როლი. რაც შეეხება იურიდიულ დისკურსს, ის საზოგადოების ყველა სოციალურ სფეროზეა ორიენტირებული. საუბრობენ იურიდიული დისკურსის სემანტიკურ და პრაგმატულ სტატუსზე. თუ სემანტიკური ასპექტი გულისხმობს იურიდიული ტექსტების და მასში შემავალი ცნებების სტრუქტურირებას, პრაგმატული ასპექტი გულისხმობს იურიდიული პროფესიონალური აზროვნების, სამართლებრივი ინფორმაციის სპეციფიკის გონივრულ ინტერპრეტაციას. ასეთი მიდგომის ეფექტურობა იმაშია, რომ შესაძლებელია სამართლებრივი მოვლენების სრულად და ზუსტად აღწერაც და გადაცემაც.

*რელიგიური დისკურსის სფერო* ემსახურება ეკლესიაში კომუნიკაციის მოთხოვნას. აქ მნიშვნელოვანია გაგებისა და ინტერპრეტაციის პრობლემა; შემთხვევითი არაა, რომ ჰერმენევტიკა (ინტერპრეტაციის თეორია) აღმოცენდა საღვთო წერილის ძველი ტექსტების განმარტების აუცილებლობის შედეგად. რელიგიური კომუნიკაცია ადამიანთაშორისი ურთიერთობის ერთ-ერთი უძველესი ფორმაა. ამ დისკურსის უნიკალურობა იმაშია, რომ ადამიანის გარდა აუცილებლობით მონაწილეობს ღმერთი და მთელი აქცენტი სწორედ რომ ღმერთთან ურთიერთობაზეა გადატანილი. რელიგიური დისკურსის თემატიკა დაკავშირებულია ღვთისმსახურებასთან, საიდუმლოებებთან, წეს-ჩვეულებებთან, რელიგიის ის-

ტორიასთან და ადრესატის კულტუროლოგიურ თავისებურებებთან; ასევე ყველა იმ ფაქტთან, რომელიც მიმართულია რწმენის დაცვისა თუ განმტკიცებისკენ.

ამდენად, ყველა ზემოთ განხილული კომუნიკაციური დისკურსის სფერო<sup>19</sup> მნიშვნელოვანია ადამიანური ყოფიერებისათვის. ჩვენს მიერ ზემოთ ჩამოთვლილ სფეროებს შეიძლება დაემატოს კიდევ სხვა, ახალი სფეროები. ეს ბუნებრივიცაა, რამეთუ ცივილიზაციური პროცესების ყოვლისმომცველობა სულ უფრო მეტად იძლევა ახალი სივრცის აღმოჩენისა და მათზე რეაგირების შესაძლებლობას.

---

<sup>19</sup> კომუნიკაციურ დისკურსზე საინტირესო პუბლიკაციები და ძიებები აქვს ირინა ნესტორევას, რომელიც ეყრდნობა ტოლსტიხინას, პეროვს, ჰაბერმასს, ბორბოტკოს. იხილეთ ბმული:

<http://odiplom.ru/lab/kommunikativnyi-diskurs.html>

#### 1.4. კომუნიკაციის ფუნქციები

დამოუკიდებლად კომუნიკაციის არხებისა და საშუალებებისაგან, ჩვენ ერთმანეთს ვატყობინებთ, ვაფრთხილებთ, გადავცემთ ინფორმაციას, ვუხსნით, აღვწერთ რაღაცას, ვართობთ (ერთმანეთს ან ვიღაცას), ვარწმუნებთ ვინმეს და ა.შ. ეს ყველაფერი – კომუნიკაციის მიზნებია და ხშირად რამდენიმე ერთად წარმოადგენს მიზანს.<sup>20</sup> ძირითადი მიზეზი, რის გამოც ადამიანები საჭიროებენ კომუნიკაციას, არის ადამიანის ან ადამიანთა ჯგუფის მოთხოვნილებები. კომუნიკაციის მიზნები ემსახურება ამა თუ იმ საჭიროებებს და მოთხოვნილებებს: პირად მოთხოვნილებებს, გადარჩენას, სხვა ადამიანებთან თანამშრომლობას, სხვა ადამიანების დახმარებას, სხვების დარწმუნებას იმოქმედონ ან იფიქრონ რაღაც სახით, ძალაუფლების გამოყენებას ხალხზე (მათ შორისაა პროპაგანდაც), საზოგადოებებისა და ორგანიზაციების ერთ მთლიანობად გაერთიანებას, ინფორმაციის მიღებასა და გადაგზავნას, სამყაროს და მასში ჩვენი გამოცდილების გაცნობიერებას,<sup>21</sup> შემოქმედებითი ნატურისა და წარმოსახვის გამოვლინებას.

ამერიკელი ფსიქოლოგი აბრაამ მასლოუ ადამიანური მოთხოვნილებების იერარქიულ მოდელს სქემა-პირამიდას გვთავაზობს, რომლის მიხედვითაც მუშაობა უპირველეს ყოვლისა განპირობებულია პიროვნების ინტერესებით: ადამიანს აქვს ბაზისური (ბიოლოგიური) და უფრო მაღალი დონის – თვითრეალიზაციის მოთხოვნილებები.<sup>22</sup> პირამიდა ასე გამოიყურება:

ა. ფიზიოლოგიური (გადარჩენის) მოთხოვნილება – საკვები, წყალი, სექსი;

---

<sup>20</sup> ფილმს შეუძლია გაგვართოს, აღგვიწეროს, გაგვაფრთხილოს, აგვიხსნას, ინფორმირებული გაგვხადოს და ა.შ.

<sup>21</sup> რა გვწამს, რას ვფიქრობთ საკუთარ თავზე, სხვებთან ურთიერთობაზე, როგორ ვქმნით ქცევის გარკვეულ კონსტრუქტებს და ა.შ.

<sup>22</sup> მასლოუს სიტყვებით: „ადამიანის თვითგანხორციელების სურვილი – ტენდენცია, ჩამოყალიბდეს იმად, რისი პოტენციალიც გაქვს“, კადრების მართვა საჯარო სამსახურში, ფონდი „ჰორიზონტი“, ფსიქომეტრული და საკონსულტაციო ასოციაცია; გამოცემა „არადანში“. 2001; გვ.17.

ბ. უსაფრთხოების მოთხოვნილება – ჩასაცემელი, ჭერი თავზე, უსაფრთხოების განცდა – ფიზიკური გარემოდან ტკივილის, ვნების აცილების;

გ. სოციალური კავშირების, ურთიერთობის მოთხოვნილებები – სიყვარული, მეგობრობა, ოჯახი, მიკუთვნებულობა, ზრუნვა, თანამშრომლობა.

დ. „ეგოს“ პატივისცემის აუცილებლობა – თვითპატივისცემა, აღიარება, ძალაუფლება.

ე. თვითრეალიზაციის, თვითაქტუალიზაციის აუცილებლობა, თვითგამოხატვა.

ზემოთ მოყვანილ მოთხოვნილებებს იერარქიული სისტემის სახე აქვს და ყველა ადამიანისათვის საერთოა. დაბალი რანგის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების შემდეგ აქტიურდება და ქცევის განსაზღვრას იწყებს უფრო მაღალი რანგის მოტივები. წინა პლანზე გამოდის ჯერ უსაფრთხოების, სოციალური კავშირებისა და „ეგო“-ს, შემდეგ კი თვითპატივისცემისა და თვითაქტუალიზაციის მოთხოვნილებები. მაღალი მოთხოვნილებების განვითარებით, რა თქმა უნდა, დაბალი საჭიროებანი არ ქრებიან, რჩებიან, უბრალოდ რაღაცა დოზით გარდაიქმნებიან.<sup>23</sup>

კომუნიკაციის ფუნქციებზე მხოლოდ ანალიზის მიზნით საუბრობენ. რეალურ კომუნიკაციურ პროცესში, თუნდაც ერთში – ცალკე აღებულ კომუნიკაციურ აქტში, შესაძლებელია რამდენიმე ფუნქციის შეთავსება, საიდანაც ორი ან სამი იქნება ძირითადი, განმსაზღვრელი. გამომდინარე იქიდან, თუ რომელი ფუნქციაა წამყვანი, შეიძლება კომუნიკაციური აქტების კლასიფიკაციის აგება.

კომუნიკაციის ზოგადი ფუნქციებიდან ვერბალურ ფუნქციებამდე სანამ გადავსულვართ, ცხადია უნდა ავლიწინოთ, რომ იგი ერთ-ერთი და არა ერთადერთი სახეობაა კომუნიკაციისა.

კომუნიკაციის ელემენტები შესაძლოა დაშენებულ იქნას კომუნიკაციის მოდელებზე და „მიემაგროს“ მის მონაწილეებსა და ელემენტებს. ცნობილი ლინგვისტის პ.ო. იაკობსონის მოდელიდან გამომდინარეობს ექვსი ფუნქცია: *ემოტიური/ექსპრესიული, კონა-*

---

<sup>23</sup> არა უბრალოდ ჭამა, არამედ კულინარიული კულტურის განვითარება, არა უბრალოდ საცხოვრისი, არამედ არქიტექტურულად და დიზაინური კუთხით გამართული და „ჩემს“ გემოვნებას მორგებული სახლი და ა.შ.

ტიური, რეფერენციული, პოეტური, ფატური და მეტაენობრივი/მეტალინგვისტური. თითოეული ეს ფუნქცია დაკავშირებულია კომუნიკაციის ამა თუ იმ მონაწილესთან თუ ელემენტთან. განვიხილოთ თითოეული მათგანი.

• *ემოტიური/ექსპრესიული ფუნქცია* – ადრესანტი/გამგზავნი უშუალოდ გამოხატავს თავის დამოკიდებულებას თემისა თუ სიტუაციისადმი: „ცუდ ხასიათზე ვარ“; „ჩემი აზრით, არ იყო საჭირო სამუშაოსთვის ასეთი არასაიმედო ფირმის დაქირავება“. ემოტიური ფუნქციის დროს აქცენტირება ხდება *გამგზავნზე*; ანუ როცა ადრესანტი ადრესატს აწვდის ინფორმაციას საკუთარი პიროვნებისა თუ აზრის შესახებ.

• *კონატიური ფუნქცია* – ყურადღების გამახვილება ადრესატზე/მიმღებზე (მიმართვა და იმპერატივები, ყურადღების მიპყრობა, ნაქეზება/შეგულიანება): „პრეზიდენტო! გადადექი!“ „კარი დახურეთ, თუ შეიძლება“; „იმუშავეთ, რაც შეიძლება ხარისხიანად!“. ეს ფუნქცია გრამატიკულად ყველაზე ხშირად წოდებითი და ბრძანებითი ფორმებით გამოიხატება. კონატიური ფუნქციის დროს აქცენტირება ხდება *ადრესატზე*.

• *რეფერენციული ფუნქცია* – ყურადღება გამახვილებულია ობიექტზე, თემაზე, დისკურსის შინაარსზე: „მზე აღმოსავლეთით ამოდის“; „წვიმს“. რეფერენციული ფუნქციის დროს აქცენტირება ხდება *კომუნიკაციის სიტუაციურ კონტექსტზე*. ეს არის ყველაზე ხშირად გამოყენებული ფუნქცია, რადგან საუბრებისა და ტექსტების უმეტესობა გარკვეულ ინფორმაციას შეიცავს.

• *პოეტური ფუნქცია* – ფოკუსირება თავად შეტყობინებაზეა შეტყობინებისდა გამო. მას ზოგჯერ „სადღესასწაულო/საზეიმო“ ფუნქციასაც უწოდებენ: რითმა, ალიტერაცია: „ქარი ქრის, ქარი ქრის, ქარი ქრის,/ფოთლები მიქრიან ქარდაქარ.../ხეთა რიგს, ხეთა ჯარს რკალად ხრის, / სადა ხარ, სადა ხრა, სადა ხარ?...“<sup>24</sup>; „იცოცხლე, მე ვილორძინო/იცოცხლე, ვიქცე ბალღად./იცოცხლე, მე მოგილხინო,/თუ შენ მეყოლე კარგად...“<sup>25</sup> პოეტური ფუნქციის დროს აქცენტირება ხდება თავად *შეტყობინებაზე*.

<sup>24</sup> ვალაქტიონ ტაბიძე, თხზულებანი ორ წიგნად. წიგნი I ლექსები. გვ. 228

<sup>25</sup> მურმან ლებანიძე. რჩეული ლირიკა. გვ. 430.



- *ფატური ფუნქცია* – კომუნიკაციური სისტემის გამოყენება ურთიერთობის დასაწყებად, მის მხარდასაჭერად და დასამთავრებლად; ფოკუსირება სიტუაციის კონტაქტურ ელემენტზე: „ალო? – დიახ, დიახ.“; ფატური ფუნქციის დროს აქცენტირება ხდება თავად კონტაქტზე, ანუ ფატური ფუნქციის მიზანია ეფექტური გახადოს კომუნიკაცია საჭირო ინფორმაციის გადაცემამდე. ამის ტიპური მაგალითია ზემოთ მოყვანილი სატელეფონო კომუნიკაციის დროს გამოყენებული სიტყვა. კომუნიკაციური სისტემის გამოყენება *კონტაქტის დასამყარებლად*, ურთიერთობის მხარდაჭერისა და დასრულებისთვის არის სწორედ ფატური ფუნქციის არსი.

- *მეტაენობრივი/მეტალინგვისტური ფუნქცია* – ენისა და კომუნიკაციის თეორია წარმოადგენს კომუნიკაციური პროცესის აღწერისათვის მეტაენას: „მასწავლებელი უხსნის მოსწავლეს არავერბალური კომუნიკაციის წესს: მოსწავლემ თავდაპირველად ხელი უნდა ასწიოს, ითხოვოს გასვლა და შემდეგ გავიდეს“. მეტაენობრივი ფუნქციის დროს ყურადღება ფოკუსირებულია თავად *კოდზე*: კომუნიკაციისა და ინტერპრეტაციის პარამეტრების დადგენასა და აღწერაზე.

ენობრივი ფუნქციების საინტერესო მოდელს გვთავაზობს ავსტრალიელი ლინგვისტი, ავტორი ნიგნებისა ფუნქციონალური გრამატიკის შესახებ მ.ა.კ. ჰელიდეი. ის იკვლევდა მიმართებას ენის ფუნქციასა და მის გამოყენებას შორის ბავშვებსა და მოზრდილებში. მან შემოგვთავაზა სოციოლოგიური სემანტიკის თეორია, რომლის თანახმადაც ბავშვის ენის შვიდი ფუნქცია (მისი კვლევის ობიექტები სკოლამდელი ასაკის ბავშვები იყვნენ) იკვეცება მოზრდილთა ენის სამ მაკროფუნქციაში. ბავშვური ენის ეს შვიდი ფუნქცია მჭიდრო კორელაციაშია ფორმასთან, თავდაპირველად ურთიერთ-ერთგვაროვანი სახით; მაგ: ბავშვი, რომელიც მოითხოვს ტკბილეულს, დიდი ალბათობით იტყვის: „მე მინდა ..“, განსხვავებით მოზრდილისგან, რომელსაც შეუძლია უამრავი შესაძლო გამოთქმის გამოყენება. სწორედ ბავშვის მეტყველებაში ენობრივ ფორმასა და სოციალურ ფუნქციას შორის ამ მჭიდრო კავშირის გათვალისწინებით, ჰელიდეი ვარაუდობს, რომ „პატარა ბავშვის ენობრივი სისტემა, არსებითად, შეზღუდულია ვარიანტე-

ბის ნაკრებით..; ის, რასაც ბავშვი აკეთებს ენით, ჩვეულებრივ, განსაზღვრავს მის სტრუქტურას“<sup>26</sup>.

ჰელიდეი ვარაუდობს, რომ ბავშვის მიერ ზრდასრულობის მიღწევისას მისი ენის შვიდი დისკრეტული ფუნქცია „თანდათანობით იცვლება უფრო კარგად ორგანიზებული და უფრო აბსტრაქტული, თუმცა ერთდროულად უფრო მარტივი ფუნქციონალური სისტემით. ეს სისტემა შეიცავს მხოლოდ სამ მაკრო ფუნქციას – იდეაციურს, პიროვნებათაშორის და ტექსტუალურს, რომლებიც რალაც ხარისხით ავსებენ ენის სამ ტრადიციულ ფუნქციას და კვეთენ მას“<sup>27</sup>. და რაც ყველაზე მთავარია, მეცნიერის აზრით, მოზრდილის ყოველი ენობრივი აქტი იმთავითვე ემსახურება ენის ერთ ფუნქციას მაინც. მოკლედ განვიხილოთ თითოეული:

- *ენის იდეაციური ფუნქცია* ახლოსაა ენის კოგნიტურ ფუნქციასთან, თუმცა უფრო ფართოა, რადგან მოიცავს ასევე „ცდისეულ გამოვლენას“, შეფასებით და აფექტურ ასპექტებს.

- *ენის პიროვნებათაშორისი ფუნქცია* შეიცავს ინდექსალურ და მარეგულირებელ ფუნქციებს, გამოხატავს რა მოსაუბრის როლს სამეტყველო სიტუაციაში, მის პირად განცდებსა და ურთიერთქმედებას სხვებთან. სწორედ ეს ფუნქცია ხელს უწყობს სოციალური ურთიერთობების დადგენასა და დაცვას (მხარდაჭერას), რომლის მეშვეობითაც სოციალური ჯგუფები ემიჯნებიან ერთმანეთს, ხოლო ინდივიდს ეძლევა შესაძლებლობა საკუთარ პიროვნულ „მე“-თან ურთიერთქმედების, შემდგომი ზრდისა და განვითარების.

- *ენის ტექსტუალური ფუნქცია* დაკავშირებულია სამეტყველო აქტების სტრუქტურირებასთან – გრამატიკული და სიტუაციურად მართებული წინადადებების არჩევასთან.

ტყუილად არ უნოდებდა ჰელიდეი ფუნქციონალურ გრამატიკას არჩევანის გრამატიკას<sup>28</sup>. ეს მოდელი იძლევა შესაძლებლობას აღინეროს სიტუაციური განპირობებულობით ენის გამოყენება, რომელშიც სემანტიკური კომპონენტი, ერთი მხრივ, თანაფარდობაშია სოციალურთან, ხოლო მეორე მხრივ, ლინგვისტურთან. ჰელიდეის აზრით, შესვლისას სემანტიკას აქვს სოციალური, ხოლო

---

<sup>26</sup> Хэллидей М.А.К. Лингвистическая функция и литературный стиль. გვ. 116-120.

<sup>27</sup> Хэллидей М.А.К.- გვ. 130-144.

<sup>28</sup> Хэллидей М.А.К. გვ. 142.

გამოსვლისას – ლინგვისტური მნიშვნელობა. ამრიგად, სემანტიკა არის შუალედური საფეხური სოციალურსა (სიტუაციურს) და ლინგვისტურს (ტექსტისა და კონკრეტული სამეტყველო აქტის ენობრივ საშუალებებს) შორის.

ვინაიდან კომუნიკაციის ფუნქციების აღსრულებას ხელს უშლიან გარკვეული ბარიერები, ამ ქვეთავში მათზე საუბარი ასევე მიზანშეწონილად მიგვაჩნია. მოდით, კომუნიკაციის ფუნქციების აღსრულებელის ხელისშემშლელ ფაქტორებს დავარქვათ კომუნიკაციური ბარიერები.

ვ. შეპელმა გამოყო ექვსი მეტნაკლებად აშკარა ბარიერი: ფიზიკური გარემოს დისკომფორტი, რომლის პირობებშიც აღიქმება შეტყობინება; ჩართულობის ინერცია, ე.ი. მსმენელის გარეშე პრობლემებით შემყრობილობა; ანტიპატია სხვისი აზრისადმი, ცნობიერების სტერეოტიპიზაცია, ამბიციურობა; ენობრივი ბარიერი, არსებითი განსხვავება სიტყვიერი მარაგისა, კომუნიკატორის და კომუნიკანტის ლექსიკონია; პროფესიონალური მიუღებლობა, არაკომპეტენტური შეჭრა კომუნიკატორისა კომუნიკანტის იმიჯის მიუღებლობა.

ფსიქოლოგიურ ლიტერატურასა და კომუნიკაცივისტიკაში მიღებულია ოთხი ტიპის ბარიერის გამოყოფა:

- ფონეტიკური – არამეტყველი, სწრაფი ან ნელი საუბრის მანერა, აქცენტი, საუბარი ბგერა-პარაზიტების დიდი რაოდენობით, სწრაფი საუბრის მანერა, თითქოს პირში ცხელი კარტოფილი გქონდეთ;

- სემანტიკური – სიტყვათა მნიშვნელობების სისტემებში განსხვავება;

- სტილისტური – კომუნიკატორის მეტყველების სტილის და ურთიერთობის გარემოს შეუსაბამობა ანდა ურთიერთობის გარემოს და პარტნიორის ფსიქოლოგიური მდგომარეობის შეუსაბამობა;

- ლოგიკური – რთული, გაუგებარი ანდა არასწორი ლოგიკა განსჯისა.

არის ბარიერები, განპირობებული გარემოს ფაქტორებით. მათ განეკუთვნებათ გარე ფიზიკური გარემოს მახასიათებლები, რომლებიც ქმნიან დისკომფორტულ პირობებს ინფორმაციის გადაცემისა და აღქმისას: აკუსტიკური შეფერხებები – შენობაში ხმაური, ანდა ფანჯრის მიღმა, სარემონტო სამუშაოები, კარების მიჯახუნება, ტელეფონის ზარები და ა.შ. მათი ნეგატიური ზეგავლენა ძლი-

ერდება, თუკი თანამოსაუბრე ლაპარაკობს ხმადაბლა ანდა სულაც ჩურჩულით; გონების გამფანტავი გარემოცვა – კაშკაშა მზე, ანდა პირიქით, მქრალი შუქი, შენობაში კედლების ფერი, პეიზაჟი ფანჯრის მიღმა, სურათები, პორტრეტები და ა.შ. ყველაფერი ის, რასაც შესწევს უნარი თანამოსაუბრეებს გაუფანტოს ყურადღება; ტემპერატურის პირობები – ძლიერი სიცივე ანდა გადამეტებული ხვატი შენობაში; ამინდის პირობები – წვიმა, ქარი, მაღალი ან დაბალი წნევა და ა. შ.

კომუნიკაციის ტექნიკურ ბარიერზე ვსაუბრობთ, როდესაც შეტყობინება გადაიცემა გაშუალებულიად, მანძილზე და გადამცემში მოწყობილობა აწყდება სირთულეებს. ისინი ხშირია რადიო, ტელე და ინტერნეტ მაუწყებლობის დროს, ასევე ტელეფონით კომუნიკაციის შემთხვევაშიც.

არსებობს კომუნიკაციის ადამიანური ბარიერები. ძირითადი მიზეზი კომუნიკაციური ბარიერების აღმოცენებისა არის თავად ადამიანი. ადამიანური კომუნიკაციური ბარიერები შეიძლება დაიყოს ფსიქოფიზიოლოგიურად და სოციოკულტურულად.

ფსიქოფიზიოლოგიური ბარიერები: კომუნიკაციის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი თავისებურება არის ის, რომ იგი ხორციელდება პირადი სენსორული სისტემის მეშვეობით: სმენა, მხედველობა, კანის და ტაქტილური გრძნობები, ჰემორეცეფცია (შეგრძნება, გემო), თერმოცეფცია (სითბოსა და სიცივის გრძნობა). ამიტომაც, ბარიერები შესაძლოა აღმოცენდნენ რაიმეგვარი ფიზიოლოგიური დარღვევის ფონზე: ლოგოპედური ხასიათის დარღვევები – ენის-მორძიკი და მსგავსი, ფონიატრიული ხასიათის დარღვევები, რომლებიც დაკავშირებულია ხმის აპარატთან (აფონია, დისფონია – სრული ან ნაწილობრივი დაკარგვა ხმისა, მაგალითად გაცივებისას), სიყრუე, სრული ან ნაწილობრივი დაკარგვა მხედველობისა, კანის მგრძნობელობის დაკარგვა და ა.შ.

ადამიანების უუწარობა იურთიერთობონ, გადასცენ და აღიქვან ინფორმაცია, ძლიერ ზეგავლენას ახდენს მათ ფსიქოლოგიურ მახასიათებლებზე. თანამედროვე ზოგად და სოციალურ ფსიქოლოგიაში დიდი ყურადღება ეთმობა გართულებული ურთიერთობების საკითხს. გართულებული ურთიერთობების ყოვლისმომცველი ანალიზი შემოგვთავაზა ბ.დ. პარიგინმა. მან ფსიქოლოგიური ბარიერი განიხილია, როგორც ინდივიდის ისეთი მდგომარეობა ანდა მახასიათებელი, რომელიც ახდენს მისი სულიერ-ფსიქოლოგიური პოტენციალის კონსერვირებას ანდა ამუხრუჭებს მათ რეალი-

ზაცის, მის სიცოცხლის უანრიანობას. იგი ფსიქოლოგიურ ბარიერს განიხილავს ადამიანური კომუნიკაციის მთელს სისტემაზე გავლით. მოიაზრებს პიროვნებათშორის მიმართებებს, მიმართებას პიროვნებასა და ერთობას შორის, ასევე სხვადასხვა ერთობებს შორის.

ურთიერთობის ფსიქოლოგიური ბარიერები თავისი ბუნებით შეიძლება იყონ როგორც სოციალურ-ფსიქოლოგიური ზემოქმედების უპიროვნო მექანიზმების და ადამიანების ერთიმეორეზე ზემოქმედების, ასევე ურთიერთობის პარტნიორების პიროვნული ინდივიდუალური განსაკუთრებულობის ზეგავლენის პროდუქტი. პირველთა მაგალითად გამოდგება ურთიერთობის პარტნიორის აღქმის სტერეოტიპები. ემოციური ინფორმაციისგან ჩახერგვის საწინააღმდეგოდ ასრულებენ რა ფსიქოლოგიური დაცვის ფუნქციას, სტერეოტიპები გამოდიან სოციალურ-ფსიქოლოგიური ბარიერის როლში და ხელს უშლიან პარტნიორის ადეკვატურ აღქმას, მაშინ როდესაც ეს უკანასკნელი (ანუ პარტიორი) უნდა აღვიქვათ როგორც უნიკალური ინდივიდუალურობა. მეორის მაგალითად კი გამოდგება ინდივიდუალური, პირველ რიგში, პიროვნების ხარისხობრივი მახასიათებლები, რომელებიც მოითხოვენ ყურადღების სწრაფ ფსიქოლოგიურ გადართვას ერთი კონტაქტიდან მეორეზე.

ჩამოთვლილის გარდა, მეტნაკლებად გავრცელებულ ფსიქოლოგიურ ბარიერებს განეკუთვნება ნერვიული დაძაბულობა, რომელსაც შეუძლია მიგვიყვანოს ემოციურ აფეთქებამდე, აზრის შეზღუდვამდე, უუნარობამდე გადაჭრილ იქნეს მარტივი ამოცანები, მეხსიერების ჩავარდნამდე, აღქმის არაადეკვატურობამდე და სხვა ადამიანების მოქმედებაზე რეაგირების უქონლობამდე, მეტყველებით ანომალიებამდე და ა.შ. ფსიქოლოგიური ბარიერების სახით შეიძლება გვექონდეს ზოგიერთი ფსიქიკური მდგომარეობა: ინდეფერენტულობა, განურჩევლობა (რუსულად მას კარგად გამოხატავს ფრაზა *окаменённое нечувствие*, რაც მართლმადიდებლურ ქრისტიანობაში ცოდვის რანგშიც კი არის აყვანილი), აპათია და დეპრესიაც კი; ასევე პიროვნების ფსიქიკური თავისებურებანი: ჩაკეტილობა, გულჩათხორბილობა, გადაჭარბებული სიმორცხვე და მოკრძალებულობა, ზღვარგადასული ემოციურობა.

სოციოკულტურული ბარიერები: ადამიანები არ არიან იზოლირებული ინდოვიდები. ისინი სრულიად მართებულად საზოგადოებრივი არსებებად იწოდებიან და ატარებენ გარკვეულ სოციალურ მახასიათებლებს. ადამიანი ცხადია არც კალის ჯარიკაცია,

იგი არაა მოკლებული ინდივიდუალურობას. დამიანი არის წარმომადგენელი ამათუიმ ერის, ეთნოსის, კლასის, სოციალური ჯგუფის, რელიგიური კოფესიის, პროფესიონალური ერთობის, დემოგრაფიული ჯგუფის და ა.შ. ყველაფერი ეს შობს მის სოციოკულტურულ განსხვავებას, რომელიც გარკვეულ მომეტში შესაძლოა გადაიზარდოს კომუნიკაციურ ბარიერში.

ფორმირდება რა განსაზღვრულ სოციალურ გარემოში, ადამიანი იმავდროულად ფორმირდება კულტურულ გარემოშიც. ერებს, კლასებს, სოციალურ, პროფესიულ, რელიგიურ და სხვა ჯგუფებს ახასიათებთ ქმნადობა საკუთრივი, სხვა კულტურათაგან განსხვავებული ნიშანთა სისტემებისა (ენებისა). მათ განასხვავებთ აზროვნების სტერეოტიპები და ქცევითი სტანდარტები, რაც განსაკუთრებით აშკარა ხდება სხვა კულტურებთან შეჩეხებისას. მრავალი კულტურისა და სუბკულტურის სახეზე ყოფნა ძნელია გადააფასო, რამდენადაც წინააღმდეგ შემთხვევაში სამყარო იქნებოდა ერთფეროვანი და სტატიური. თუმცაღა, სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენლებს შეიძლება შეექმნათ სერიოზული კომუნიკაციური პრობლემები, დაკავშირებული აცდენასთან, ხანაც კი კონფლიქტურ ნორმებთან, ღირებულებებთან, ცნობიერების და ქცევით სტანდარტებთან.

ზემოხსენებული აცდენები შობენ კომუნიკაციის კულტურულ ბარიერებს. მეტნაკლებად აშკარა მათ შორის არის ლინგვისტური და სემანტიკური ბარიერები. ისინი აღმოცენდებიან ენობრივი განსხვავებების ნიადაგზე; ადამიანებს ურთიერთობა შეუძლიათ სხვადასხვა ენებზე; ისინი შეიძლება ერთ ენაზე საუბრობდნენ, მაგრამ ვერ უგებდნენ ერთმანეთს ლექსიკონის სიუცხოვის გამო (ზოგს სიყვების მწირი მარაგი აქვს, ზოგს მდიდარი. მას ბაზელ ბერნშტაინი უწოდებს ენის შეზღუდულ და დახვეწილ კოდებს. არათუ ერები განსხვავდებიან ენით, არამედ სოციალური ჯგუფებიც).

აშკარაა, რომ კომუნიკაცია შესაძლებელია იმ შემთხვევაში, თუკი კომუნიკანტები ფლობენ საერთო კოდს, კოდი საკმაოდ ფართე ცნებაა და სამეტყველო ენის ფარგლებს სცდება. პიერ ბურდიე “პოლიტიკის სოციოლოგიაში” ამბობდა, “ბუმბულიან ცხოველს მეტი შანსი აქვს იფრინოს, ვიდრე ბენვიან ცხოველს”. ასევეა კოდებიც, როდესაც მათი ურთიერთგაგების წანამდღვრად განვიხილავთ. С одного поля ягоды, მოწმობს ერთი რუსული ანდაზა. ანუ, ეს ნიშნავს, რომ აზრთა წყობა, ნირი ერთი აქვთ ადამიანებს და კომუნიკაცია მათ შორის სინქრონულად წარიმართება, ყოველგვარი

აცდენის გარეშე. გერმანელი ფსიქოლოგი ფრიც რიმანი თავის მონოგრაფიაში “შიშის ძირითადი ფორმები” აღწერს ადამიანის ოთხ ტიპს (ეს ცხადია არის ვებერისეული იდეალური ტიპის დარი): შიზოიდური, დეპრესიული, აბსესიური და ისტერიული. მათი მსოფლხედვა და ღირებულებები აბსოლუტურად განსხვავებულია. კომუნიკაციის დორს ვინ ვისთან შეიძლება უფრო მოხერხებულად დაწყვილდეს, რიმანმა ასევე ზოგადად გამოთვალა. თუმცა ჩვენ ახლა სიცოკულტურულიდან ისევ ფსიქოფიზიოლოგიურ მახასიათბლებსა და ბარიერებზე გადავერთეთ.

დასკვნის სახით ვთქვათ: კომუნიკაციის ერთ-ერთი საკვანძო პრობლემაა ინფომრაციის ადეკვატური აღქმის პრობლემა, შესაბამისად კი კომუნიკაციის შედეგიანობა. შეტყობინება, რომელიც გადაეცემა წყაროსაგან მიმღებს, გადალახავს მრავალგვარ ბარიერებს. ის შეიძლება სრულად არ იყოს მიღებული. ფაქტორები, რომლებიც ზღუდავენ კომუნიკაციის ეფექტურობას, არის კომუნიკაციის გარემო (გარეშე პირობები), კომუნიკაციის ტექნიკური საშუალებები და თავად ადამიანი, როგორც მთავარი მოქმედი პირი კომუნიკაციური აქტისა. კომუნიკაციის ეფექტურობის ამაღლების მიზნით ყურადღება უნდა მიექცეს კომუნიკაციური ბარიერების პრობლემას და მათი გადაჭრის პრაქტიკული გზების სრულყოფას.

## 1.5. სოციალური ურთიერთქმედების შესახებ სოციოლოგიაში არსებული ზოგადი მოსაზრებები

სოციალური ურთიერთქმედებები ჩვენ გვესმის პირველ რიგში, როგორც სიმბოლოთა გაცვლა. სიმბოლოთა გაცვლასა და მათ ეტაპებზე ყველაზე საინტერესო კი ამერიკელი მეცნიერის მარკ პოსტერის<sup>29</sup> შეხედულებებია, რაც ქართულ სივრცეში „პოსტმოდერნიზმსა და თანამედროვეობაში“<sup>30</sup> გამოქვეყნდა პირველად 2016 წელს. მარკ პოსტერმა შემოგვთავაზა საზოგადოებაში ცვლილებათა საკუთარი მოდელი, დაფუძნებული „სიმბოლოთა გაცვლის“ განსხვავებულ ტიპებზე (მოდუსებზე). იგი გამოყოფდა სამ ეტაპს:

1. ეტაპი, როდესაც ურთიერთობა ხორციელდებოდა ზეპირად, პირისპირ. იგი შეესაბამებოდა მდგრად, უცვლელ სოციალურ კავშირებს, როდესაც პიროვნება მჭიდროდ დაკავშირებული იყო განსაზღვრულ ჯგუფთან, ხოლო ნიშნები შეესაბამებოდნენ ცხოვრების მიღებული წესის რეალიზაციას; სიმბოლოებით გაცვლა დაიყვანებოდა იმის აშკარა გამოხატულებაზე, რაც ისედაც ცნობილი და მონონებული იყო საზოგადოებისაგან.
2. წერილობით ურთიერთობათა ეტაპი, როდესაც ნიშნები წარმოადგენდნენ განსაზღვრულ კონცეფციებს, ხოლო ინდივიდი ასეთ საზოგადოებაში იქცეოდა რაციონალურად და პასუხისმგებლობით. ამ დროს უკავშირდება ბიოროკრატიული ორგანიზაციების და მათში კანცელარიების აღმოცენება.
3. ელექტრონული შეტყობინებებით გაცვლის ეტაპი, როდესაც ნიშნები მხოლოდ სიმულირებენ, გააყალბებენ რეალობას. რაც ყველაზე მთავარია, კარგავენ თავინთ რეპრეზენტაციას.

---

<sup>29</sup> მარკ პოსტერი (1942-2012), ამერიკელი მეცნიერი. იყო ისტორიის საპატრიო პროფესორი, ასევე კინოსი და მედია კვლევების ექსპერტი. მოღვაწეობდა ირვინში, კალიფორნიის უნივერსიტეტში. მას სურდა ფრანგული კრიტიკული თეორიით შეერთებული შტატების აღჭურვა. ის აანალიზებდა თანამედროვე მასმედიას. ჟან ბოდრიარის გარდა იკვლევდა შემდეგ ფრანგ მოაზროვნეებს: ლუი ალტიუსერს, ჟილ დელიოზს, ჟაკ დერიდას.

<sup>30</sup> შორენა კორტავა, პოსტმოდერნიზმი და თანამედროვეობა, გამომცემლობა უნივერსალი, თბილისი, 2016.



ტატიულ ხასიათს. პიროვნება ასეთ საზოგადოებაში არის დეცენტრალიზირებული, დისპერგირებული<sup>31</sup>, გამრავლებული და განუწყვეტლივ იცვლება, ის ჩათრეულია მრავალი იდენტობის ერთდრული ჩამოყალიბების უწყვეტ პროცესში, ამიტომაც ნიშანი, ნაცვლად იმისა, რომ აღნიშნავდეს განსაზღვრულ საგანს, განეკუთვნება „აღსანიშნავთა ნაკადს“, რაც იქცევა ეპოქის მახასიათებელ ნიშნად.

თუმცა, ელექტრონული კომუნიკაციების პროცესს პოსტერის თაანხმად აქვს ერთი პლიუსი. ვირტუალურ სივრცეში ე.წ. ქსელიანელები კომუნიკაციებს ამყარებენ უშუალოდ თავინთი ინტერესების გათვალისწინებით და ქმნიან შედეგად ინტერეს-ჯგუფებს, რომელიც იძლევა ჯგუფური ლოიალობის საკმაოდ სასიმოვნო განცდას. ქსელში ადამიანები ახერხებენ ნაციონალური სახელმწიფოების დიქტატს დააღწიონ თავი და იყონ თავისუფლები (თუნდაც პირობითად).

მარკ პოსტერის სქემის ჩვენებით, ამ ქვეთავში თხრობა მარჯვნიდან მარცხნივ დავიწყეთ, ანუ რთულიდან მარტივისაკენ, რადგან სოციალური ურთიერთქმედების გენეზისი მაინც პირველად გილს უნდა იკავებდეს. ეხლა კი შევეცადოთ სოციალური ურთიერთქმედების სტრუქტურის ახსნას. როგორც ვიცით, ჯორჯ ჰერბერტ მიდის მიდგომა სოციალურ ურთიერთქმედებაზე ეფუძნება სამ ძირითად მოსაზრებას. პირველი – ხალხი რეაგირებს ყველაფერზე, რასაც ან ვისაც გადააწყდება, რაც იმის შესაბამისად ხდება, რას ნიშნავს მათთვის ის ხალხი, ქმედება თუ სიტუაცია. მეორე – ჩვენ ვსწავლობთ საგნების მნიშვნელობას, რასაც იმაზე დაკვირვებით ვახორციელებთ, როგორ რეაგირებენ სხვა ადამიანები მათზე ანუ – სოციალური ურთიერთქმედებებით. მესამე – როგორც შედეგი მიმდინარე ურთიერთქმედებისა, ხმა (ან სიტყვები), ჟესტიკულაცია, გამომეტყველება და აღნაგობა იძენს სიმბოლურ მნიშვნელობას, რასაც იზიარებს ერთი და იმავე კულტურას მი-

---

<sup>31</sup> დისპერგირება, წარმოდგება ლათინური სიტყვიდან *dispersio*, ნიშნავს მყარ სხეულთა, ანდა სულაც სითხეთა თხლად დაქუცმაცებას, რის შედეგადაც მიიღება ფხვნილები, სუსპენზიები, ემულგიები. მყარ სხეულთა დისპერგირებისას ხდება მათი მექანიკური დარღვევა. დისპერგირების სინონიმი სიტყვაა ემულგირება, ემულგაცია, *emulgeo*.

კუთვნიებული ხალხი. მაგალითად, ამერიკელები მოსაუბრეს პირდაპირ უყურებენ და ეს არის ქმედება, რომელიც ბევრ კულტურაში შესაძლებელია, შეურაცხმყოფელი და აღმაშფოთებელი იყოს. ამერიკელები იმ ხალხს, ვინც ერიდება თვალის გასწორებას, „ფლიდს“ უწოდებს. ასევე იყენებენ თვალებს სტატუსის დასამტკიცებლად. როდესაც ურთიერთქმედების დროს პარტნიორები განსხვავდებიან ძალაუფლებითა და საზოგადოებაში ასევე სხვა ავტორიტეტით სარგებლობენ, ის, ვინც პირველი ვერ გაუსწორებს თვალს პარტნიორს, მიანიშნებს პატივისცემასა და მორჩილებაზე. შედარებით დაბალი სტატუსის მქონე პარტნიორებმა შესაძლებელია თვალი გაუსწოროს მოლაპარაკეს, როდესაც უსმენს მას, ხოლო როდესაც თვითონ ლაპარაკობს, მაშინ ის თვალს არიდებს ან საერთოდ დაბლა იყურება. მამაკაცისა და ქალის ურთიერთქმედების დროს ქალები უფრო ხშირად გაურბიან თვალეში ყურებას. როდესაც ქალს სერიოზული ძალისმიერი პოზიცია უკავია (მაგალითად, როდესაც ის არის საგზაო პოლიციელი, რომელიც ავსებს საჯარიმო ქვითარს), მაშინ სანინალმდეგოდ იქცევა. მიდი მიიჩნევს, რომ ასეთი სიმბოლური ურთიერთქმედებები სოციალური წყობის საშენი ბლოკებია.

გამომდინარე კონტექსტიდან, ერთი და იმავე სიმბოლოს შესაძლებელია, სხვადასხვა მნიშვნელობა ჰქონდეს. როდესაც დაჟინებით მიაჩერდებით ვინმეს, რომელიც თქვენ წინ ცდილობს რიგში ჩადგომას, მაშინ გამოხატავთ მრისხანებას; როდესაც სანინალმდეგო სქესის ადამიანს დაჟინებით უყურებთ ბარში, მაშინ თქვენი მზერა რომანტიული ინტერესის მანიშნებელია. სიმბოლური მესიჯების ინტერპრეტაცია დამოკიდებულია ადამიანის შესაძლებლობებზე, აილოს სხვა პიროვნების როლი. როლის აღქმა ნიშნავს საკუთარი თავის დაყენებას სხვის ადგილზე იმის წარმოდგენით, რას გრძნობს და ფიქრობს ის ადამიანი, და იმის გათვლით, რას მოიმოქმედებს ის შემდეგ. ამგვარად, ჩვენ ვწყვეტთ ჩვენი რომელი ქმედება იქნება ყველაზე „წარმატებული“ ან რა მიგვიყვანს ყველაზე ახლოს ჩვენს მიზნებთან. ამას გერმანელი სოციოლოგი ნიკლას ლუმანი „პარტნიორის სელექციურობის მართვას“ უწოდებს.

უნდა დავიმახსოვროთ მარტივი ფორმულა: ყველა ტიპის ურთიერთქმედება არ არის კომუნიკაცია, თუმცა კომუნიკაცია თავის მხრივ ურთიერთქმედებაა. მოცემულ ქვეთავში ჩვენ

დავეყრდენით ენტონი გიდენსისა და ქრეგ კალჰუნის ნარმატივულ სახელმძღვანელოებს, სახელწოდებით „სოციოლოგია“, ვინაიდან, კომუნიკაციად არ შერაცხული ურთიერთქმედებების ამომწურავ ანალიზს სწორედ ისინი იძლევიან. რამდენადაც უცნაური არ უნდა იყოს, სახელდობრ კომუნიკაციის ანალიზი უფრორე „საზოგადოებ-ბასთან ურთიერთობის“ სპეციფიკურ სახელმძღვანელოებში გვხვდება და არა სოციოლოგიურ ლიტერატურაში.

ურთიერთქმედების მრავალი ფორმა არსებობს. მათი განხილვა კი ე.წ. „სამოქალაქო უყურადღებობით“ სჯობს დავიწყოთ. ქალაქის ქუჩაში ორი ადამიანი ერთმანეთისაკენ მიემართება. შორიდან ისინი თვალს შეავლებენ ერთმანეთს და თითოეული მათგანი სწრაფად აფიქსირებს სახესა და ჩაცმულობის სტილს. გვერდზე ჩავლისა, ისინი ერთმანეთს თვალს არიდებენ. ასეთი შემთხვევები მილიონობით გვხვდება მთელი მსოფლიოს ქალაქებში. იმ სიტუა-ციებში, როდესაც ადამიანები შორიდან თვალს შეავლებენ და მი-ახლოებისას თვალს არიდებენ ერთმანეთს, ირვინ გოფმანის თა-ნახმად, ისინი სამოქალაქო უყურადღებობის დემონსტრირებას ახ-დენენ, რასაც ერთმანეთისაგან მოვითხოვთ მრავალ სიტუაციაში. სამოქალაქო უყურადღებობა მეორე პიროვნების უბრალოდ იგნო-რირება არ არის. ყოველი ინდივიდი მიანიშნებს, რომ ცნობს მეორე პიროვნების იქ ყოფნას, თუმცა არავითარი ჟესტით არ გამოხა-ტავს ამას, რომ ძალზე მომაბეზრებელი არ იყოს. სამოქალაქო უყურადღებობა რაღაც ისეთია, რაც მეტნაკლებად არაცნობიერია, თუმცა მას ძალზე დიდი მნიშვნელობა აქვს ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში.

ყველა დიდმასშტაბიანი სოციალური სისტემა სოციალური ურ-თიერთქმედების იმ მოდელზეა დამოკიდებული, რომელთანაც ყო-ველდღიურად გვაქვს საქმე. სოციალური ურთიერთქმედება არა-ვერბალური კომუნიკაციის მრავალრიცხოვან ფორმებს მოითხოვს – ინფორმაციის და აზრის გაცვლას სახის გამომატყველებით, ჟეს-ტებითა და მოძრაობებით. არავერბალურ კომუნიკაციას ზოგჯერ განიხილავენ, როგორც „სხეულის ენას“, თუმცა ზოგიერთი მკვლე-ვარის აზრით, ეს ასე არ არის, ვინაიდან არავერბალურ მინიშნე-ბებს, ჩვეულებრივ ვიყენებთ სიტყვიერად გამოსათქმელის ასაცი-ლებლად ან გასაძლიერებლად.

არავერბალური კომუნიკაციის ერთ-ერთი ძირითადი ასპექტი, სახის გამომეტყველებით ემოციის გამოხატვაა. პოლ ეკმანმა და მისმა კოლეგებმა შექმნეს სისტემა, რომელსაც ისინი სახის მოძრაობის კოდირების სისტემას (FACS) უწოდებდნენ და სჭირდებოდათ სახის კუნთების მოძრაობების დასახასიათებლად, რომლებიც განსაკუთრებულ გამომეტყველებას განსაზღვრავს. ამ მიზნით, ისინი შეეცადნენ გარკვეული სიცხადე შეეტანათ იმ სფეროში, რომელიც ღია იყო შეუთავსებადი და წინააღმდეგობრივი ინტერპრეტაციებისათვის, ვინაიდან ძალიან მცირე თანხმობა თუ არსებობს იმასთან დაკავშირებით, როგორ უნდა იყოს იდენტიფიცირებული და კლასიფიცირებული ემოციები. ევოლუციური თეორიის შემქმნელი ჩარლზ დარვინი ამტკიცებდა, რომ ემოციური გამოხატვის ძირითადი ფორმები მსგავსია ყველა ადამიანურ არსებაში.

სოციოლოგები სულ უფრო ინტერესდებიან სოციალურ ცხოვრებაში გავლენიანი როლის ემოციებით თამაშით. რას გრძნობს ადამიანი – ამას ხშირად ვიგებთ არა იმით, თუ რას ამბობს ის, არამედ მისი სახის გამომეტყველებით (შექმუხვნილი წარბები), ხმის ტონით (გაბრაზებული ყვირილი) ან სხეულის პოზით (ჩამოშვებული მხრები, შეკრული მუშტები). თითოეული მათგანი არის სიმბოლური ჟესტი. საკუთარმა ემოციებმა შეიძლება გაამხილოს ჩვენი შიში, მრისხანება თუ სიყვარული, მიუხედავად ჩვენი მცდელობისა, რომ გამოვჩნდეთ „გულგრილნი“. ზოგიერთი ადამიანური ემოცია – ხალისი, მოწყენილობა, მრისხანება, შიში – უნივერსალურია. მართლაც, ემოციების გამოხატვის ფესვები შესაძლებელია ჩვენი ევოლუციური წარსულიდან მოდის.

სხეულის, ჟესტების ენა ზოგჯერ უფრო ხმამაღალი და მეტყველია, ვიდრე ვერბალური. ამაში დაგვეთანხმება ნებისმიერი, ვინც ერთხელ მაინც წვევია პანტომიმის თეატრს თბილისში. შალიკაშვილების მიერ პანტომიმის სახელმწიფო თეატრში გაცოცხლებული „შექსპირის სონეტები“ ან „ტერენტი გრანელი“ ეს ხომ დაუვინყარი შთაბეჭდილებების ზღვაა. ისიც აღსანიშნავია, რომ პანტომიმა არ საჭიროებს „თარგმანს“. შალიკაშვილების თეატრს ხშირად სტუმრობენ უცხოელი ტურისტები, შეიძლება თამამად ითქვას, რომ საქართველოში არსებულ ყველა თეატრთაგან პანტომიმის თეატრია განებივრებული ყველაზე მეტად უცხოელი მაყურებლით.

საქართველოში არსებობს არასამთავრობო ორგანიზაცია „ადამიანურ რესურსთა განვითარების ფონდი“, რომელსაც სათავეში უდგას ფსიქოლოგიის დოქტორი, პროფესორი ნოდარ სარჯველაძე. გუნდში ჩართულია გამოცდილი ფსიქოლოგი ეკა პავერმანი. ისინი ორგანიზაციებს სთავაზობენ სერთიფიცირებულ ტრენინგ-კურსებს „სტრესის მართვისა და კომუნიკაციის“ დარგში. კურსი ეფუძნება სოციალური ფსიქოლოგიისა და სოციოლოგიის კურსს. ცდილობენ მსმენელს ასწავლონ როგორ იკითხება კვალიფიციურად სხეულის, ყესტების ენა და შესაბამისად მათზე მიბმული ემოციები. წიგნის ერთ-ერთმა ავტორმა, კორტავამ, სოციალური დაზღვევის ერთიან სახელმწიფო ფონდში 2005 წელს მოისმინა ეს მასტერ-კლასი, რაც იყო აშკარად ერთობ საჭირო გამოცდილება.

ემოციები მსგავსად ყველა ადამიანური ქცევისა, სოციალურად არის ორგანიზებული. უნარი, დავადგინოთ ემოციები, დავარქვათ მათ სახელები და განვასხვავოთ ისინი ერთმანეთისაგან, ჩადებულობა ჩვენს ენასა და კულტურაში. შეგვიძლია ერთმანეთისაგან განვასხვავოთ მრისხანება და ფრუსტრაცია, სირცხვილი და დანაშაულის გრძნობა, იმიტომ რომ ამას ჩვენი კულტურა აკეთებს. სხვა კულტურები არ აკეთებენ მსგავსი სახის დისკრიმინაციასა თუ აქცენტს რაიმე გარკვეულ ემოციაზე უფრო მეტად, ვიდრე სხვებზე. ეს ძირითადად გამოწვეულია იმით, რომ ჩვენი იუდეო-ქრისტიანული მემკვიდრეობა, დანაშაულის გრძნობა და მისი ლოგიკური შედეგი – უმანკოება, შეჭრილია დასავლეთის კულტურებში, ნაწილობრივ კი იმიტომ, რომ კონფუციის მოძღვრება – სირცხვილი და პატივი – უფრო დიდ როლს ასრულებს შორეული აღმოსავლეთის ქვეყნებში. „რეპუტაციის გადამრჩენი“ გამოვლენა კონფუციანურ ტრადიციაში იღებს სათავეს. ყველა კულტურაში არსებობს წესი, რომელი სიტუაციისთვის რომელი ემოციაა მისაღები (დაკრძალვაზე სიცილი, როგორც წესი, ტაბუდადებულია, თუმცა ქორწილში ტირილი მიუღებელია) და ვინ უნდა გამოხატოს და ვინ არა გარკვეული სახის ემოცია („დიდი ბიჭები არ ტირიან“).

2005 წელს გერმანელმა რეჟისორმა სვენ უნტერვალდტმა გადაიღო შესანიშნავი კომედია „ზიგფრიდი“ დაყრდნობით ეპოსზე „სიმღერა ნებილუნგებზე“. ფილმში მთავარ როლს ასრულებდა ტომ გერჰარდტი. მისი პერსონაჟი წლების მანძილზე სოფელში იზრდებოდა, რივიანად სოციალიზაცია ვერ გაეწეო და შესაბამისად

ვერ ერკვეოდა ადამიანური ემოციების კავშირში წარმოთქმულ სიტყვებთან და დემონსტრირებულ შესტიკულაციებთან. მისი საუკეთესო მეგობარი მაგიური თვისებების მქონე გოჭუნა იყო. ამიტომაც ზიგი (ასე ქვია გერჰარდტის პერსონაჟს ფილმში), კომუნიკაციას ყოველთვის „უკულმა“ ახორციელებდა და მუდმივად კურიოზულ სიტუაციებში ამოყოფდა ხოლმე თავს. ჩვენს ირგვლივაც ხანდახან არიან ადამიანები, რომლებიც განსაკუთრებული მოუქნელობით გამოირჩევიან და თავის თავზე კურიოზებს მოიწვევენ.

რაც შეეხება სირცხვილს, სირცხვილი დასავლეთში - არანაკლებ მასკულინურ ქვეყნებში, რომლებიც ზოგადად უფრო აღმოსავლურია - გარკვეულ როლს ასრულებს.

„კულტურებსა და ორგანიზაციებში“ (უდაოდ მაღალ დონეზე შესრულებულ სოციოლოგიურ ნაშრომში), რომელიც ეკუთვნით გირტ და გერტ იან ჰოფსტედებს, საუბარია სირცხვილის გრძნობისგან აღძრულ დისკომფორტზე მასკულინურ კულტურებში, სადაც სინდისის ქენჯნა უსაქციელობის გამო როგორც წესი ნაკლებად სტანჯავთ ადამიანებს. აქ სირცხვილის გრძნობა და სინდისის ქენჯნა განხილულია დანაშაულთან და ე.წ. „სახის დაკარგვასთან“ კავშირში, მაშინ როცა თქვენზე კონტროლს ახორციელებს ორგანიზაციის ბუნების მქონე (ანუ „გემიანიშაფტური“) „ჩვენ ჯგუფი“.

რასაკვირველია, სოციოლოგები თომას სჩიფსი და სუზან რეთ-ზიგერი სირცხვილს მიიჩნევენ ყველაზე არსებითად მთელ ადამიანურ ემოციებში. სირცხვილი მოიცავს უხერხულობას, ასევე უკიდურეს დამცირებას, მაგრამ ის ყოველთვის სოციალურია და გვიჩინდება შეგრძნებებიდან, რომ სხვები არაკეთილგანწყობილნი არიან ჩვენს მიმართ. შეურაცხყოფა, კრიტიკა, ღალატი თუ უპასუხისმგებლობა ჩვენდამი, იწვევს არარაობის, არავისთვის საჭიროს ან გარიყულის შეგრძნებებს.

ამერიკელმა ფსიქოლოგმა დევიდ მაცუმოტომ ემოციის მატარებელი სახის გამომეტყველების შემსწავლელი ბევრი კვლევა განიხილა და დაადგინა, რომ ინდივიდუალისტურ კულტურებში ბედნიერების გამოხატვა და სევდის დაფარვა ნაქეზებულია; კოლექტივისტურ ქვეყნებში ყველაფერი პირიქითაა. იქნებ ასეთი სხვაობა თბილისისა და ევროპის დიდი მეგაპოლისების ქუჩებში ფეხით მოსიარულეთა სახეებზე აღბეჭდილ ემოციებში ამ თეორიის საფუძვლებზეც აგვეხსნა.

აქ კვლავაც უნდა ვახსენოთ მამა-შვილი ჰოფსტედების წიგნი „კულტურები და ორგანიზაციები“, სადაც ნათქვამია, თუ როგორ კიცხავს მასკულინური კულტურა ვითომდა უმიზეზოდ მომღიმარ ადამიანს, მაშინ როცა მომღიმარი სახე ფემინურ კულტურაში ეტიკეტის შემადგენელი ნაწილია. სევდის დემონსტრირება, რამდენადაც უცნაურად არ უნჩა ჩანდეს ეს, მასკულინური ტიპის კულტურებში უფროა მხარდაჭერილი, ვიდრე ბედნიერების დემონსტრირება. ავიღოთ თუნდაც საქართველოს მაგალითი, გვაქვს ასეთი გამოთქმა, „უჯეროდ სიცილი“ და ის ცოდვის კატეგორიაშია აყვანილი. ანუ, „ჯეროვანი სიცილისათვის“ ამკარად არსებობს ინსტრუქციები.

სანამ ემოციებს ფესვები აქვთ გადგმული ბიოლოგიაში, ფსიქოლოგიასა და სოციალურ ურთიერთობებში, ადამიანებს შეუძლიათ მართონ თავიანთი ემოციები საჭიროებისამებრ ან სიტუაციის შესაბამისად. როგორც წესი, სტუმრები წვეულებაზე მასპინძელთან ერთად მხიარულობენ მაშინ, როდესაც ჭირისუფლები დაკრძალვაზე თავიანთ დარდს გამოხატავენ. თავისი გრძნობების გამოხატვით ყველას შეაქვს წამიერი წვლილი კოლექტივის საკეთილდღეოდ. უამრავ ურთიერთქმედებაში – მშობლებსა და შვილებს, მეუღლეებს, მეგობრებს, შეყვარებულებსა და უცხოებს შორისაც კი – ხალხი მალავს თავის სიბრაზეს, ისინი სიმულირებენ პატივისცემას ან ფარავენ სიძულვილს.

ზოგიერთ სიტუაციაში ემოციები მასობრივად არის გამომუშავებული. ეს იმიტომ ხდება, რომ სპეციალური საქმიანობა ან სოციალური როლი ხალხისგან მოითხოვს, მიღებული გზით გამოხატონ გარკვეული სახის ემოციები. ბანკის თანამშრომლები დღის განმავლობაში რუტინული სამუშაოთი გათანგულები კლიენტს მიუხედავად დადლილობისა, მუდამ ბედნიერი ღიმილით ეგებებიან. როდესაც პირად ნომერზე რეკავენ კრედიტის ან რეიმე შეღავათიანი პირობების შეთავაზების მიზნით, ასევე ხმას აღტაცების ნოტებით იტკობენ. ისინი პროტენციურ კლიენტს სახელით შეგნებულად მიმართავენ, რათა მათ შორის არსებული დისტანცია შემცირდეს და ნდობის ხარისხი გაიზარდოს. ამ მხრივ საქართველოში **ტბც** ბანკი ყველაზე სანიმუშოა.

კლასიკური მაგალითი, რომელიც ღრმად გააანალიზა სოციოლოგმა ერლი ჰოჩსჩილდმა<sup>32</sup> არის ბორტგამცილებელი. მისი საქმიანობის ნაწილს შეადგენს ის, რომ ბორტგამცილებელი, მიუხედავად იმისა, როგორ გრძნობს თავს, უნდა ილიმებოდეს და იქცეოდეს ხალისიანად და თავდაჯერებულად. ბორტგამცილებლის ღიმილი არის ნაწილი იმისა, რასაც კლიენტი „ყიდულებს“, თვითმფრინავის ბილეთის შექენით.

სოციოლოგიის სხვა თეორეტიკოსები სოციალურ ურთიერთქმედებაში დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ როლის გაცვლას. გაცვლა იმართება ნაცვალგების ფორმით. როდესაც ვინმე ჩვენს მიმართ ყურადღებას იჩენს ან რაიმეს გვაძლევს, ნაცვალგება მოითხოვს, რომ გადავიხადოთ ამ თავაზიანობისათვის და ვანარმოებთ ბალანსს სოციალური აღრიცხვის წიგნში. ის, ვის მიმართაც პირველად გამოვიჩინეთ ყურადღება, ვალდებულია, რომ ახლა მან გადაგვიხადოს.

ისეთ ვირტუალურ სივრცეშიც, როგორცაა ინტერნეტი, სოციალურ ქსელში თუკი ქიბერ-მეგობარმა დაბადების დღე საგანგებოდ არ მოგილოცათ თქვენს კედელზე, თქვენ შესაბამისად თავს არ იწუხებთ მილოცვით, როცა მისი დაბადების დღე მოახლოვდება.

ამგვარად, გაცვლა ახალი სოციალური ვალდებულებების შექმნით აძლიერებს სოციალურ კავშირებს. მხოლოდ საქმიანი მოლაპარაკებებით გაცვლა არ არის შემოფარგლული, არამედ ძირითადი ელემენტებია ყველანაირი სოციალური ურთიერთქმედების დროს.

პიტერ ბლაუმ და ჯორჯ ჰომანსმა<sup>33</sup> კვლავ წამოიწიეს გეორგ ზიმელის ნაშრომში ფესვებგადგმული გაცვლის თეორია. მათ გაანალიზეს სოციალური ქცევის მრავალი ასპექტი, როგორც გაცვლის პროცესები. მოცემული წიგნის მესამე ნაწილში არის ქვეთავი (კერძოდ კი 3.6), სადაც სოციალური გაცვლის თეორია დევიდ მაიერსის „ზიანის მიყენებისა და სიკეთის მიგების“ კონცეფციის კონტექსტში მოექცა. დევიდ მაიერსი გაცვლის თეორიას უწოდებს

---

<sup>32</sup> იხ. კალჰუნი ქრეგ, ლაითი დონალდ, კელერი სუზენ, „სოციოლოგია“, თბილისი, ილია ჭავჭავაძის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2008.

<sup>33</sup> იხ. Курбатов В.И. “Современная западная социология”, Ростов-на-Дону, Феникс, 2004.



ნაცვალგების, „კბილი კბლის წილ“ პრინციპს. ამ პრინციპის საფუძველზე სოციალურ ანთროპოლოგიაშიც განასხვავებენ ალტრუიზმს „მყარი ბირთვით“ და ფსევდო-ალტრუიზმს (რომელიც გულისხმობს იმთავითვე რაციონალურ გათვლა-გაანგარიშებას).

ბლალუ გაცვლას ხედავდა ეკონომიკური კუთხით: იმის გათვალისწინებით, შევიდნენ თუ არა ურთიერთქმედების პროცესში, და თუ შევიდნენ, როგორ გააგრძელონ, ხალხი ანონ-დანონის სხვადასხვა სოციალური ქმედებების ხარჯსა და მოგებას. ჰომანსს გარკვეულწილად განსხვავებული მიდგომა ჰქონდა საკითხთან დაკავშირებით, დაეყრდნო რა ფიზიოლოგიის სკოლის კონცეფციას, რომელსაც ბიჰევიორიზმი ეწოდება, ჰომანსი თვლიდა, რომ ხალხი იმეორებს ქცევას, რომელმაც მათ წარსულში ჯილდო მოუტანა და ერიდება ისეთ ქცევას, რომლის გამოც სასჯელი დაიმსახურეს. ბლალუმაც და ჰომანსმაც წვლილი შეიტანეს რაციონალური შერჩევის თეორიაში, რომელიც განიხილავს შემდეგს: იმის გათვალისწინებით, როგორ იმოქმედონ (და მოახდინონ ურთიერთქმედება), ხალხი გაცნობიერებულად ითვლის ხარჯსა და მოგებას, ჯილდოსა და სასჯელს. ამ შეხედულებით, ყველა სოციალური ქმედება „წინასწარ გააზრებულია“. როდესაც ალტრუისტულ ქცევას ასეთი გათვლების საფუძველზე რაღაც სარჩული აქვს, სოციალურ ანთროპოლოგიაში მას აკლასიფიცირებენ, - განვმეორდებით კიდევ ერთხელ - როგორც „ალტრუიზმს სუსტი ბირთვით“, ხოლო თუკი ეს უანგარო, ვთქვათ ქრისტიანული პათოსით ნაქეზებული ქცევაა, „ალტრუიზმს ძლერი ბირთვით“.

რა თქმა უნდა, ძალაუფლება ზოგიერთ ადამიანს გაცვლიდან აძლევს უფრო მეტი სარგებლის მიღებას. ამის მაგალითია სამსახურში ხელმძღვანელის ქვეშევრდომებისაგან კეთილგანწყობის „მოთხოვნა“. ასევე შესაძლებელია, რომ გაცვლამ შექმნას ძალაუფლება. თანამშრომლებს ერთმანეთის დახმარების იმედი აქვთ მრავალ საკითხში (მაგალითად, ტელეფონს ხელს აფარებენ ლაპარაკის შეწყვეტის დროს ან კომპიუტერების ხელოსანი ეხმარება მათ ახალ პროგრამებში). როგორც წესი, ეს არის „კეთილსინდისიერი გაცვლა“, მაგრამ ზოგიერთი თანამშრომელი (მაგალითად, კომპიუტერებში დახელოვნებული), უფრო მეტ დახმარებას უწევს სხვებს, ვიდრე თვითონ სჭირდება და ამგვარად, სხვები მათ ვალში არიან, რაც შეიძლება ძალაუფლებად ჩაითვალოს.

შეიძლება მსგავსი მაგალითი იყოს უცხო ენის ფლობა. ვთქვათ, როდესაც რთული უცხოენოვანი ტექსტის თარგმნაში ეხმარებით თანამშრომელს, მასში კი პარალელურად თქვენს მიმართ ლოიალობის განცდა იზრდება.

გაცვლა ყოველთვის არ არის „ცივი და ანგარიშიანი“. მშობლებს შეუძლიათ, რომ საკუთარი ინტერესები განირონ თავიანთი შვილების საკეთილდღეოდ და მათი ბედნიერი მომავლისათვის ისე, რომ სულაც არ იფიქრონ ამისთვის რაიმე ჯილდოს მიღებაზე. მოკლედ დამხარება მათ სიამოვნებთ.

ამერიკელი მეცნიერის, დევიდ მაიერსის თქმით, ხშირად „მსგავსი“, მონათესავე გენების მქონე ადამიანები უპირობოდ ეხმარებიან ერთმანეთს. არა მხოლოდ მშობლები, არამედ დედამამიშვილები, ბიძაშვილები. თქვენ წარმოიდგინეთ და ცისფერთვალეცა კი შესაძლოა ინსტინქტურად დაეხმაროს სხვა ცისფერთვალეებს. მაიერსის თქმით ეს ბუნების წესი, ჩვენი ბიოლოგიაა.

ადამიანურ ურთიერთქმედებების ფორმებს ასევე განიხილავს ეთნომეთოდოლოგია. ეთნომეთოდოლოგია ეთნომეთოდების, იმ ხალხური თუ ყოფითი მეთოდების შესწავლაა, რასაც ადამიანები სხვების ქმედებებისა და განსაკუთრებით საუბრის გასაცნობიერებლად იყენებენ. ჩვენ ყველა ვიყენებთ ამ მეთოდებს, როგორც წესი, მათი გაცნობიერების გარეშე. ხშირად, მხოლოდ მაშინ ვხვდებით საუბრის შინაარსს, როცა მისი სოციალური კონტექსტი ვიცით, რაც თავად სიტყვებში არ ჩანს. ეთნომეთოდოლოგია ასევე ეხება იმ მეთოდებსა და გზებს, რითაც ხალხი ქმნის წყობას ყოველდღიურ ურთიერთქმედებებში.

ხაზი უნდა გავუსვავთ, რომ გარფინკელმა<sup>34</sup> შექმნა მეთოდი, რომალსაც breeching ექსპერიმენტს ეძახდა: კულტურის ძალისა და ყოველდღიური სოციალური აღქმის სადემონსტრაციოდ, ის და მისი სტუდენტები სპეციალურად არღვევდნენ ნორმებს და ინერდნენ ხალხის რეაქციას. თავიანთ ოჯახებში სტუმრებივით იქცეოდნენ; ცდილობდნენ, შეძლებისდაგვარად დიდხანს შეენარჩუნებინათ თავაზიანი დისტანცია – საუბრობდნენ მხოლოდ ზოგად საკითხებზე და არა პერსონალურზე; იღებდნენ ნებართვას სააბაზა-

---

<sup>34</sup> იხ. კალჰუნი ქრეგ, ლაითი დონალდ, კელერი სუზენ, „სოციოლოგია“, თბილისი, ილია ჭავჭავაძის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2008

ნოში შესვლაზე, ჭიქა წყალზე; გამოხატავდნენ თავიანთ გულითად მადლობას მასპინძლების მიმართ და რა იყო შედეგი? ოჯახის წევრები ითხოვდნენ ახსნას: რაშია საქმე, რა დაგემართა? ხომ არ გამოგაგდეს? ავად ხომ არ ხარ? ამით რისი დამტკიცება გინდა? რამ გაგაგიჟა? შეიშალე თუ უბრალოდ სულელივით იქცევი? ნორმალური ურთიერთობების აღსადგენად ოჯახის წევრებმა თავიანთი მოსაზრებები ოჯახურ ურთიერთქმედებთა თაობაზე გაკვირვებულნი სახით გამოხატეს.

სხვა breeching ექსპერიმენტში გარფინკელის სტუდენტებმა დაინწყეს მალაზიებში ვაჭრობა, რაც როგორც წესი მიუღებელია; საუბრის დროს უცებ აგრესიულად უახლოვდებოდნენ მოსაუბრეს, რომლისთვისაც ეს ძალიან მოულოდნელი იყო. თითოეული დარღვევა ინვევდა დაბნეულობას და აღელვებას – როგორც სტუდენტებში, ასევე მათ „მსხვერპლშიც“ და ხშირად მწვავე კრიტიკასაც იმსახურებდა. ასეთი დაძაბული რეაქციები ასაბუთებს ხალხის დამოკიდებულების ხარისხს იმ ავტომატურ კანონებზე, მათი მოულოდნელი სოციალური შეხვედრების ფორმირებისას ჩნდება.

შეიძლება დისტანცირების და საკუთარი ზონის საინტერესო მაგალითის მოყვანა ქართული რეალობიდან. ტრანსპორტში ქართველი მამაკაცების გარკვეული ნაწილი რატომღაც მეზობლის სავარძლის ნახევარსაც მოურიდებლად იკავებს. ჯდომის პოზა გამწვანებული ფეხებია. საზოგადოებრივ ტრანსპორტში ეს განსაკუთრებულ უხარხულობას უქმნის გვერდზე მჯდომ ქალს. ის ასეთ შემთხვევაში ვინაიდან შენიშვნის მიცემას და სკანდალს თავს არიდებს, კმაყოფილდება ნახევარი სავარძლით და ზის შეკუმშული.

გვინდა გავიხსენოთ ჩვენი ყოფილი სტუდენტის (სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტში) და ამჟამად ჩვენი კოლეგის, ნოდარ ჟვანიას სადიპლომო ნაშრომი. იგი ერთობ საინტერესო ექსპერიმენტით იყო გაჯერებული. ჟვანიამ გაიმეორა breeching ექსპერიმენტი, ოჯახში იქცეოდა, როგორც ოფიციალურ გარემოში და ცდილობდა ევაჭრა სუპერმარკეტებში. შედეგები იყო განსაცვიფრებელი, ადამიანები დაბნეულნი, გაოგნებულნი და ხშირად გაგულისებულნიც კი იყვნენ. სუპერმარკეტში მის მიმართ განსაკუთრებით მკაცრი ზომების მიღებაც კი განიზრახეს, სანამ საქმის ვითარებას ნათელი მოეფინებოდა.

დავუბრუნდეთ ისევ საუბრების თემას. სოციოლოგია (საკუთრივ მიკროსოციოლოგია) ცდილობს შეისწავლოს როგორ ხდება ადამიანებს შორის ურთიერთგაგება, დაახლოებით ერთნაირი მოლოდინების ჩამოყალიბების ხარჯზე და არამარტო. ყოველდღიური საუბრების ყველაზე უმნიშვნელო ფორმებიც კი რთულ ურთიერთგაგებასა და ცოდნას გულისხმობს. სინამდვილეში, ჩვენი პატარა საუბრები ისე რთულია, რომ დღემდე შეუძლებელია ისეთი სრულყოფილი კომპიუტერის შექმნა, რომელიც ადამიანებთან საუბარს შეძლებდა. ის კი არაა, მეტყველების სინთეზატორებიც კი ხარვეზებით მუშაობენ სპეციალურად უცხო ენების შესასწავლი პროგრამებისთვის დამონტაჟებულნი, მაგალითად ე.წ. მობილური აპლიკაციის „დუოლონგოსი“. ჩვეულებრივ, საუბარში გამოყენებული სიტყვები ყოველთვის არ აღნიშნავს ზუსტ აზრს; ჩვენ „ვაფიქსირებთ“, რა გვსურს ვთქვათ იმის საშუალებით, რაც ხმამაღლა არ გამოგვითქვამს და რაც საუბრის ფონს წარმოადგენს. თუ ანიკა ეკითხება დავითს: „რას აკეთებდი გუშინ?“, არ არსებობს ცხადი პასუხი, რაც თავისთავად, სიტყვებით შეიძლება გადმოიცეს. მთელი დღე საკმაოდ დროს მოიცავს და ლოგიკური იქნება შემდეგი პასუხი: „რვის თექვსმეტ წუთზე გამეღვიძა, რვის თვრამეტ წუთზე ავდექი, შევედი აბაზანაში და კბილები გავიხეხე. რვის ცხრამეტ წუთზე ჩავრთე ცხელი წყალი დასაბანად...“ ჩვენ გვესმის, რომ შეკითხვაზე პასუხი მოითხოვს ანიკასგან იმის კარგ ცოდნას, თუ რა სახის საქმიანობას ეწევიან ისინი ერთად და რას აკეთებს ხოლმე დავითი, ჩვეულებრივ კვირის ამ კონკრეტულ დღეს, სხვა საქმეებთან ერთად. ასევე მექანიზმით მუშაობს შეკითხვა, „რა ხდება შენთან?“, როდესაც კარგა ხნის უნახავი ამხანაგები ერთმანეთს ხვდებიან.

რატომ გამოდიან მოთმინებიდან ადამიანები, როდესაც საუბრის სავსებით უმნიშვნელო კონვენციები ირღვევა? პასუხი ის არის, რომ ჩვენი ყოველდღიური სოციალური ცხოვრების სტაბილურობა და საზრისი დამოკიდებულია გამოუთქმელი კულტურული ვარაუდების გაზიარებაზე იმის თაობაზე, თუ რა და რატომ ითქვა. თუ ამას ცხადად არ მივიღებთ, საზრისის მქონე კომუნიკაცია შეუძლებელი იქნება. ამ შემთხვევაში, ნებისმიერ შეკითხვას ან საუბარს მოჰყვება მასიური „კვლევების პროცედურა“ და ურთიერთქმედება უბრალოდ შეწყდება. ამიტომ ის, რაც ერთი შეხედვით,

საუბრის უმნიშვნელო კონვერციებად გვესახება, სინამდვილეში, ფუნდამენტურია სოციალური ცხოვრებისათვის, ამიტომაცაა, რომ მათი დარღვევა სერიოზულ შედეგებს იწვევს.

როგორც აღნიშნავს როლან ბარტი, ფრანგი პოსტმოდერნისტი, საგაზეთო სტატიები ხშირად იწყება ე.წ. „მკვახე გამონათქვამებით“. ეს ყურადღების მიპყრობის საუკეთესო საშუალებაა და ადამიანები საუბრისას ხშირად მიმართავენ ამ ხრიკს. მაგალითად წამოძახილები „ფუი ეშმაკს“, „ჯანდაბა“, „დალახვროს ეშმაკმა“, „ღმერთო შენ მიშველე“ მაგნიტივით იზიდავს სმენას.

ყოველდღიურ ცხოვრებაში, ზოგ შემთხვევაში, ადამიანები განზრახ აჩვენებენ, რომ არ ესმით, რა იგულისხმება. ეს შეიძლება იმიტომ ხდებოდეს, რომ მოიგერიონ სხვები, დასცინონ მათ, გამოიწვიონ უხერხულობა, ან ყურადღება გაამახვილონ მნიშვნელობის ორაზროვნებაზე.

სოციალური ურთიერთქმედებების ანალიზის ჩარჩოებში საუბრის ფორმებიც არის გათვალისწინებული. საკმაოდ კეთილგონიერი გამოცდილებაა, ხმის ჩამწერით საკუთარი საუბრის მოსმენა ან ჩანაწერის წაკითხვა. საუბრები გაცილებით მეტად დაბნეული, გაუბედავი და გაუმართავია, ვიდრე ეს ბევრ ადამიანს წარმოუდგენია. ინტერნეტში კარგა ხანია გამოქვეყნებულია მერაბ მამარდაშვილის ლექციების აუდიო ვერსიები. ცხადია ეს ჩანაწერები გაკეთებულია გარკვეული მოსამზადებელი სამუშაოების შემდგომ. ჩანაწერები კეთდება დაახლოებით „ღია გაკვეთილების“ პრინციპით. ჩვეულებრივ რეჟიმში ლექცია ისეთივე საინტერესოა, თუმცა ნაკლებად დემონსტრაციული. კამერის წინ, ხმის ჩამწერის ღილაკზე დაჭერის შემდგომ ადამიანები ოდნავ განსხვავებულად იწყებენ მეტყველებას, შეიძლება ითქვას საჯაროობა მეტყველებას მეტ პენს მატებს. წიგნებში პერსონაჟებს შორის გამართული დიალოგები კი მითუმეტეს ცხადია განსხვავდება ცოცხალი საუბრებისაგან. გმირები მწერლების ნყალობით მუდმივად კოკობზიკობენ, დახვეწილი სალიტერატურო ენით გამოხატავენ საკუთარ თავს. თუმცა ისიც მართალია, რომ ადამიანები ზოგადად ორ ტიპად შეიძლება დავეყოთ მათი ლაპარაკის მანერის მიხედვით: ისინი, ვინც შორისდებულებით და ნაცვალსახელებით ძლივსლა, რის ვაი ვაგლახით გამოხატავენ საკუთარ სათქმელს, ანუ შეზღუდული კოდით. და ისინი, ვისაც დახვეწილად ლაპარაკი სჩვევიათ, იყენებენ

საუბრის დროს მდიდარ ლექსიკურ მარაგს, გამომდინარე მათი ნიგნიერებიდან და ნაკითხობიდან. ყოველივე ამაზე არსებობს საკმაოდ საინტერესო თეორია ბაზილ ბერნშტაინისა, რომელსაც ცალკე ფურცლებს დავუთმობთ თავში კონკრეტულად ენის და ენობრივი კოდების შესახებ.

გოფმანის ნაშრომით სამოქალაქო უყურადღებობის შესახებ, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ყოველდღიური საუბრების ანალიზი სოციოლოგიის მთავარ ინტერესს ნაკლებად შეესაბამება; მართლაც, ბევრი სოციოლოგი სწორედ ამის გამო იყო კრიტიკული ეთნომეთოდოლოგიური კვლევების მიმართ (ეთნომეთოდოლოგიის ფუძემდებელი ჰაროლდ გარფინკელია, თუმცა საუბრების კვლევაზე ძლიერი გავლენა ირვინ გოფმანის შრომებმა მოახდინა). ზოგიერთი არგუმენტი, რომელიც თვალსაჩინოს ხდის, თუ რატომაა გოფმანის ნაშრომი ასე მნიშვნელოვანი სოციოლოგიისათვის, ასევე წარმატებით შეგვიძლია განვავრცოთ ეთნომეთოდოლოგიაზე. ყოველდღიური საუბრის შესწავლამ დაგვანახა, თუ როგორი რთულია იმ ენის ფლობა, რასაც ჩვეულებრივი ადამიანები იყენებენ. სწორედ ამას ადასტურებს კომპიუტერული პროგრამირებისას გამოწვეული უდიდესი სირთულეები, განეხორციელებინათ ის, რასაც ადამიანები საუბრისას ძალისხმევის გარეშე აკეთებენ. ამასთან ერთად, საუბარი სოციალური ცხოვრების ნებისმიერი სფეროს არსებითი ელემენტია. პრეზიდენტი ნიქსონისა და მისი მრჩეველების უოტერგეიტის ჩანაწერები, სხვა არაფერი იყო, თუ არა საუბრის ჩანწერა, თუმცა მათ დაგვანახეს უმაღლესი დონის პოლიტიკური ძალაუფლების გამოვლინება.

სოციალური ურთიერთქმედებების ჩარჩოში აუცილებლობით მოექცევა კონტაქტები. მრავალ სოციალურ სიტუაციაში ჩვენ ვერთვებით, როგორც ამას გოფმანი უწოდებს, არაფოკუსირებულ ურთიერთქმედებებში სხვებთან. არაფოკუსირებული ურთიერთქმედება მაშინ ხდება, როდესაც ინდივიდები დაუფარავად გამოხატავენ, რომ შეამჩნიეს ერთმანეთი. ეს ჩვეულებრივ, ადამიანთა დიდი თავშეყრის ადგილებში ხდება, მაგალითად, გადატვირთულ ქუჩაზე, თეატრში ან წვეულებაზე, სადაც ადამიანები სხვების თანდასწრებით არიან. თუნდაც არ ჰქონდეთ ერთმანეთთან საუბრის საშუალება, ისინი გამუდმებით ურთიერთობენ არავერბალური კო-

მუნიკაციების გზით, კერძოდ, პოზით, სახის გამომეტყველებით და შესტებით.

ფოკუსირებულია ურთიერთქმედება, როდესაც ინდივიდები უშუალოდ ადევნებენ თავლყურს, თუ რას ამბობენ ან აკეთებენ სხვები. გარდა იმ შემთხვევებისა, როცა ვინმე მარტო დგას, ვთქვათ, წვეულებაზე, მთელი ურთიერთქმედება გულისხმობს ორივეს, ფოკუსირებულსა და არაფოკუსირებულ გაცვლებს. ფოკუსირებული ურთიერთქმედების შემთხვევას გოფმანი კონტაქტს უწოდებს. ჩვენი ყოველდღიური ცხოვრების დიდი ნაწილი სხვა ადამიანებთან კონტაქტებისაგან შედგება – ოჯახთან, მეგობრებთან, თანამშრომლებთან, რაც ხშირად მიმდინარეობს სხვა დამსწრე პირებთან არაფოკუსირებული ურთიერთქმედების ფონზე. მოკლე საუბრები, სემინარული დისკუსიები, თამაშები და რუტინული პირისპირი კონტაქტები (ბილეთების გამყიდველებთან, ოფიცინტებთან, მაღაზიის გამყიდველებთან და ა.შ.) – ყველა კონტაქტების მაგალითია.

კონტაქტებს სჭირდება „გახსნა“, რაც მოქალაქეობრივი უყურადღებობისაგან გათავისუფლებაზე მიუთითებს. როცა უცხო სხვები და საუბარს იწყებ, მაგალითად, წვეულებაზე, მოქალაქეობრივი უყურადღებობის შეწყვეტა ყოველთვის რისკს შეიცავს, ვინაიდან, შესაძლოა, სწორად ვერ გაიგონ კონტაქტის მოტივაცია და ხასიათი. ამიტომ, თვალებით კონტაქტი, პირველად, შეიძლება ორაზროვანი და გამოსაცდელი იყოს.

იან შჩეპანსკი თვალებით კონტაქტს უწოდებს ფსიქოლოგიურ კონტაქტს და მას ხანდახან „ღრმა“ ურთიერთობისაკენ გადადგმულ ნაბიჯად მიიჩნევს. როგორც ხატოვნად უთქვამს ქართველ პოეტს „მიყურე დიდხანს... შენ ჩემს თვალებში საშინელება იგრძენი განა?!...“, თვალები სულის სარკეა და მას კომუნიკაციის ობიექტზე მანიპულირებისთვის არცთუიშვიათად მიმართავენ.

თუ შესავალი ნაწილი მიღებული არ იქნა, მაშინ პიროვნებამ შეიძლება იმოქმედოს ისე, თითქოს მას პირდაპირი ნაბიჯი არ გადაუდგამს. ფოკუსირებული ურთიერთქმედებისას, თითოეული პიროვნება ურთიერთობს როგორც სახის გამომეტყველებით და შესტებით, ისე სიტყვებით. გოფმანი ინდივიდებს გამოხატვის ორი ტიპის მიხედვით განასხვავებს: ისინი, ვინც „გადმოსცემენ“ და ისინი, ვინც „გამოსცემენ“. პირველი არის სიტყვები და სახის გამომეტ-

ყველება, რასაც ადამიანები იყენებენ გარკვეული შთაბეჭდილებების მოსახდენად. მეორე არის მინიმუმები, რომლითაც სხვებმა შეიძლება შეამონმონ მათი გულწრფელობა და სიმართლე. მაგალითად, რესტორნის მეპატრონე თავაზიანი ღიმილით უსმენს სტუმრების მტკიცებებს, თუ როგორ მოენონათ კერძები, იმავდროულად აკვირდება რა, როგორი კმაყოფილები იყვნენ ჭამის დროს, რამდენი დარჩათ თევშზე და ხმის ინტონაციას, რომელიც გამოიყენეს თავიანთი კმაყოფილების გამოსახატავად.

სოციალური ურთიერთქმედების განხილვითაა დაკავებული ე.წ „დრამატურგიული მიდგომა“. დრამატურგიული მიდგომის ლიდერი ირვინ გოფმანი (1959-1974წწ.) სოციალურ ცხოვრებას ხედავდა, როგორც იმპროვიზირებული თამაშებისა და სკეტჩების სერიებს. თითოეულ სოციალურ სიტუაციას აქვს თავისი სცენარი, რომელიც ხაზს უსვამს იმ ზოგად პირობებს, რა არის მოსალოდნელი და რომელი როლების თამაშია საჭირო. თუმცა, ნამდვილი თეატრის საპირისპიროდ, არ არსებობს რაიმე დირექტივა.

ნამდვილ თეატრში მსახიობები ცდილობენ დაარწმუნონ მაყურებელი, რომ სწორედ ის მოქმედი გმირები არიან, რასაც თამაშობენ. თითქმის ამავე გზით, სოციალურ ურთიერთქმედებაში მონაწილეები იქცევიან ისე, რომ დაარწმუნონ აუდიტორია (სხვა მონაწილეები) მათ მიერ შესრულებული როლების ბუნებრიობაში.

ბევრ ადამიანს ცხოვრებაში ყავს ეტალონი, ე.წ კუმირი, იქნება ეს ჰოლივუდის ვარსკვლავი, ნიგნის პერსონაჟი თუ პოლიტიკოსი ან საზოგადო მოღვაწე. ამ შემთხვევაში მათი ჰაბიტუსი მიბაძვის ეტალონთან გარეგნულადაც ხდება მისადაგებული (მაგალითად, ერნესტო ჩე გევარათი ალტაცებული ახალგაზრდა, ხდება ხოლმე რომ გვერდზე მოქცეულ ბერეტს თავისი გარდერობის განუყოფელ აქსესუარად აქცევს, ან ბიტლომანი სათვალე „ლენონებსა“ თუ „მაკარტნებს“), რომ არაფერი ვთქვათ მათი ქცევისა და ლაპარაკის მანერის კოპირებაზე. ესაა შემთხვევა, როცა გაუცნობიერებლად ან გაცნობიერებულად ცდილობთ გახდეთ თქვენი იდეალის დუბლიკატი, თავისებური დრამატურგია.

გოფმანი და სოციალური ურთიერთქმედებების სხვა მკვლევარები, სოციალური ურთიერთქმედების ანალიზისას, როგორც ვნახეთ, ხშირად იყენებენ თეატრალურ ტერმინოლოგიას. მაგალითად, ცნება – სოციალური როლი, თეატრალურ გარემოში წარმოიშვა.



როლები სოციალურად განსაზღვრული მოლოდინებია, რომ პიროვნება მოცემულ სოციალურ პოზიციას იზიარებს. მასწავლებლად ყოფნა ნიშნავს სპეციფიკური პოზიციის დაკავებას; მასწავლებლის როლი გულისხმობს, თავისებური ფორმით წარდგეს თავისი მოსწავლეების წინაშე. გოფმანი სოციალურ ცხოვრებას განიხილავს, როგორც სცენაზე ან ბევრ სცენაზე როლის შესრულებას, ვინაიდან ჩვენი მოქმედება დამოკიდებულია იმ როლებზე, რომლებსაც კონკრეტულ დროში ვასრულებთ. ეს მიდგომა როგორც ვთქვით, მიეკუთვნება დრამატურგიულ მოდელს, რომელიც განიხილავს სოციალურ ცხოვრებას, როგორც თეატრალურ დრამას. ადამიანები მგრძნობიარენი არიან იმის მიმართ, თუ როგორ აღიქვამენ მათ სხვები და იყენებენ შთაბეჭდილებების მართვის ფორმებს, რომ აიძულონ სხვები, ისეთი რეაქცია ჰქონდეთ მათზე, როგორც თავად სურთ. მიუხედავად იმისა, რომ ზოგჯერ ამას გამიზნულად ვაკეთებთ, ჩვეულებრივ, ეს გაცნობიერების გარეშე ხდება. როდესაც აღექსანდრე საქმიან შეხვედრებს ესწრება, მას კოსტუმი აცვია, ყელსახვევი უკეთია და საუკეთესოდ იქცევა; როდესაც ფეხბურთის მატჩზე ისვენებს მეგობრებთან ერთად, მას ჯინსები და სვიტრი აცვია და ძალიან ბევრს ხუმრობს. ეს არის შთაბეჭდილების მართვა.

გოფმანი თვლიდა, რომ სოციალური ცხოვრების დიდი ნაწილი შეიძლება გაიყოს წინა და უკანა პლანებად. წინა პლანი მოიცავს სოციალურ სიტუაციებს ან კონტაქტებს, რომლებშიც ინდივიდები ასრულებენ ფორმალურ როლებს; ეს „სცენიური წარმოდგენებია“. წინა პლანის წარმოდგენების შექმნა ხშირად გუნდური მუშაობით ხორცილდება. ორ ცნობილ პოლიტიკოსს საერთო გუნდიდან, შეუძლია, დადგას კარგად დამუშავებული წარმოდგენა ერთიანობისა და მეგობრობის შესახებ სატელევიზიო კამერის წინ, მაშინაც კი, თუ მთელი გულით სძულთ ერთმანეთი. ცოლ-ქმარმა შეიძლება დამალოს უთანხმოება ბავშვის წინაშე, შეინარჩუნოს რა ჰარმონიის წინა პლანი და მხოლოდ მაშინ წაეკიდონ ერთმანეთს, როცა ბავშვები უსაფრთხოდ არიან ჩანოლილი ლოგინში.

უკანა პლანი ის არის, სადაც ადამიანები აგროვებენ რეკვიზიტს და ემზადებიან ურთიერთქმედებისათვის უფრო ფორმალურ გარემოში. უკანა პლანი თეატრის კულისებს ან ფილმის გადაღებისას, გადამღები კამერის უკან აქტივობას ჰგავს. როდესაც ადამიან-

ნები სცენის უკან უსაფრთხოდ არიან, მათ შეუძლიათ განიტვირთონ, თავისუფლად გამოხატონ გრძნობები და ქცევის სტილი თავისუფალი გახადონ, რასაც ისინი აკონტროლებენ წინა პლანზე ყოფნისას.

უკანა პლანის შესატყვისი გარდერობიც კი არსებობს. მაგალითად სპორტულები, აბაზანის ხალათი, სამზარეულოს წინსაფარი, ოთახის ჩუსტები და პიჟამა. კარგად გვაქვს გათავისებულები, რომ ასეთ ფორმაში ფოტოს არ ვიღებთ, ვინაიდან ფოტო წინა პლანისთვისაა განკუთვნილი და დღეს უკვე სოციალურ ქსელში ის თვითპრეზენტაციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ელემენტია. ამიტომც სოციალურ ქსელში, საკუთარ პროფილზე ატვირთული ფოტოების მიერ მოპოვებული ენ. მომწონსების რაოდენობა ასე გვახარებს. მოდურებული მოძრაობები და სახის აბეზარი გამომეტყველება ასევე გაცემს უკანა პლანს. შეიძლება გადაჭარბებულად მოგეჩვენოთ, მაგრამ ხმის ინტონაციაც კი იცვლება ადამიანისა „შინ“ და „გარეთ“ საუბრის შემთხვევაში. ადამიანები „ხმას ინმენდენ“ როდესაც ტელეფონზე სურთ დამაჯერებლად „ალოოს“ თქმა.

იმის ცოდნა, თუ როგორაა გადანაწილებული აქტივობები დროსა და სივრცეში, ფუნდამენტურია კონტაქტების ანალიზისას და ზოგადად, სოციალური ცხოვრების გასაგებად. ყველა ურთიერთქმედება სიტუაციურია – კონკრეტულ ადგილას ხდება და დროში სპეციფიკური ხანგრძლივობა აქვს. დღის განმავლობაში ჩვენი ქმედებები როგორც ვიცით, ისევე დროით ზონებადაა, ანუ მონაკვეთებადაა დაყოფილი. ასე, მაგალითად, ადამიანების უმეტესობა სამუშაოზე ატარებს „მონაკვეთს“ დღის 9 საათიდან საღამოს 6 საათამდე. მათი ყოველკვირეული დროც ასევე მონაკვეთებადაა დაყოფილი: ისინი, როგორც ჩანს, სამუშაო დღეებში მუშაობენ და კვირის ბოლოს სახლში ატარებენ, ცვლიან რა აქტივობების სახეს შაბათ-კვირას. დღის მონაკვეთების ცვლის კვალდაკვალ, ჩვენ სივრცეშიც ვმოძრაობთ: ქალაქის ერთი მონაკვეთიდან მეორეში სამსახურში მისასვლელად, შესაძლოა, ავტობუსი გამოვიყენოთ. როდესაც სოციალურ ურთიერთქმედებას ვაანალიზებთ, ხშირად სასარგებლოა, დავაკვირდეთ ადამიანების გადაადგილებას და ვიცოდეთ დროით-სივრცითი კონფერენცია. ფრანგი სოციოლოგი მიშელ ფუკო თავის ნაშრომში „ზედამხედველობა და დასჯა“ განიხილავდა ჩვენი გარემომცველი რეალობის სივრცულ-დროით დაყოფას და მიიჩნევდა,

რომ იგია ერთ-ერთი მძლავრი საშუალება სახელმწიფოს მხრიდან ადამიანებზე კონტროლის შესანარჩუნებლად.

ცნება რეგიონალიზაცია დაგვეხმარება გავიგოთ, თუ როგორ არის სოციალური ცხოვრება დაყოფილი ზონებად დროსა და სივრცეში. მაგალითისათვის ავიღოთ კერძო სახლი. თანამედროვე სახლი რეგიონალიზირებულია ოთახებად, კორიდორებად, სართულებად, თუ სახლი ერთ სართულზე მაღალია. ეს სივრცეები არ არის მხოლოდ ფიზიკურად გამოყოფილი ადგილები, არამედ დროშიც „ზონირებულია“. სასტუმრო ოთახები და სამზარეულო, უმთავრესად დღის საათებში გამოიყენება, სანოლი ოთახები – ღამით. ურთიერთქმედება, რაც ამ რეგიონებში ხდება, დროითი და სივრცითი საზღვრებითაა შეზღუდული. სახლის ზოგიერთი ადგილი უკანა პლანს ქმნის, სხვებში კი „წარმოდგენები სრულდება“.

ფრანგმა მეცნიერმა, ანალთა სკოლის წარმომადგენელმა ფერნანდ ბროდელმა თავის ტრილოგიაში „მატერიალური ცივილიზაცია“ შეისწავლა ევროპაში გავრცელებული საცხოვრისის ტიპები და მათი ე.წ. ზონირების წესი. დიდ ქალაქებში, მისი თქმით, იყო ასეთი ტენდენცია, სარდაფები როგორც წესი ბოგანოებს ეკავათ, შუა სართულები შეიძლებულ ქალაქელებს, აი, სხვენზე კი მუდმივად ღარიბი სტუდენტები ან ბოჰემის წარმომადგენლები სახლობდნენ. გლეხურ დასახლებაში იყო ასეთი ტენდენცია: სახლები ზონებად არ იყო დაყოფილი, ანუ ცალკე არ გამოიყოფოდა სასტუმრო, სასადილო და საძინებელი ოთახები, ყველაფერი ერთ დიდ ღია სივრცეში იყრიდა თავს. ის კი არადა, ხანდახან ბოსელიც ზედ სახლს იყო მიშენებული. ამით ბროდელი ხაზს გაუსვამდა, რომ გლეხების ცხოვრება მწირი და ერთგანზომილებიანი იყო.

სოციალური ურთიერთობების ჩარჩოებში უნდა ვახსენოთ ჰარვეი საჩსი, რომელიც ირვინ გოფმანის სტუდენტი იყო და ჰაროლდ გარფინკელის კოლეგა. როგორც ქრეგ კალჰუნი აღნიშნავს „სოციოლოგიაში“ ჰარვეი საჩსი გახლდათ საუბრის ანალიზის პირველი მკვლევარი. მან შეიმუშავა მეთოდი: იწერდა შემთხვევით საუბრებს და ახდენდა მათ დეტალურ ანალიზს. ის იკვლევდა შემთხვევით სატელეფონო საუბრებს მეგობრებს შორის, არაფორმალურ საუბრებს სამსახურში, ზარებს სასწრაფო დახმარების სამსახურებში, ჯგუფური თერაპიის სესანსებსა და რადიოსაუბრებსაც

კი. მას აინტერესებდა არა მხოლოდ კონტექსტი ან საუბრის შინა-არსი, არამედ თავად საუბარი – თუ როგორ წყვეტდა ხალხი ვისთან, როდის და რამდენ ხანს ელაპარაკა. ეს არის მნიშვნელოვანი არა მხოლოდ არაფორმალური ურთიერთქმედებისათვის, არამედ ბიუროკრატიული სრუქტურების მუშაობისთვისაც. საჩსმა აღმოაჩინა, რომ ყველა საუბარს ჰქონდა გარკვეული საერთო დამახასიათებელი თვისება: ხან ერთი პიროვნება საუბრობს, ხან – მეორე; გადასვლა ერთიდან მეორეზე არის ხშირი და სწრაფი და იშვიათია პაუზა და ერთდროული ლაპარაკი. შუა საუბარში ჩნდება „რიგის დაკავების“ კონცეფცია. რიგი მოქმედებს, როგორც მბრუნავი კარი, რომელიც აკონტროლებს საუბრის დროს შემოსულ და გასულ მოსაუბრეებს. პაუზები, ძალიან ხანგრძლივი რიგები და რიგის დათმობაც კი დასაბუთებული უნდა იყოს.

დებორა ტანენმა<sup>35</sup>, იმის საფუძველზე, რომ განსხვავებული სქესი სხვადასხვაგვარად იყენებს სასაუბრო ტექნიკას, განაალიზა გაუგებრობა მამაკაცსა და ქალს შორის. მამაკაცი საუბარს განიხილავს, როგორც გარკვეულ შეჯიბრს, სადაც არიან გამარჯვებულები და დამარცხებულები; ზოგადად მამაკაცი თითქოს საუბრისას კალკულაციას ეწევა. მაგალითად, დაახლოებით ასე: „ერთით ნოლი“, „ერთით ერთი“. ხანდახან ეს სიტყვებზე გამოკიდება გროტესკულ ხასიათსაც იძენს. მათი მთავარი მიზანია დაიცვან თავი, რომ არ იყოს ვინმე მათზე წინ და თვითონ არ დამარცხდნენ. ქალები საუბარს განიხილავენ, როგორც ურთიერთთანამშრომლობას, რომლის მიზანიც სოციალური კავშირების ხელახლა დამტკიცებაა. შედეგად, მამაკაცები და ქალები საუბრისას ზოგჯერ ვერ ახერხებენ ერთმანეთის ბოლომდე გაგებას.

ქალები საუბრისას ხშირად იყენებენ ფრაზებს „საყვარელო“, „ჩემო კარგო“, „ჩემო სიხარულო“. მამაკაცები, ყოველ შემთხვევაში ქართულ რეალობაში „ლომო“, „ძმაო“, „ძმის გულო“, „კაცური კაცი“.

---

<sup>35</sup> იხ. კალჰუნი ქრეგ, ლაითი დონალდ, კელერი სუზენ, „სოციოლოგია“, თბილისი, ილია ჭავჭავაძის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2008.

## 1.6. ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციები

თითოეული ადამიანი, როგორც საზოგადოების წევრი, მონაწილეობს სოციუმის ცხოვრებაში. მონაწილეობა გულისხმობს ინტერაქციას მეორესთან, მსგავსთან და რაც მთავარია, ინტერაქცია შეუძლებელია კომუნიკაციური აქტის გარეშე. კომუნიკაცია არის სწორედ ის ცნება და მოვლენა, რომელიც შესაძლებელს ხდის ადამიანთა თანაცხოვრებას, მათ ურთიერთობას, მათ აქტივობას. კომუნიკაცია წარმოადგენს ეფექტური ურთიერთობისთვის ინფორმაციის გაცვლის პროცესს, ცხოვრება კი ამ ურთიერთობას ემყარება.

XIX საუკუნის გერმანელი ფილოსოფოსი, ეკონომისტი, სოციოლოგი, პოლიტიკური თეორეტიკოსი კარლ მარქსი წერდა: „... ადამიანის არსება როდია აბსტრაქტი, რაც დამახასიათებელია ცალკეული ინდივიდისთვის. თავის სინამდვილეში იგი ყველა საზოგადოებრივი ურთიერთობების ერთობლიობაა“<sup>36</sup>. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ადამიანი სოციალურ ურთიერთობაში მყოფი არსებაა. ადამიანს ადამიანის გარეშე ცხოვრება არ შეუძლია და ეს მისი არსებობის წესია. რაც უფრო მტკიცე, ძლიერი და ღრმაა ეს ურთიერთობები, მით უფრო მტკიცე, ძლიერი და ღრმაა თავად საზოგადოების პროგრესიც. სოციალური ურთიერთობები კი სოციალური კომუნიკაციის გარეშე წარმოუდგენელია. ისევე როგორც, სოციალური კომუნიკაცია ადამიანთა შორის ურთიერთობას გულისხმობს.

ადამიანის როგორც სოციალურ – კომუნიკაციური არსების სპეციფიკა მისი ვერბალურობაა; ანუ ადამიანი ერთადერთი არსებაა, რომელსაც გააჩნია ენა როგორც დანაწევრებული მეტყველება და ერთადერთია, რომელიც ფლობს სიტყვას ურთიერთობისათვის. XX საუკუნის გერმანელი ფილოსოფოსი, ეგზისტენციალიზმის ერთ-ერთი ფუძემდებელი მარტინ ჰაიდეგერი წერდა: „კაცის ლაპარაკობს... ჩვენ მუდმივად ვლაპარაკობთ... კაცს ენა ბუნებიდანვე თან დაჰყვება. არსებობს სწავლება, რომ... ადამიანი მოლაპარაკე არსებაა... არის მტკიცება იმისა, რომ მხოლოდ ენა ჰხდის კაცს იმგვარ არსებად, როგორცაა ადამიანი“. ამიტომ, ადამიანი

<sup>36</sup> კარლ მარქსი. თეზისები ფოიერბახის შესახებ“. გვ., 3

როგორც Homo Sapiens (გონიერი, მოაზროვნე არსება) თავის თავად გულისხმობს ადამიანს როგორც Homo Loguens (მოსაუბრე, მეტყველ არსებას). ამდენად, ვერბალური კომუნიკაბელობა ადამიანის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ნიშან-თვისებაა. ის იმდენად ძირეულია მისთვის, რომ მისი ცხოვრების არსებით მახასიათებელს წარმოადგენს. აქედან გამომდინარე, ჩვენ წინაშე დგას ამოცანა, განვიხილოთ ვერბალური კომუნიკაციის ძირითადი ასპექტები.

კომუნიკაციის პროცესი ადამიანების მიერ მათი განსხვავებული იდეების, ინტერესების, განწყობებისა თუ გრძნობების გაცვლის პროცესია. ამ პროცესის გამართულად ფუნქციონირებისათვის საკაცობრიო კულტურამ შექმნა თავისი საკუთარი ენობრივი სისტემა, რომლის სხვადასხვა ფორმებს ვერბალური კომუნიკაციის საშუალებებს უწოდებენ. *ვერბალური კომუნიკაცია გულისხმობს ენობრივ მიმართებებს, რომელიც ვლინდება მოსაუბრეთა მიერ აზრების, ინფორმაციის, ემოციური განცდების გაცვლაში. ენა კომუნიკაციის მიზნით სიტყვების გამოყენების შესაძლებლობაა. ენაში კი ყოველ სიტყვას სპეციალური, მხოლოდ მისთვის დამახასიათებელი მნიშვნელობა ენიჭება. მას (სიტყვას) უდიდესი ძალა გააჩნია ადამიანთა ურთიერთობის, კომუნიკაციის პროცესში. უფრო მეტიც, „საზოგადოება არა მარტო არსებობს კომუნიკაციის... მეშვეობით, არამედ... იგი სწორედ მხოლოდ კომუნიკაციაში არსებობს“.*<sup>37</sup> ასე, რომ ადამიანური სივრცე წარმოუდგენელია ვერბალური კომუნიკაციის გარეშე, რომელიც, როგორც აღვნიშნეთ, სწორედ სიტყვის საშუალებით ხორციელდება.

ვერბალურ კომუნიკაციას ორი აუცილებელი მხარე აქვს: სუბიექტი და ობიექტი. აქედან პირველი ვერბალური კომუნიკაციის აქტიური პირია, ხოლო მეორე – პასიური პირი.<sup>38</sup> სწორედ სუბიექტსა და ობიექტს შორის სიტყვის მეშვეობით ურთიერთობის დამყარებას ემსახურება ვერბალური კომუნიკაცია. ეს მისი უშუალო და საბოლოო მიზანიცაა.

---

<sup>37</sup> მურათ შონია, ვერბალური კომუნიკაციის სოციოლოგია. გვ. 40.

<sup>38</sup> თუმცა უნდა აღვნიშნოთ, რომ ვერბალური კომუნიკაციის სუბიექტი, ერთ შემთხვევაში, შეიძლება აღმოჩნდეს მისი ობიექტი, მეორე შემთხვევაში და პირიქით.

ვერბალურ კომუნიკაციაზე მსჯელობისას აუცილებლად უნდა შევეხოთ ისეთ ასპექტს, როგორცაა ენისა და აზროვნების მასთან დამოკიდებულების საკითხი. ენა აზრის უშუალო სინამდვილეა: როგორც ენა არ არსებობს აზროვნების გარეშე, ისე აზროვნება მხოლოდ ენის მეშვეობით ხორციელდება. როგორც აღვნიშნეთ, ადამიანი როგორც Homo Sapiens, ამავე დროს Homo Loguens -ია. ჩვენ სრული უფლება გვაქვს ფრანგი ფილოსოფოსის, რაციონალიზმის ფუძემდებლის რენე დეკარტეს დებულების პერიფრაზირებით, განვაცხადოთ: „მეტყველებ, მაშასადამე ვაზროვნებ“. ასევე: რადგან აზროვნება არ არსებობს ენის/მეტყველების გარეშე, რადგან ყოველი აზრი, იდეა უკვე გულისხმობს მას როგორც სიტყვას, ჩვენ სრული უფლება გვაქვს ვთქვათ: „ვაზროვნებ, მაშასადამე ვმეტყველებ“. ადამიანი როგორც Homo Sapiens, ამავე დროს Homo Loguens -ია, ისევე როგორც ადამიანი როგორც Homo Loguens, იმავე დროს Homo Sapiens-ია. „ეს ორი რამ ერთი „ორგანული მთლიანობაა“, და, მართლაც, თუ ადამიანი მეტყველი არსებაა, მაშინ იგი აუცილებლად მოაზროვნე არსებაცაა და, პირიქით, თუ იგი მოაზროვნე არსებაა, მაშინ იგი აუცილებლად მეტყველი არსებაცაა“. <sup>39</sup> ადამიანები აზრის/იდების და სიტყვის/ენის მეშვეობით შედიან ერთმანეთთან ვერბალურ კომუნიკაციაში და სწორედ ამ ერთიანობაშია ადამიანის უნიკალური არსების თავისებურებაც. ეს ორი გარემოება (ენა და აზრი, მეტყველება და აზროვნება) წარმოადგენს ვერბალური კომუნიკაციის აუცილებელ პირობებს.

ენა როგორც სიტყვების მონესრიგებული მთლიანობა ვერბალური კომუნიკაციის უშუალო საფუძველია. <sup>40</sup> როგორც გერმანელი ფილოსოფოსი მარტინ ჰაიდეგერი წერდა: „ენა ყოფიერების სახლია“, გამოხატავს იმ ვითარებას, რომ ენა ადამიანის „საცხოვრისია“, სახლია, ადამიანის შინყოფნაა, ადამიანური ცხოვრების „გამჭოლი“, მისი „მოუცილებელი“ მხარეა. სწორედ ამიტომ, თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, ადამიანის სოციალიზაცია იწყება „ენის ამოდგმით“ და მთავრდება, როცა იგი წყვეტს მეტყველებას, „იდუმებს ენას“.

ენას როგორს სოციალურ მოვლენას სამი ფუნქცია აქვს:

---

<sup>39</sup> მურათ შონია, ვერბალური კომუნიკაციის სოციოლოგია. გვ. 63

<sup>40</sup> ენა, როგორც მთელი, მოიცავს სიტყვებს როგორც მის ელემენტებს.

*სიგნიფიკაციის* – ენა როგორც აზრთა აღნიშვნის საშუალება (აზრით გამოხატული ცნებების აღმნიშვნელი).

*ექსპრესიის* – ენა როგორც აზრთა გამოხატვის საშუალება (ცნებების ამ აზრებით გამომხატველი).

*კომუნიკაციის* – ენა როგორც აზრთა ურთიერთგაგებინების საშუალება.

ამ სამი ფუნქციიდან პირველი ორი მესამეს ემსახურება იმდენად, რამდენადაც „ადამიანს აზრთა გამოხატვა ცნებებში და მათი აღნიშვნა სიტყვებში სწორედ იმისათვის სჭირდება, რომ ამის საშუალებით სწორედ ადამიანთა შორის ურთიერთგაგებას მიაღწიოს“<sup>41</sup>. ამიტომ, ენა მოკლედ შეიძლება ასეც განვმარტოთ: ენა ადამიანთა შორის ურთიერთგაგების საშუალებაა, რადგან ენის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფუნქცია სწორედ კომუნიკაციური ფუნქციაა. „ენა – ურთიერთობისა და აზრის გამოხატვის საშუალებაა... ენა ემსახურება კომუნიკაციას, ის მთავარი, ყველაზე ესქპლიციტური, ოფიციალური და სოციალურად აღიარებულია კომუნიკაციური ქმედების სახეებს შორის“<sup>42</sup>. ეს კი, თავის მხრივ, ნიშნავს, რომ ადამიანის ენა მისი როგორც Homo Sapiens-ის ენაა. კავშირი ენასა და აზროვნებას შორის იმდენად მჭიდროა, რომ არ არსებობს ერთი მეორის გარეშე და პირიქით. ორივე ადამიანის ფუნდამენტური თვისებაა.

ერთმანეთისგან განასხვავებენ ბუნებრივ და ხელოვნურ ენებს. მიუხედავად იმისა, რომ ბუნებრივი ენა წმიდა „ადამიანური“ მოვლენაა, იბადება და ვითარდება ადამიანთან ერთად, ხოლო ხელოვნური ენა ადამიანის მიერ საგანგებოდ შექმნილი ენაა რაიმე მიზნისთვის, ორივე ენას ერთი და იგივე მიზანი აქვს: ემსახუროს ადამიანს, დაეხმაროს მას ურთიერთობის დამყარებას, შენარჩუნებასა და განვითარებაში, სოციალური კომუნიკაციის გაძლიერებაში. ეს ერთი და მეორე: მიუხედავად იმისა, რომ არსებობს სხვადასხვა ენა – ნაციონალური, ინტერნაციონალური, კუთხური, სალიტერატურო თუ არასალიტერატურო, ეგ. წ. საგარეო და საშინაო ენები, „ჟარგონის“ ენა და ა.შ. ყოველი მათგანი მაინც ემსახურება სოციალური კომუნიკაციის მიზანს. თუმცა აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ზოგადად წარმატებული

<sup>41</sup> მურათ შონია, ვერბალური კომუნიკაციის სოციოლოგია. გვ. 73

<sup>42</sup> С. Г. Тер-Минасова. Язык и межкультурная коммуникация. გვ. 11.



სოციალური კომუნიკაციისთვის მხოლოდ ის ენაა ღირებული, რომელიც ემსახურება სოციალურ პროგრესს და ადამიანის ცხოვრებაში ჰარმონია შემოაქვს.

კიდევ ერთი საკითხი. ჩვენ გლობალიზაციის ეპოქაში ვცხოვრობთ და მსოფლიო გაერთიანება ლოგიკურად სვამს კითხვას ერთიანი მსოფლიო ენის არსებობის თაობაზე: ერთიანი მსოფლიოში გლობალური ენა ერთადერთი უნდა იყოს თუ ამ გლობალურ ენასთან ერთად უნდა დარჩეს მსოფლიოს ყველა ენა და მხოლოდ ერთ-ერთი მათგანი უნდა შეირჩეს საყოველთაო სარგებლობისთვის, რომელიც ნებაყოფლობით იქნება აღიარებული კაცობრიობის მიერ. ჩვენი მიდგომა ასეთია: თითოეული ენა უნიკალური, თვითმყოფადი, განუმეორებელი და ღირებულია საკაცობრიო კულტურისათვის. ენა იმდენად თავისთავადი მოვლენაა, რომ სწორედ ამდენი განსხვავებული ენის არსებობა ქმნის საბოლოო ჯამში უნიკალურ საკაცობრიო კულტურას. მიუხედავად რომელიმე ენის გავრცელების არეალისა („ყოველ ენას აქვს თავისი მკვეთრად შემოსაზღვრული სივრცე“<sup>43</sup>), ის იმდენად ძვირფასი და მშობლიურია ადამიანისათვის, რომ მის გარეშე წარმოუდგენელია ადამიანის ცხოვრება. უფრო მეტიც: ენის სიკვდილი ამ ენის მატარებელი ხალხის სიკვდილის ტოლძალოვანია<sup>44</sup>. ამიტომ, ნებისმიერ ენას სჭირდება გაფრთხილება და დაცვა.<sup>45</sup> ამასთან დაკავშირებით ძალიან საინტერესოდ წერს ამინ მაალუფი: ყოველი ადამიანის “უფლებბაა უზრუნველყოს რამდენიმე ლინგვისტური კუთვნილების თანაარსებობა თავისი იდენტობის ნიაღში“<sup>46</sup>.

ენის სამშენებლო აგური, სამშენებლო მასალა სიტყვაა. ის ენის უშუალო ელემენტია და მას საგნობრივი მნიშვნელობა გააჩნია: მისით მოიაზრება და აღინიშნება ის საგანი, რომელსაც აღნიშნავს

---

<sup>43</sup> ამინ მაალუფი, დამლუპველი იდენტობები, გვ. 139.

<sup>44</sup> „არაფერია იმაზე საშიში, ვიდრე მცდელობა იმ მშობლიოური ძაფის განყვეტისა, რომელიც ადამიანს საკუთარ ენასთან აკავშირებს. როდესაც ეს ძაფი განყვეტილია, ან სერიოზულად დარღვეულია, ეს დამანგრეველად აისახება პიროვნების მთლიანობაზე“, წერს ამინ მაალუფი გონკურის პრემიის მფლობელი, „დამლუპველი იდენტობები“, გვ. 9.

<sup>45</sup> ერთი წუთით რომ წარმოვიდგინოთ, რამდენად ღარიბი იქნებოდა ქართული ენა ისეთი ქართველური ენების გარეშე, როგორიცაა მეგრული და სვანური.

<sup>46</sup> ამინ მაალუფი, „დამლუპველი იდენტობები“, გვ 137.

სწორედ (მოცემული) სიტყვა. ე. ი. ყოველ საგანს თავისი სახელი უნდა ეწოდოს და პირიქით, ყოველ სიტყვას თავისი საგანი უნდა შეესაბამებოდეს. „სიტყვის სიზუსტეს, მის სისწორეს იმდენად დიდი მნიშვნელობა აქვს ვერბალურ კომუნიკაციაში, რომ იგი ეფექტური ... ვერბალური კომუნიკაციის აუცილებელი ფაქტორია...“<sup>47</sup>

ვერბალური კომუნიკაცია, ბუნებრივია, გულისხმობს გარკვეულ სტრუქტურას. ეს უკანასკნელი კი სხვა არაფერია, თუ არა ვერბალური კომუნიკაციის ელემენტების ურთიერთკავშირი. სამი ელემენტი – *სუბიექტი, ობიექტი და მათ შორის ურთიერთკავშირი, კომუნიკაცია* ქმნის ვერბალური კომუნიკაციის სტრუქტურას. ვერბალური კომუნიკაციის სუბიექტი – ვერბალური კომუნიკატორი, არის ის ვინც წარმართავს კომუნიკაციას; ობიექტი – ვერბალური კომუნიკანტი, ის, ვისზედაც მიმართულია კომუნიკაცია; ხოლო თავად ურთიერთობა/კომუნიკაცია – საკუთრივ ვერბალური კომუნიკაცია როგორც ასეთი. ვერბალური კომუნიკაციისათვის მნიშვნელოვანია სამივე მომენტი, რადგან სამივე აუცილებელი და საკმარისი პირობაა ვერბალური კომუნიკაციისათვის.

ადამიანისათვის დამახასიათებელია ურთიერთობის საკუთარი სტილი. ამ უკანასკნელში აისახება მისი ქცევისა და ხასიათის თავისებურებები და დამოკიდებულება თანამოსაუბრესთან. ურთიერთობის სტილი განსაზღვრულია როგორც ინდივიდუალური თავისებურებებით, ასევე მოცემულ კულტურაში სოციალურად მიღებული ნორმებითა და ურთიერთობებით. ამიტომ, შეიძლება ვთქვათ, რომ „კომუნიკაციური სტილი ერთობლიობაა ადამიანის ქმედებისათვის დამახასიათებელი იმ ჩამოყალიბებული და მტკიცე ხერხებისა, რომელიც მის მიერ გამოიყენება სხვა ადამიანთან ურთიერთობის დასამყარებლად“.<sup>48</sup> კომუნიკაციური სტილი წარმოადგენს ადამიანის კომუნიკაციური ქმედების ინდივიდუალურ სტაბილურ ფორმას, რომელიც ვლინდება ნებისმიერ პირობებში მეორე ადამიანთან ურთიერთქმედებისას. ამ დროს კომუნიკატორის ოსტატობა ვლინდება არა მხოლოდ მეტყველების კულტურა-

---

<sup>47</sup> მურათ შონია, ვერბალური კომუნიკაციის სოციოლოგია. თბილისი, 2013. გვ. 84

<sup>48</sup> Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение; გვ.:365

ში, არამედ იმაში, თუ რამდენად ძალუძს მას ყოველი კონკრეტული შემთხვევისათვის მოძებნოს უფრო შესაფერისი, სათანადო ენის სტილისტური ფორმა. მაგალითად, საკუთარი ქმედების ანალიზისას, ადამიანი ამჩნევს, რომ ყოველთვის მიისწრაფის საკუთარი მიზნებისა და ინტერესების რეალიზაციისაკენ. ამისათვის ის ცდილობს მართვის სადავეები თავად ჩაიგდოს ხელში: ის ნიშნავს შეხვედრის ადგილს მეორე ადამიანთან, შეხვედრისას სასაუბრო თემატიკას თავად ირჩევს და ფაქტიურად კომუნიკაციის სუბიექტის როლს ირგებს, თავადვე განსაზღვრავს როდის დაამთავროს საუბარი და დაემშვიდობოს მოსაუბრეს და ა.შ. ყველაფერი ეს მეტყველებს იმაზე, რომ ადამიანებით მანიპულირება, მათზე დომინირება არის ამ კონკრეტული ადამიანის ურთიერთობის, მისი ყოველდღიური მოქმედებისა და კომუნიკაციის სტილი.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ვერბალური კომუნიკაციის სტილი სხვადასხვა კულტურაში განსხვავებულია. თუმცა, მიღებულია საუბარი ვერბალური კომუნიკაციის სტილის შემდეგ სახეებზე: *პირდაპირი და არაპირდაპირი, დაოსტატებული/განაფული და მოკლე/შეკუმშული, ინსტრუმენტალური და აფექტური*. მოკლედ დავახასიათოთ თითოეული.

**I. პირდაპირი ვერბალური სტილის** მიზანია ჭეშმარიტი განზრახვების გამოვლენა და ამიტომ გულისხმობს ურთიერთობის მკვეთრ/ხისტ სტილს, გამორიცხავს რა პირობითობას და აზრის ბოლომდე არ თქმას. კომუნიკაციის ასეთი სტილი დამახასიათებელია ევროპული ქვეყნებისა და განსაკუთრებით, ამერიკული კულტურისათვის, რადგან ამ უკანასკნელში მიღებულია ურთიერთობაში ნათელი, მკაფიო, ცხადი და ერთი და იმავე მნიშვნელობის სიტყვების გამოყენება. ამერიკელები მითითებებს, რომლებშიც აზრი მკაფიოდ არ არის ფორმულირებული, განიხილავენ როგორც მათი მანიპულირებისა და პასუხისმგებლობისაგან გაქცევის მცდელობას. ამიტომ, ამ კულტურისათვის არსებითია ისეთი გამოხატუებები, როგორიცაა „თქვით, რა გაქვთ მხედველობაში“; „ვისაუბროთ პირდაპირ, საქმის არსებითი მხარის გათვალისწინებით“ და ა.შ. მაგალითისთვის შეგვიძლია გავიხსენოთ მიმდინარე წელს, აგვისტოს თვეში, საქართველოში, სტიქიური უბედურების ზონაში – ბორჯომის ხეობაში გაჩენილი ხანძრის სალიკვიდაციო სამუშაოებთან დაკავშირე-

ბით საქართველოში აშშ-ს ელჩის იან კელის განცხადება: „ჩვენ, როგორც საქართველოს პარტნიორს, გვსურს, მხარში დაგიდგეთ და ამისათვის მოვითხოვეთ აშშ-ის მთავრობისგან დამატებითი დახმარება. დავუკავშირდით აშშ-ის არმიის ევროპულ სარდლობას გერმანიაში და აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID)“.<sup>49</sup> და უკვე 26 აგვისტოს, პირველადი დახმარების მიზნით, საელჩომ ბორჯომის ხეობაში მომუშავე მეხანძრეებს სპეციალური, ცეცხლგამძლე ფეხსაცმელები, სულ 500 წყვილი საჩუქრად გადასცა (ჯამში 65 ათასი ლარის ღირებულების), ხოლო ერთი თვის თავზე, ისევ აშშ-ს ელჩის განცხადებით, ამერიკულმა მხარემ საქართველოს გადასცა 125 000 დოლარის ღირებულების სპეციალიზირებული ტექნიკური აღჭურვილობები. ეს ამერიკული დისკურსი პირდაპირი ვერბალური კომუნიკაციის ნათელი დადასტურებაა. ამერიკული ვერბალური სტილი ინდივიდუალიზმის ნიშნითაა დალდასმული. „ამერიკელი ბავშვების ენობრივი სოციალიზაცია მიმართულია იმისკენ, რომ ურთიერთობებში, კომუნიკაციაში გულწრფელობა მიღწეულ იქნას მოსაუბრის მხრიდან შესაბამისი სიტყვებისა და გამონათქვამების გამოყენებით, რაც, თავის მხრივ, ასახავს მოსაუბრის ქეშმარიტ განზრახვასა და ღირებულებებს“.<sup>50</sup>

*არაპირდაპირი ვერბალური სტილი* განსხვავებით პირდაპირი ვერბალური სტილისაგან, გულისხმობს მოსაუბრის მხრიდან მისი ნამდვილი ზრახვების, მიზნისა და მოთხოვნილებების დამალვის შესაძლებლობას. ვერბალური კომუნიკაციის ეს სტილი დამახასიათებელია ისეთი მაღალკონტექსტური კულტურებისათვის როგორცაა იაპონია და კორეა. საკუთარი და თანამოსაუბრის სახის შენარჩუნების მიზნით, აღნიშნული კულტურების სოციუმი მოითხოვს მოსაუბრისგან ბუნდოვანი, უფრო მეტიც, ორმნიშვნელოვანი სიტყვებისა და გამონათქვამების გამოყენებას. ამ ქვეყნების წარმომადგენლებს მათი კულტურული ტრადიცია არ აძლევს ღიად და საჯაროდ „არა“-ს თქმის შესაძლებლობას. თუ მათ სურთ უარი თქვან (რალაცაზე), ისინი ისეთ სახეს იღებენ, თითქოს თანამოსაუბრის არ ესმით, ან ცდილობენ სხვა თემაზე გადაიტანონ საუბარი

<sup>49</sup> <https://NEWS.On.ge/story/13665>

<sup>50</sup> Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение; გვ:267

და ამ დროს მოიხმარონ სრულიად არაფრის მთქმელი სიტყვები თუ ფრაზები. ამ კულტურის წარმომადგენლები უპირატესობას ანიჭებენ ისეთ გამონათქვამებს, როგორიცაა „შესაძლებელია“, „აღბათ“, „სასურველია“ და ა.შ. ბავშვებიც კი იყენებენ უარყოფის ისეთ რბილ ფორმებს, როგორიცაა: „მე თქვენ გეთანხმებით, თუმცა...“; „მართალია, მე თქვენ თანაგიგრძნობთ, თუმცა...“ და ა.შ.

**II.** ვერბალური კომუნიკაციის დაოსტატებული/განაფული და მოკლე/შეკუმშული სტილი ეფუძნება ენის ექსპრესიული საშუალებების, პაუზის, დუმილის და ა.შ. გამოყენების განსხვავებულ ხარისხს.

- ვერბალური კომუნიკაციის დაოსტატებული/განაფული სტილი ვარაუდობს ურთიერთობაში მდიდარი, ექსპრესიული ენის გამოყენებას. ეს სტილი გავრცელებულია ახლო აღმოსავლეთის არაბულ ქვეყნებში, სადაც თანამოსაუბრეთა სახის შენარჩუნება ფიცისა და აღთქმის საშუალებით ხდება. არაბულ სამყაროსთან ურთიერთობის პოზიტიურად დასალაგებლად აუცილებელია ბევრი და ხმამაღლი საუბარი: ხმის ტონალობა, სიმაღლე არაბებისთვის გულწრფელობის მანიშნებელია.

- ვერბალური კომუნიკაციის მოკლე/შეკუმშული სტილი, განსხვავებით პირველისაგან, გულისხმობს ინფორმაციის გადასაცემად აუცილებელი და მინიმალური გამოთქმების გამოყენებას: ლაკონურობა და თავშეკავებულობა, პაუზების გამოყენება და მრავლისმეტყველი დუმილი ამ სტილის მახასიათებლებია. ეს სტილი უფრო დამახასიათებელია მაღალკონტექსტური კულტურებისთვის. მაგალითად: იაპონელები, კორეელები, ჩინელები საუბრისას ხშირად იყენებენ დუმილს, განსაკუთრებით, მაშინ, როცა თანამოსაუბრის როლი და სტატუსი გაურკვეველია. ამ კულტურის წარმომადგენლებისთვის დუმილი კომუნიკაციის პროცესზე ერთგვარი კონტროლის მექანიზმია.

**III.** ვერბალური კომუნიკაციის ინსტრუმენტალური და აფექტური სტილი ერთმანეთისაგან განსხვავდება კომუნიკაციის პროცესის ამა თუ იმ მონაწილეზე ორიენტაციით.

- ინსტრუმენტალური სტილი ორიენტირებულია ძირითადად მოსაუბრეზე და კომუნიკაციის მიზანზე. იმისათვის, რომ ურთიერთობის დასახულ მიზანს მიაღწიოს, ის ეყრდნობა ზუსტ ინფორმა-

ციას. ურთიერთობის ეს სტილი არსებითია დაბალკონტექსტური კულტურებისათვის (ევროპის ზოგიერთი ქვეყანა – გერმანია, შვეიცარია, სკანდინავიის ქვეყნები და აშშ) და ის ადამიანს აძლევს შესაძლებლობას კომუნიკაციის პროცესში როგორც თავის დამკვიდრების და საკუთარი სახის დაცვის, ასევე თანამოსაუბრისათვის ავტონომიისა და დამოუკიდებლობის გრძნობის შენარჩუნებას.

- აფექტური სტილი ორიენტირებულია მსმენელზე და თავად კომუნიკაციის პროცესზე. „მის წინაშე მდგარი მიზნების მისაღწევად ეს სტილი ვარაუდობს მონაწილეების შეწყობას თავად ურთიერთობის პროცესთან, თანამოსაუბრის გრძნობებსა და მოთხოვნილებებთან“<sup>51</sup>. აფექტური სტილის დროს ადამიანი იძულებულია მეტყველებისას გამოიჩინოს სიფრთხილე, უფრო მეტიც, თავი აარიდოს რისკის შემცველ გამონათქვამებს. სწორედ ამიტომ, პირდაპირი მტკიცებისა თუ უარყოფისგან თავის არიდების მიზნით ის იყენებს არაზუსტ ფრაზებს. ამ სტილის ერთ-ერთი თვალსაჩინო მაგალითია იაპონური კულტურა. აქ მთავარი მიზანია თანამოსაუბრეების მხრიდან ერთმანეთის გაგება. ისინი ინტუიციურად უნდა ხვდებოდნენ (და კითხულობდნენ) არსებულ სათქმელს სტრიქონსა და სტრიქონს შორის. მოლოდინი იმისა, რომ სიტყვებით, ან გამონათქვამებით, ან ფრაზებით რეალობის ამსახველი ზუსტი ფაქტები იქნება გადმოცემული, არავის არ აქვს.

ვერბალური კომუნიკაციის ზემოთ განხილული ყველა სტილი ამა თუ იმ ხარისხით პრაქტიკულად ყველა კულტურაში არსებობს. თუმცა კონკრეტულ კულტურაში ის ფასდება განსხვავებულად, თითოეულს საკუთარი მნიშვნელობა ენიჭება. ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში კომუნიკაციის სტილი ასახავს შესაბამისი კულტურის საფუძველმდებელ ღირებულებებს და ნორმებს. მათი ათვისება იწყება ადრეული ასაკიდან და განსაზღვრავენ ადამიანის ურთიერთქმედების მექანიზმებს როგორც სხვა ადამიანებთან, ისე, ზოგადად, რეალობასთან.

ვერბალურ კომუნიკაციაში ურთიერთგაგების პროცესზე არსებით გავლენას ახდენს მეტყველების ისეთი მახასიათებლები, როგორიცაა *დენოტაცია* და *კონოტაცია*, *პოლისემია*, *სინონიმია*.

---

<sup>51</sup> Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение; გვ:289

დენოტაცია – ეს სიტყვის ლექსიკური მნიშვნელობაა (მნიშვნელობის პირველი თანრიგი, ნიშნის პირდაპირი მნიშვნელობა)<sup>52</sup>, რომელსაც ამ ენის მატარებელი ხალხის უმრავლესობა აღიარებს. ხოლო კონოტაცია (გვიანდ. ლათ. *connotatio* < ლათ. *con* (*cum*) ერთად და *noto* აღნიშნავ) – სიტყვის მეორადი ასოციაციაა (დამატებითი, თანამდევითი მნიშვნელობა ენობრივი ერთეულისა)<sup>53</sup>, რომელსაც მოცემული ენის ერთი ან რამდენიმე მატარებელი იზიარებს. „ორივე ტერმინი ერთი და იმავე საგანზე მიუთითებს ე.ი. ერთი და იგივე რეფერენტი ანუ აღსანიშნი აქვს, მაგრამ დენოტაცია გულისხმობს შემეცნებით ინფორმაციას, კონოტაცია კი ემოციურ ინფორმაციას. ამგვარად, სიტყვის დენოტაციური და კონოტაციური მნიშვნელობები მიიღება ერთი და იმავე ობიექტის (საგნის) სხვადასხვაგვარი გამოხატვით“<sup>54</sup>. მაგალითისთვის: სიტყვა „ლომი“ აღნიშნავს მტაცებელს კატისებრთა ოჯახიდან (დენოტაცია), თუმცა ყოველდღიურ სიტყვახმარებაში ის შეიძლება იყოს ძალის, დიდების სინონიმი (კონოტაცია). საქმე იმაშია, რომ სიტყვის თავდაპირველი მნიშვნელობა არ არის უცვლელი და მარადიული. მისი მნიშვნელობა იცვლება ეპოქიდან ეპოქამდე, თაობიდან თაობამდე, რეგიონის, დროისა და ადგილის მიხედვით. ამ ფაქტის უგულებელყოფა არ შეიძლება, წინააღმდეგ შემთხვევაში კომუნიკაცია (საუკეთესო შემთხვევაში) გაძნელდება.

პოლისემია – მრავალმნიშვნელობა სიტყვისა, ის რეალურად არსებობს მრავალი ენის სემანტიკურ სისტემაში და უშუალოდ დაკავშირებულია ადამიანის აზროვნებასთან. „პოლისემიის აღმოცენების ერთ – ერთი მიზეზი ადამიანის აზროვნების თავისებურებაა, ასახოს ენაში სამყაროს მრავალფეროვნება და ერთიანობა; ადამიანის აზროვნების უნარია, სამყაროს შემეცნების პროცესში მისი მრავალფეროვნება დაიყვანოს ერთიანობაზე“<sup>55</sup>. სწორედ ეს ფაქ-

<sup>52</sup> <http://mediapedia.ge/term/denotation>

<sup>53</sup> <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=3&t=20383>

<sup>54</sup> Sarah Kerckmar, Renee Kaufmann. წერიტი, ზეპირი, ვიზუალური და ელექტრონული კომუნიკაცია. ლექციების კურსი . თბილისი, 2014წ. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი. ელ-ვერსია. [www. google.com](http://www.google.com)

<sup>55</sup> თინათინ მარგალიტაძე. პოლისემიური სიტყვის ერთგანზომილებიანი მოდელი. გვ.354.

ტი, რომ ზოგიერთ სიტყვას რამდენიმე, საზოგადოდ მიღებული მნიშვნელობა აქვს, შეიძლება გახდეს არაეფექტური კომუნიკაციის მიზეზი. ჯერ კიდევ ანტიკურ საბერძნეთში, უდიდესი მოაზროვნე, საკაცობრიო აზროვნების უდიდესი წარმომადგენელი, არისტოტელე, რომელმაც საფუძველი ჩაუყარა ახალ მეცნიერულ დისციპლინას – ლოგიკას – მეცნიერებას სწორი აზროვნების შესახებ, ხაზს უსვამდა იმ გარემოებას, რომ სწორი აზროვნებითვის საჭიროა გარკვეული პრინციპების დაცვა. ამ პრინციპებს აზროვნების ძირითადი კანონები ეწოდა და ერთ-ერთი პირველი კანონი – იგივეობის კანონი მოითხოვს, რომ აზროვნების პროცესში სიტყვა ერთი და იგივე მნიშვნელობით უნდა იქნას მოხმარებული. წინააღმდეგ შემთხვევაში აზრებს შორის კავშირი დაიკარგება. სწორედ ასეა კომუნიკაციის პროცესის დროს: მისი ეფექტურად წარმართვა დიდადაა დამოკიდებული აქტორებს შორის სიტყვის ერთი და იგივე მნიშვნელობით მოხმარებაზე. მაგალითად: სიტყვა „ხერხი“ – ის სამუშაო იარაღსაც ნიშნავს და ამავე დროს დასახული მიზნის მისაღწევ საშუალებასაც; „გასაღები“ – როგორც ხელსაწყო და როგორც ხერხი, საშუალება; „ბარი“- როგორც სამუშაო იარაღი, და როგორც დაბლობის აღმნიშვნელი; „ბალი“- როგორც ხილი, რიცხობრივი აღნიშვნა და საცეკვაო საღამო; „ციური“ – როგორც საკუთარი სახელი და როგორც ასტრონომიული სხეულის აღმნიშვნელი; „ია“ – როგორც ყვავილოვანი მცენარე და როგორც ქალის სახელი; „ნუკრი“ – როგორც ირმის ნაშიერი და იმავდროულად, როგორც კაცის სახელი და ა. შ. და ა.შ. ზემოთ ჩამოთვლილი სიტყვების კონკრეტული მნიშვნელობა განისაზღვრება სააზროვნო და სამეტყველო კონტექსტით. ეს კი ნიშნავს, რომ კონტექსტი ყოველთვის საჭიროა პოლისემიური სიტყვის მნიშვნელობების აქტუალიზაციისათვის, რადგან ის სიტყვის მნიშვნელობის რეალიზაციის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია; პოლისემიური სიტყვის სემანტიკურ სტრუქტურაში ჩადებილი არსის გამოვლენა ხდება სწორედ კონტექსტში<sup>56</sup>.

*სინონიმია* – (ძვ.ბერძ. სინ 'συν' = პლუს, ონომა 'ὄνομα' = სახელი)

<sup>56</sup> თუმცა როგორც ს.გ. ტერ-მინასოვა წერს: „სიტყვების პოლისემიურობა ენის ნაკლი კი არაა, არამედ მისი სიმდიდრე“. С. Г. Тер-Минасова. Язык и межкультурная коммуникация., გვ. 12.



— იდენტური მნიშვნელობის, საგნობრივი მიმართებით ერთგვარი, სხვადასხვა სიტყვები; ანუ ერთსახელიანობა, სხვადასხვა სიტყვის მსგავსება მნიშვნელობის მიხედვით. ისევე როგორც პოლისემიის დროს, სინონიმები მნიშვნელობებს კონტექსტის მიხედვით იძენენ და ამგვარი კონტექსტის შეცვლის შედეგად შესაძლოა ხშირად სინონიმის მნიშვნელობა დაკარგოს. რაც შეეხება მათ როლს კომუნიკაციის პროცესში: კომუნიკაციის პროცესი იძლევა ამა თუ იმ ინფორმაციის კოდირების შესაძლებლობას იდენტური მნიშვნელობის მქონე სხვადასხვა სიტყვებისა თუ ფრაზების მეშვეობით. ასეთი სახის სინონიმების არჩევა ინფორმაციის გამგზავნის მიერ ხორციელდება იმისათვის, რომ მიიპყროს მიმღების ყურადღება, გადასცეს აუცილებელი ინფორმაცია და ამით გამოიწვიოს შესაბამისი საპასუხო რეაქცია. ამა თუ იმ სინონიმის არჩევით მოსაუბრე თავის პარტნიორთან ურთიერთობას ააშკარავებს. სინონიმებით შესაძლებელია კომუნიკაციის პროცესში ჩართული ერთი მხარის მეორესთან ნეიტრალური, დადებითი თუ უარყოფითი ურთიერთობის დემონსტრირება. მაგალითისთვის: ერთი და იგივე ადამიანის მიმართ შეიძლება გამოყენებულ იქნას სინონიმები: მაღალი და აყლაყუდა. პირველ შემთხვევაში ჩანს მოსაუბრის კეთილგანწყობა პიროვნების მიმართ, მეორე შემთხვევაში კი – უფრო ნეგატიური; სინონიმები – გამხდარი და ტანწერწეტა; პირველ შემთხვევაში ფიქსირდება ნეიტრალური დამოკიდებულება, მეორის დროს კი – აშკარად დადებითი დამოკიდებულება და ა.შ.

რაც შეეხება ვერბალური კომუნიკაციის სახეებს, იმდენი სახე შეიძლება არსებობდეს, რამდენადაც შესაბამისად საზოგადოებრივი ცხოვრების სფეროც არსებობს. შეიძლება გამოვყოთ ვერბალური კომუნიკაციის ისეთი სახეები, როგორცაა სამართლებრივი, რელიგიური, პოლიტიკური, ეკონომიკური, კულტურული, ეთიკური, ესთეტიკური და სხვ. ბუნებრივია, რომ თითოეული ეს სახე, საკუთარი სფეროს სპეციფიკიდან გამომდინარე, გარკვეულ თავისებურებებს შეიცავს. ამიტომაც არიან ისინი ვერბალური კომუნიკაციის სხვადასხვა სახეები. თითოეულ სფეროს, თავის მხრივ, გააჩნია თავისი ქვესფეროები, სადაც კომუნიკაცია შეიძლება განვიხილოთ როგორც კერძო სახე. სასამართლოში ადვოკატის მიერ წარმოქმული სიტყვა წარმოადგენს იურიდიული სფეროს ვერბალური

კომუნიკაციის კერძო სახეს. ისევე როგორც ბიზნესის სფეროში მენეჯმენტსა თუ მარკეტინგში კომუნიკაცია წარმოადგენს ვერბალური კომუნიკაციის კერძო სახეს და ა.შ.

ვერბალურ კომუნიკაციაში შეიძლება გამოვყოთ ინდივიდუალური და საზოგადოებრივი სახეები. ვერბალური კომუნიკაციის ინდივიდუალური ასპექტი გულისხმობს ისეთ ვერბალურ კომუნიკაციას, რომელიც ხორციელდება როგორც ინდივიდებს შორის, ისე თავად ინდივიდის მიერ თავის თავთან. მაგალითად: სატელეფონო საუბარი გულისხმობს მინიმუმ ორ ინდივიდს მაინც, ხოლო საკუთარ თავთან საუბარი არის ინდივიდის მიერ საკუთარ თავთან კომუნიკაციის მაგალითი.<sup>57</sup> რაც შეეხება საზოგადოებრივ ასპექტს, ის გულისხმობს ვერბალური კომუნიკაციის ისეთ სახეებს, რომლებიც ჯგუფურ ხასიათს ატარებენ, არა აქვს მნიშვნელობა ეს ვინრო თუ ფართო ჯგუფები იქნება. ოჯახის წევრებს შორის, მეგობრებს შორის კომუნიკაცია – ეს ვინრო ჯგუფებში არსებული კომუნიკაციაა, ხოლო დიპლომატიური მოლაპარაკებები, სახელმწიფოს მეთაურებს თუ სახელმწიფოს ქვეშევრდომებს შორის კომუნიკაცია, სხვადასხვა სახის დებატები, დისკუსიები, თოქ-შოუები და ა.შ. წარმოადგენს ფართო ჯგუფებს შორის არსებულ კომუნიკაციას.

ვერბალური კომუნიკაცია ასევე შეიძლება იყოს მასობრივი და არამასობრივი. პირველი საზოგადოების ფართო მასებზე ვრცელდება, მეორე კი – არა. განსხვავება მასობრივსა და არამასობრივს შორის მათი გავრცელების არეალზე გადის. დროის ასპექტით კი ვერბალური კომუნიკაცია შეიძლება იყოს ხანგრძლივი და ხანმოკლე: ეს განპირობებულია კომუნიკაციის დიაპაზონით, მისი მოცულობით, იმაზე, თუ რა კონკრეტულ სიტუაციასთან გვაქვს საქმე.

საუბრობენ ვერბალური კომუნიკაციის ისეთ სახეებზე, როგორცაა ზეპირი და წერილობითი (ორივე ეს ფორმა წარმატებით გამოიყენება სიტუაციისდა კვალად) და საშინაო და საგარეო ფორმები. ეს უკანასკნელი საინტერესოა სწორედ იმ ასპექტით, რომ როგორც წესი, საშინაო კომუნიკაცია საკუთარი ოჯახის წევრებთან, უახლოეს მეგობრებთან გამოიყენება, მაშინ როცა საგარეო კომუნიკაციას მიემართავთ სახლის გარეთ – სამსახურში, დისკუსიების,

---

<sup>57</sup> ამ უკანასკნელ შემთხვევაში ვერბალური კომუნიკაციის სუბიექტიც და ობიექტიც ერთი და იგივე პიროვნებაა.

დებატებისა თუ დიალოგის დროს და ა.შ. მთავარია გვახსოვდეს, რომ *ვერბალური კომუნიკაციის წესებს სხვადასხვა სიტუაციაში მათი კერძო თავისებურებები განსაზღვრავენ.*

ადამიანის ვერბალური ქმედება გულისხმობს *შინაგან და გარეგან, წერით და ზეპირ მეტყველებას.*

- *შინაგანია მეტყველება, როცა აზრი ხმამაღლა გამოუთქმელად ყალიბდება. ასეთი*

მეტყველება შემოკლებულია, ფრაგმენტულია; „თავისთვის აზროვნების პროცესში ადამიანი იყენებს სიტყვებს იმის გააზრებისთვის და დაგეგმისთვის, რაც მისთვის უნდა გახდეს ნათელი, ხოლო ის, რაც სუბიექტისთვის თავისთავად ცხადია, შინაგან მეტყველებაში გამოტოვებს ხოლმე“<sup>58</sup>.

- *გარეგანი მეტყველება* მოიაზრებს სოციუმში პიროვნებათა-შორის ურთიერთობებს.

მისი მიზანია როგორც ახლობლებთან, ისე ნაკლებად ნაცნობ ადამიანებთან ყოველდღიური კონტაქტები და ინფორმაციის გაცევა. მეტყველების ამ სახისათვის მნიშვნელოვანი თვისებებია საკუთარი თავის პერსონალიზაცია, ბუნებრიობა, ემოციურობა და რაც მთავარია, ადექვატური ურთიერთობისათვის სიტუაციურობის მნიშვნელოვანი დონე. გარეგანი მეტყველების ფორმებს მიეკუთვნება: *დიალოგი, მონოლოგი, დისკუსია/კამათი.*

*დიალოგი* – ურთიერთობის ფორმა, რომელიც წარმოადგენს ორი ურთიერთმოქმედი პარტნიორის თვალსაზრისების გაცვლის პროცესს. სხვანაირად: დიალოგი მეტყველების ფორმაა, „რომლითაც გადმოცემულია ორი ადამიანის მონაცვლეობითი საუბარი. თითოეულის გამონათქვამი, რომელსაც რეპლიკას ვუწოდებთ, მოსაუბრისადმი არის მიმართული“<sup>59</sup>. რეპლიკებს შორის მჭიდრო შინაარსობრივი კავშირია და ის ყველაზე ხშირად კითხვა-პასუხის ფორმით გადმოიცემა. დიალოგს ენობრივი ურთიერთობის პირველად, ბუნებრივ ფორმად მიიჩნევენ და საუბრობენ მის შემდეგ ტიპებზე:

---

<sup>58</sup> [https://sites.google.com/a/iliauni.edu.ge/tornike\\_gventsadze18-4/verbaluri-komunikatsia](https://sites.google.com/a/iliauni.edu.ge/tornike_gventsadze18-4/verbaluri-komunikatsia)

<sup>59</sup> <https://ka.wikipedia.org/wiki/%E1%83%93%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%92%E1%83%98>

- *ინფორმაციული* – შედგება კითხვა – პასუხის კომუნიკაციისაგან და მისი ძირითადი მიზანია ინფორმაციის მიღება.

- *აზრთა გაცვლა-გამოცვლის* – თანაბარი კომუნიკაციური კომპეტენციის მქონე მოსაუბრეთა შორის დისკუსიური ხასიათის ურთიერთობა.

- *ფუჭად მეტყველების* – წარმოადგენს მოსაუბრეთა ემოციურ ურთიერთობას (ჩივილი, აღტაცება, ტრაბახი, შიში და ა.შ.) ან ინფორმაციულად უაზრო, თუმცა ინტელექტუალურ საუბარს.

დიალოგი დეტერმინირებულია მონაწილეთა ისეთი სოციალური მახასიათებლებით, როგორცაა სოციალური სტატუსი, პროფესია, ეთნიკური მიკუთვნებულობა, ასაკი, კულტურული ფასეულობები, ეთიკურ-ესთეტიკური ასპექტები და ა.შ. ამ ფაქტორების გათვალისწინებით ენობრივ ურთიერთობებში ხორციელდება თემების, ენობრივი საშუალებებისა და პოზიციების შერჩევა. დიალოგიური მეტყველების თავისებურებები დამოკიდებულია მოსაუბრეთა სიახლოვესა და ურთიერთგაგებაზე. საუბრისას ერთი და იგივე აზრი შეიძლება გამოთქმულ იქნას სხვადასხვანაირად: ოჯახის წევრებს მივანოდოთ ერთი ფორმით, განსხვავებულად კოლეგებს, მეგობრებს – სხვანაირად და ა.შ.

*მონოლოგი* – ურთიერთობის მეტყველებითი ფორმაა, რომელიც გათვლილია პასიურ და გაშუალებულ აღქმაზე, იმდენად, რამდენადაც წარმოითქმება ერთი პირის მიერ და მიმართულია მეორე ადამიანისკენ ან ადამიანებისკენ. მას რთული აგებულება აქვს: ის საკმაოდ დიდხანს გრძელდება, მოითხოვს წინასწარ მომზადებას და არ ხდება მისი შეწყვეტა რეპლიკებით. აქ აუცილებელია მკაცრად იქნას დაცული აზრთა ლოგიკური თანმიმდევრულობა და მეტყველება გრამატიკულად გამართული იყოს. გამოყოფენ მონოლოგის შემდეგ ტიპებს:

- *დრამატიულს* – ამ დროს მას თან ახლავს კომუნიკაციის სხვა საშუალებები: მიმიკა, ფესტი, პლსატიკური მოძრაობები და ა.შ.

- *ინფორმაციულს* – სხვადასხვა სახის შეტყობინების აღმნიშვნელი.

*დისკუსია/კამათი* – ორ ან რამდენიმე ადამიანს შორის საპირისპირო თვალსაზრისების გაცვლის პროცესი საკუთარი აზრის, შეხედულების დაცვის მიზნით. კამათი წარმოადგენს როგორც კო-

მუნკაციის ყოველდღიურ სიტუაციურ სახეს, ისე მეცნიერულ მე-  
თოდს მტკიცებულებითი ბაზის გამოყენებით.

რაც შეეხება *წერით და ზეპირ მეტყველებას*.

- *წერითი მეტყველება* – სტრუქტურულად ყველაზე გაშლი-  
ლია. მას არ ახლავს არავერბალური საშუალებები: ინტონაცია, პა-  
უზები, შესატყვისი ფესტიკულაცია. იგი ნაკლებად არის სიტუაცი-  
აზე დამოკიდებული და ამიტომ მოითხოვს აზრის მთლიანად გაშ-  
ლას.

- *ზეპირი მეტყველება* – სარგებლობს არავერბალური საშუა-  
ლებებით. იგი დამოკიდებულია კონტექსტზე და სიტუაციაზე. რო-  
გორც წერით, ისე ზეპირ მეტყველებას ყავს თავისი ადრესატი.  
რაც იმას ნიშნავს, რომ უნდა იქნას გათვალისწინებული ვინ არის  
მსმენელი და რა სახის ინფორმაცია მიენოდება მას.

კომუნიკაციის ზემოთ განხილულ სახეთაგან კომუნიკაციის  
თეორიის მკვლევარები უპირატესობას ანიჭებენ ვერბალური კო-  
მუნიკაციის დიალოგური ტიპის ფორმას, რადგან თვლიან, რომ  
პარტნიორთან, მოსაუბრესთან ურთიერთობის დროს უმნიშვნე-  
ლოვანესია მეტყველების ლოგიკური ქარგა და დასაბუთებული  
არგუმენტაცია.

რაც შეეხება ვერბალური კომუნიკაციის ტექნოლოგიებს: ის  
სხვადასხვაა და იმდენია, რამდენიც და რამდენგვარიცაა თავად  
ვერბალური კომუნიკაცია. ეს ტექნოლოგიები მოიცავენ კომუნიკა-  
ციის როგორც მატერიალურ (ნივთიერ, ტექნიკურ საშუალებებს –  
რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი), ისე არამატერიალურ საშუალე-  
ბებსაც (ინტონაცია, სწორი, გამართული მეტყველება). ორივე სა-  
ხის ტექნოლოგიის მიზანია, საბოლოო ჯამში, ვერბალური კომუნი-  
კაციის მაღალეფექტურობის, მისი მაღალშედეგიანობის უზრუნ-  
ველყოფა. ამ ეფექტურობის გაზომვით კი დგინდება ის, თუ რა  
სარგებლობა მოაქვს ვერბალურ კომუნიკაციას საზოგადოების-  
თვის. ვერბალური კომუნიკაცია ნაყოფიერია მხოლოდ მაშინ, რო-  
ცა ის ახორციელებს იმ მიზანს, რაც ჩადებულია მასში. სწორედ ამ  
ეფექტიანობით, ამ შედეგიანობით ენიჭება მას აზრი; ანუ ვერბა-  
ლური კომუნიკაციის შედეგიანობის საზომია მისი წარმოება ვერ-  
ბალური კომუნიკაციის მოთხოვნების შესაბამისად. ვერბალური  
კომუნიკაციის ეფექტიანობის ამაღლება კი ყოველდღიური, საშუ-  
რი საქმეა, იმდენად, რამდენადაც მასში მონაწილეობს ადამიანური

ცხოვრების სხვადასხვა მხარე და ამიტომ „როცა ვერბალური კომუნიკაციის ეფექტიანობაზე ვლაპარაკობთ, უნდა გავითვალისწინოთ ყველა მისი შესაძლებელი მხარე და ვერბალური კომუნიკაციის ეფექტიანობაც მისი სისრულის პრინციპით უნდა შეფასდეს“.<sup>60</sup>

კითხვაზე, თუ რა არის ვერბალური კომუნიკაციის ეფექტიანობის საზომი, შეიძლება ასე ვუპასუხოთ: საზომი არის ვერბალური კომუნიკაცია, რომელიც ეთიკურ იდეალებს ექვემდებარება; ანუ ისეთი ვერბალური კომუნიკაცია, რომელიც ორიენტირებული იქნება ადამიანებს შორის ჰარმონიული ურთიერთობის დასამყარებლად, შესანარჩულებლად და განსავითარებლად.

ადამიანი ვერბალურ კომუნიკაციასთან ერთად ფლობს არავერბალური კომუნიკაციის ხელოვნებასაც. არავერბალური ანუ „უსიტყვო კომუნიკაცია ნიშნავს გარემოსთან ურთიერთობას აზრის სიტყვიერი, ანუ ვერბალური გამოხატვის გარეშე“<sup>61</sup> და ის ურთიერთობის დიდ პროცენტს მოიცავს. ეს არის ქმედება, რომელიც გვაძლევს ინფორმაციას პიროვნებათაშორისი ურთიერთობის ხასიათსა და ემოციურ მდგომარეობაზე. არავერბალური კომუნიკაციის საშუალებები – ჟესტი, მიმიკა, თვალებით კონტაქტი, პოზა და სხვა, იძლევა შესაძლებლობას გავიგოთ ინტერაქციაში მყოფი ადამიანების ხასიათი, განცდები, ემოციები, მოლოდინები; ასევე მათი მორალურ-პიროვნული თვისებები. კომუნიკაციის არავერბალურ საშუალებებს შეუძლია გადმოგვცეს უზარმაზარი ინფორმაცია კომუნიკაციის პროცესში მყოფთა შესახებ – მათი პიროვნული თვისებები, ემოციური მდგომარეობა, ტემპერამენტი, სოციალური სტატუსი, კომუნიკაციური კომპეტენტურობა, თვითშეფასება. *არავერბალური კომუნიკაციის არსია მივიღოთ ადამიანის შესახებ სხვადასხვა სახის ინფორმაცია. ასეთი ინფორმაცია კი შეიძლება მივიღოთ ჟესტებით, მიმიკით, ინტონაციით. მათ შეუძლიათ ადამიანის სულიერი (შინაგანი) ენერჯის, სიმპტომების, მოძრაობის გამოხატვა და კორექტულად ინტერპრეტირება. არავერბალური კომუნიკაციის თავისებურება იმაში მდგომარეობს, რომ ის დამოკიდებულია სიტუაციაზე. და ამით იძლევა შესაძლებლობას კომუნიკაციის ყველა მონაწი-*

<sup>60</sup> მურათ შონია, ვერბალური კომუნიკაციის სოციოლოგია. გვ. 133

<sup>61</sup> ეთერ ჩაჩანიძე, თამარ ზოდელავა, მიხეილ გოგიშვილი, მაია სულხანიშვილი. კომუნიკაცია სასამართლოში. პრაქტიკული სახელმძღვანელო. გვ.25

ლის მდგომარეობა გავიგოთ რეალურ დროში. თუ ვერბალური კომუნიკაციის დროს ხდება სათქმელის გააზრება, მისი სტრუქტურირება, არავერბალური კომუნიკაციის ელემენტები უმეტესად რეფლექსურ ხასიათს ატარებს და ამჟღავნებს მოსაუბრის რეალურ განწყობას. არავერბალური კომუნიკაცია სპონტანური და უნებლიეა; მისი სრული კონტროლი ფაქტობრივად შეუძლებელია. ადამიანის მიერ კომუნიკაციის არავერბალური საშუალებების ათვისება მხოლოდ ბუნებრივ პირობებში ხდება დაკვირვებით, მიბაძვით და ათვისებით.

არავერბალური კომუნიკაცია შეიძლება დავყოთ პირობითად სამ ძირითად ტიპად:

- ქცევითი ნიშნები – ეს ისეთი ფიზიოლოგიური რეაქციებია, როგორიცაა განითლება, გაფითრება, ღელვა, კანკალი და ა. შ.

- უნებლიე, სპონტანური ნიშნები – ამ ნიშნების გამოყენება უშუალოდ დაკავშირებულია ადამიანის ისეთ თვისებებთან, როგორიცაა ტუჩის კვნეტა, ცხვირის მოფხანვა, უმიზეზოდ ფეხის ცანცარი და ა. შ.

- საკუთრივ კომუნიკაციური ნიშნები – ეს ის კონკრეტული სიგნალებია, რომლებსაც ძალუძთ მოვლენებზე, ობიექტებსა თუ ადამიანის მდგომარეობაზე კონკრეტული ინფორმაციის (გად)მოცემა.

როგორც აღვნიშნეთ, არავერბალური კომუნიკაცია არის ურთიერთობა, სხვადასხვა სასიგნალო თუ ნიშანთა სისტემების მეშვეობით. ურთიერთობის ეს საშუალებები ანალოგიით ხშირად ინოვაციებიან ენებად – პირველად და მეორად ან ბუნებრივ და ხელოვნურ ენებად. პირველად ენებში სიგნალები უშუალოდ აღნიშნავენ აზრს. მეორად ენებში კი სიგნალით კოდირებულია განსაზღვრული სიტყვა. და სწორედ ამ სიტყვებით ჩვენ ვიგებთ აზრებს. მაგალითად: ჟესტი, მიმიკა – პირველადი ენებია, რამეთუ ეს სიგნალები იმთავითვე აღნიშნავენ ჩვენს (გარკვეულ) მდგომარეობას. რაც შეეხება ყრუ-მუნჯთა ენას, მორზეს ანბანს, ნოტების სისტემას, პროგრამირების ენას, ფლოტზე დროშების სიგნალიზაციის სისტემას, სამოქალაქო თავდაცვის შეტყობინების სისტემას და ა. შ., ესენი მეორადი ენებია, რადგან ისინი თავდაპირველად გამოსცემენ სიგნალს, ხოლო ამ სიგნალის მეშვეობით ვიგებთ აზრს. ამდენად,

ბუნებრივი ენები პირველადია, ხოლო ხელოვნური ენები – მეორადი.

ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი კომუნიკაციის არავერბალური საშუალებებიდან უმნიშვნელოვანეს როლს ადამიანურ ურთიერთობებში, რა თქმა უნდა, თამაშობს პირველადი, ბუნებრივი არავერბალური ენები – ჟესტი, მიმიკა, ანუ როგორც მათ უწოდებენ – *სხეულის ენა*.<sup>62</sup> მას ძალიან ბევრი შეუძლია გვითხრას კომუნიკანტების გრძნობებსა და განზრახვებზე. სხეულის ენა ცხოველთა კომუნიკაციურ ქმედებებსაც ახასიათებს, რომელსაც სწავლობს სპეციალური მეცნიერება – ეთოლოგია (მეცნიერება ცხოველთა სოციალური ქცევის შესახებ). ცხოველი „საუბრობს“: სხვადასხვა ბგერა, სუნი, შეფერილობა, სხეულის მიხვრა-მოხვრა და ბევრი სხვა, ცხოველთა სამყაროში გამოიყენება არავერბალური კომუნიკაციისათვის.<sup>63</sup> მათი პოზების სწორი ინტერპრეტაცია იძლევა შესაძლებლობას ისინი განვიხილოთ როგორც სიგნალები.

ბუნებრივია, რომ ცხოველთა სამყაროში კომუნიკაციის სისტემები, განსხვავებით ადამიანთა სივრცისაგან, მეტად პირველადი და პრიმიტიულია და განისაზღვრება როგორც ბიოლოგიურად მიზანდასახული ერთობლივი ქმედება, რაც მიმართულია გარემოში ადაპტაციისკენ და რეგულირდება სასიგნალო ნიშანთა სისტემით.

---

<sup>62</sup> თუმცა არსებობს სანინააღმდეგო მოსაზრებაც. გიდენსი წერს: „არავერბალურ კომუნიკაციის ზოგჯერ განიხილავენ, როგორც „სხეულის ენას“, თუმცა ეს მცდარი აზრია, ვინაიდან ამგვარ არავერბალურ მინიშნებებს ... ვიყენებთ სიტყვიერად გამოთქმულის ასაცილებლად ან გასაძლიერებლად“. სოციოლოგია ენტონი გიდენსის მიხედვით. გვ.103

ასევე: „ხშირად გამოიყენება ტერმინი „სხეულის ენა“, რომელიც უფრო ვიწროა, ვიდრე „არავერბალური კომუნიკაცია“, რადგანაც მხოლოდ ჟესტებს, მიმიკასა და პოზას მოიცავს და არ შეიცავს ე.წ. ექსტრალინგვისტურ საშუალებებს ( ინტონაციას, პაუზას და სხვა), რაც აუცილებლად თან ახლავს მეტყველებას, მაგრამ არ მიეკუთვნება მეტყველების მახასიათებლებს“. ნატო ტივაძე. არავერბალური კომუნიკაცია ინტერკულტურული კომუნიკაციის პირობებში. <http://intermedia.ge>

<sup>63</sup> ასევე: „თავისთავადი მნიშვნელობით ე.წ. „სხეულის ენა“ არცაა ენა, ვინაიდან ენა ამ სიტყვის საკუთრივი მნიშვნელობით სიტყვის გარეშე არც არსებობს. და რომ ენა თავის სტიქიაში სწორედ რომ მხოლოდ სიტყვის ფორმით არსებობს.“ მურათ შონია, ვერბალური კომუნიკაციის სოციოლოგია. გვ: 139.

<sup>63</sup> გაგა ნიჟარაძე, სხეულის ენა და არავერბალური კომუნიკაცია. გვ. 46.



ძირითადი პრობლემა, რომლის გადაჭრასაც სპეციალისტები ცდილობენ, არის მიმართება ბუნებრივ, თანდაყოლილსა და აღზრდით შექმნილს შორის. როგორც ვარაუდობენ, ცხოველებში ინსტიქტური მექანიზმები სამი მიმართულებით ვითარდება:

- სახეობის შენარჩუნება (სექსუალური ქმედება, შთამომავლობაზე ზრუნვა და ა.შ.)

- ინდივიდის შენარჩუნება (კვების და წყურვილის დაკმაყოფილება, ზამთრისთვის თადარიგის დაჭერა და ა.შ.)

- მეტ-ნაკლებად მუდმივი უსაფრთხოების უზრუნველყოფა (მტრებისგან, ცუდი გარემო პირობებისაგან დაცვა და ა.შ.)

სწორედ ამ უკანასკნელ შემთხვევაში მოქმედების მექანიზმებს აქვთ შუალედური მიმართულება: ისინი უზრუნველყოფენ კომუნიკაციას ინდივიდსა და სახეობას/გვარს შორის. აქ საუბარია ინდივიდის ქმედების გვარის სხვა წარმომადგენლების მოქმედების ფორმებთან შეგუებაზე. შემეცნებითი პროცესები მიმართულია იმისკენ, რომ ერთმანეთისგან განასხვავონ მეგობრები და მტრები, ქცევის პროგრამა – ერთობლივი გაქცევა ან თავდასხმა, გაფრთხილება ან დევნა. კომუნიკაციის ძირი სწორედ აქ უნდა ვეძებოთ: უსაფრთხოებისა და დაცვის უზრუნველყოფის მიზნით კოორდინირებულ, შეთანხმებულ ქმედებაში. ცხოველების კვაზისოციალური ქცევა ვრცელდება ინსტიქტური ქცევის პირველ ორ სფეროზეც (გამრავლება და საკვების მოძიება).

ფრინველთა გალობა კომუნიკაციის ერთ-ერთი საინტერესო მაგალითია. თითოეული ფრინველი თავისი სახეობისთვის დამახასიათებლად გალობს. მტაცებლის შემჩნევისას ჩიტი გამოსცემს სტვენის მსგავს სპეციფიკურ ხმას, აფრთხილებს რა „მეგობრებს“, რომ აუცილებელია დამალვა. ხოლო ბუდის დამანგრეველის შემჩნევისას გამოსცემს წყვეტილ სტოკატტოს, რომლითაც ანიშნებს მზადებას ომისათვის და ამით თავისიანებს საკუთარი ბუდეების დაცვისაკენ მოუწოდებს. ფრინველები მტაცებლების განსხვავებას სწავლობენ ზრდის პროცესში და ამ უნარს გადასცემენ შემდგომ თაობებს. ფუტკარი ნექტარის ახალი წყაროს აღმოჩენისას ბრუნდება სკაში და თუ ნექტარი ახლოსაა, წრეში ცეკვავს, რითაც თავისიანებს წყაროს ადგილმდებარეობას აგებინებს. თუ ნექტარი სკიდან შორსაა, მაშინ ფუტკარი – მაცნე/მახარობელი ცეკვავს ეგ.წ.

რვიანს, რითაც ზუსტად უჩვენებს ნექტარის ადგილმდებარეობას მზესთან მიმართებაში.

კომუნიკაციის უფრო დახვეწილი სისტემა აქვთ პრიმატებს. მათთან მნიშვნელოვან როლს თამაშობს არა მხოლოდ ისეთი შეგრძნება როგორცაა ყნოსვა, არამედ ყესტები და ხმები. თანაც, რაც საინტერესოა, პრიმატებში სწრაფვა სოციალური დომინანტობისაკენ, ლიდერობისაკენ იმდენად ძლიერია, რომ უკანა პლანზე წევს კვებით და სექსუალურ მოთხოვნილებებს. მაგალითად, შიმპანზეს, რომელსაც მაღალი სოციალური სტატუსი აქვს, შეუძლია ერთი ყესტით (ხელის აწევით) დანარჩენებს საჭმლის მიღების უფლება მისცეს; დედა შიმპანზე საკუთარ შვილს მხარზე შეხებით ანიშნებს – მას სხვაგან წასვლის უფლება არ აქვს; ბენვის დავარცხნა ნიშანია მისდამი დაქვემდებარების და ა.შ.

ამრიგად, კომუნიკაციის პირველი საშუალებები აღმოცენდება ინსტიქტური ქმედებებისაგან, თუმცა ურთიერთსწავლების პროცესში ვარირებენ პირობებისა და მოქმედების კორექციის ზეგავლენით. ეს მოქმედებები ფიქსირდება მეხსიერებაში და თანდათან იძენენ ახალ მნიშვნელობას და შედარებით დამოუკიდებელ არსებობასაც<sup>64</sup>. ცხოველის მეხსიერება ინახავს არა მხოლოდ ქცევის მოდელებს, არამედ რეაქციებსაც მათზე (მისი წრის რეაქციებსაც). შემდგომში ქცევითი აქტის ნაკლებ ეფექტური მომენტები მცირდება, ხოლო არსებითი აქცენტირდება სხვა კომუნიკანტების ქცევის ცვლილებისათვის. ქცევითი აქტი გარდაიქმნება კომუნიკაციურ აქტად. ბიორელევანტური ხდება სემიოტიკური. ამრიგად, კომუნიკაცია – ეს ერთობლივი მოქმედების კერძო ნაწილია, რომელიც მიმართულია თავად ამ მოქმედების რეგულაციისაკენ.

ადამიანი თავისი მეგობარი ცხოველებისაგან არც თუ ისე შორს წავიდა. ადამიანს ასევე ახასიათებს ჯგოფური მოქმედება, ადამიანთა ჯგუფს შეუძლია იმოქმედოს როგორც მგლების ხროვამ, როგორც ცხვრების ჯოგმა. ბევრი გარშემომყოფთ ყოფს თავს

---

<sup>64</sup> მაიმუნის მიერ მოქმედების დროს კბილების შემთხვევით გამოჩენა შეიძლება სრულებითაც არ იყოს მუქარის ნიშანი; ან ხელის აწევა ხეზე ასასვლელად არ ნიშნავდეს გაჩერების სიმბოლოს და ა.შ.)

ვისიანებად („ჩემებად“) და სხვებად („მტრებად“)<sup>65</sup>; უცხო არ არის მონური დაქვემდებარება – ხელის კოცნა “მაღლა“ მდგომთათვის; დაცემულთა (და უბრალოდ, მოკვდავთა) ქვებით ჩაქოლვა.<sup>66</sup> ხშირად ახალგაზრდებში, განსაკუთრებით ვაჟებში, სოციალური დომინირება თუ თვითდამკვიდრება ვლინდება ჟესტებსა და ყვირილში, რომელიც ძალიან გავს პრიმატთა ყვირილს; ხშირია ვანდალიზმის შემთხვევებიც.<sup>67</sup>

არ უნდა დავივიწყოთ კომუნიკაციის ბიოლოგიური ფესვები, თუმცა უნდა გვახსოვდეს ( უპ. ყ. ქმედებებში), რომ ადამიანი როგორც სახეობა /გვარი გამოვიდა პირველყოფილი მდგომარეობიდან. საით წავიდეს: უკან თუ წინ? კომუნიკაცია მისი როგორც სოციალური არსების განვითარების ხელშემწყობია, მისი როგორც უნიკალური გვარის მთლიანობაში ხელშემწყობი. ამიტომ, კომუნიკაციური კომპეტენტიურობის ხარისხი თანაფარდობაშია ინდივიდის სოციალიზაციის ხარისხთან, მის მიერ ინტელექტუალური ზრდის ხარისხთან და სხვა ადამიანურ თვისებებთან.

როგორც ვხედავთ, ადამიანამდელ სტადიაზე კომუნიკაცია ავლენს თავის ძირითად თვისებებს: ინტერსუბიექტიურობა; შემოქმედებითი ხასიათი; უნდა აღინიშნოს, რომ *კომუნიკანტებად არ იბადებიან, კომუნიკაციას სწავლობენ*, თუმცა არსებობს განმსაზღვრელი ბიოლოგიური, ბუნებრივი წინაპირობები კომუნიკაციური მოღვაწეობის სწავლებისათვის.

ზუსტად ასე „საუბრობს“ თავისი ენით ადამიანიც. მას პოზის და მოძრაობის ენით შეუძლია არა მხოლოდ ბიოლოგიური, არამედ თავისი ბუნებით კულტურული სიგნალების გაშვება. მაგალითად: ლოტოსის პოზა შეიძლება მივიჩნიოთ ინდური კულტურის გამომხატველებად, კაცი ყანწით ხელში – ქართული კულტურის ნიშნად, ადამია-

---

<sup>65</sup> ეს მიდგომა არ უნდა ავურიოთ იმასთან, რასაც სოციალურ იდენტობას და აქედან გამომდინარე, Ingroup and Outgroup Effects ვუნოდებთ.

<sup>66</sup> ამ რამდენიმე წლის წინ სოციალურ ქსელში გავრცელებულმა ვიდეომ ახალგაზრდა ჩეჩენ გოგონაზე, რომელიც სცენაზე თავსაბურავის გარეშე გამოვიდა, რითაც არა უბრალოდ ძმის რისხვა დაიმსახურა, არამედ საკუთარ თავს სასიკვდილო განაჩენიც გამოუტანა: ის ქვებით ჩაქოლეს – კიდევ ერთი დადასტურება ადამიანის ცხოველური ინსტიქტების.

<sup>67</sup> ფორმალური დევიაციის შემთხვევები: საზოგადოებრივი შენობების არამოტივირებული ნგრევა, მაგალითად, ფეხბურთის ფანების მხრიდან.

ნი „ბალალაიკით“ ხელში – რუსული კულტურის ნიშნად და ა.შ. არავერბალური კომუნიკაციით მოწოდებული ინფორმაცია – სიგნალები ადამიანის განწყობაზე, კონკრეტულ საკითხთან დაკავშირებით მის დამოკიდებულებაზე ერთობ მნიშვნელოვანია. ასეთი სიგნალების სწორი შეფასება კი შესაძლებელს ხდის რთული საუბარიც კი წარმატებით წარიმართოს, ვინაიდან ფარული სიგნალების სრული და სწორი აღქმისას ვიღებთ ისეთ „დამატებით“ ინფორმაციას, რომლის სათანადოდ შეფასებისას გვაქვს შესაძლებლობა, სწორად შევარჩიოთ საუბრის დრო, ყურადღება გავამახვილოთ ან არ გავამახვილოთ გარკვეულ (პრობლემატურ) საკითხებზე, ვიმუშაოთ მოსაუბრის ნდობის მოპოვებაზე, ავამაღლოთ მისი განწყობა. ეს ყოველივე წარმატებული საუბრის საწინდარია“<sup>68</sup>. და რაც მთავარია: „...არასიტყვიერი კომუნიკაცია გვეხმარება ჩვენი მოსაუბრის გამონათქვამების უკეთ შეფასებაში. სხეულის ენა ხაზს უსვამს ნათქვამს და უფრო გასაგებს, მკვეთრს ან პირიქით მკრთალს ხდის მას. აქედან გამომდინარე, სხეულის ენას არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება ნათქვამის ინტერპრეტაციისას“.<sup>69</sup>

განვიხილოთ არავერბალური კომუნიკაციის ძირითადი სახეები.

**I. კინეზისი** – როგორც კიდურების, სხეულის მოძრაობა, ჟესტებისა და პოზების ერთობლიობა; მათ იყენებენ კომუნიკაციის გამომსახველი საშუალებების დამატებად. კინეზისის მთავარი ელემენტებია: მიმიკა, პოზა, ჟესტი და თვალებით (მხედველობითი) კონტაქტი. მათ აქვთ ფიზიოლოგიური თუ სოციოკულტურული წარმომავლობა. გამოყენებისას ეს ჟესტები ერთმნიშვნელოვნად უნდა იქნენ გააზრებული, რადგან მათი არასწორი გააზრებისას ადვილი მოსალოდნელია (რბილად რომ ვთქვათ) უსიამოვნო ვითარება შეიქმნას.

*ჟესტები* – ხელების ნიშნად გამოყენება; მეორენაირად: ჟესტი ესაა ხელის ან ხელების მოძრაობა, რომელსაც გარკვეული მნიშ-

---

<sup>68</sup> ეთერ ჩაჩანიძე, თამარ ზოდელავა, მიხეილ გოგიშვილი, მაია სულხანიშვილი. კომუნიკაცია სასამართლოში. პრაქტიკული სახელმძღვანელო. გვ.26

<sup>69</sup> ეთერ ჩაჩანიძე, თამარ ზოდელავა, მიხეილ გოგიშვილი, მაია სულხანიშვილი. კომუნიკაცია სასამართლოში. პრაქტიკული სახელმძღვანელო. გვ.26

ვენელობა აქვს. შეიძლება, მაგალითად, ყურადღების მიპყრობის მიზნით დარბაზის ერთი კუთხიდან ხელის ქნევით (ნაცნობის) მოხმობა, შესაძლებელია დაჭერილი თევზის სიგრძე ვუჩვენოთ ორივე ხელის გაშლით; საფეთქელთან ხელის მიდებით და თითის დატრიალებით ვინმეს მიმართ ცუდი განწყობა დავაფიქსიროთ; ვინმეს მიმართ მისალმება თუ მადლიერება გამოვხატოთ ისეთი შესტით, როგორიცაა აპლოდისმენტები და ა.შ. ძალიან ბევრ წარმართულ რელიგიაში ტაშის დაკვრით ლოცვისა თუ მსხვერპშენიერვის დროს ღმერთების ყურადღების მიპყრობა ხდებოდა. და საერთოდ: ტაშის დაკვრა ერთ-ერთია იმ შესტთაგან, რომელიც გამოსცემს ხმას, თანაც საკმაოდ მაღალს.

ზოგიერთი შესტი, რომელსაც სპეციალურად მინიჭებული აქვს განსაზღვრული მნიშვნელობები, მიეკუთვნება მეორად ენას. ასეთია არა მხოლოდ ყრუ-მუნჯთა შესტების ენა, არამედ პროფესიონალური შესტების ენაც. მაგალითად: მშენებლობაზე, ტვირთის მაღლა აწევისას ხელის ცერა თითის ზევით აწევა ნიშნავს „ვირა“-ს (ტვირთის მაღლა ატანას), ხოლო ცერა თითის დაბლა დანევა – „მინა“-ს (ტვირთის დაბლა ჩამოტანას). ანალოგიურად, რომში გლადიატორების ორთაბრძოლაში დამარცხებულის ბედი დამოკიდებული იყო ძლიერთა ამა ქვეყნისას თითის აწევასა თუ დაწევაზე; ტელეოპერატორი თუ რეჟისორი როცა ხედავს, რომ რეპორტაჟის ქრონომეტრაჟი იწურება, ტელეჟურნალიტს ამას განსაკუთრებული შესტით აცნობებს – ხელის განვდენით შემოხაზავს რაწრეს, ანიშნებს: „დაასრულე“. ყველა ეს შესტი გამოიყენება იმ სიტუაციებში, როცა ადამიანი რაღაც მიზეზის გამო ვერ ახერხებს ვერბალურად ინფორმაციის გადაცემას. ანუ მეორადი ენის შესტებით ხდება ჩვეულებრივი ენის ნიშნების ჩანაცვლება. მაშინ, როცა პირველადი ენის შესტები არაფერს არ ანაცვლებენ, არამედ პირდაპირ გამოხატავენ ემოციას ან რაღაც მნიშვნელობას.

ხშირად შესტები გამოიყენება ნათქვამის მნიშვნელობის გასაძლიერებლად ან საილუსტრაციოდ. მაგალითად, როცა სიტყვიერ მოპატიჟებას „მოპრძანდით“ თან ახლავს თავაზიანი შესტი, ან როცა რაიმეზე უარს ვამბობთ და თან გაშლილ ხელებს ვასავსავებთ. მსგავსია თავის მოძრაობით გამოხატული შესტიკულაციის ნიშნები. ისეთი გავრცელებული შესტები, როგორცაა თავის დაქნევა, თავის კანტური, თავის გაქან-გამოქანავება, გამოხატავს

თანხმობას, გაგებას, უარყოფას. ეს ნიშნები სემანტიკურად მსგავსია მხრების მოძრაობის ჟესტების. მაგალითად, ადამიანი, რომელიც მხრებს იჩიჩავს, გამოხატავს გაოცებას ან იმას, რომ რაღაც არ იცის და ა.შ.

*მიმიკა* – სახის გამომეტყველებით ემოციების, შინაგანი მდგომარეობის, რომელიც ასახავს ჩვენს დამოკიდებულებას გარკვეული მოვლენის, ადამიანის, სატუაციის, ან სულაც, მთელი სინამდვილის მიმართ<sup>70</sup>, მართვა. ადამიანს შეუძლია განასხვავოს და მოახდინოს სახის კუნთების უფაქიზესი მოძრაობის ინტერპრეტაცია. სახის დეტალების მოძრაობა ასრულებს ნიშანთა ფუნქციას: წარბების აწევით შეიძლება გამოიხატოს გაკვირვება, შიში, მრისხანება, მისალმება. მიმიკით ურთიერთობა ცხოველებისთვისაცაა დამახასიათებელი. თუმცა გრიმასები, რომლებიც ადამიანურსაც გვაგონებს, ხშირად გამოხატავენ განსხვავებულ აზრს. მაგალითად: კბილების დაკრეჭა, რომელიც ადამიანთან მიმართებაში შეიძლება მივიჩნიოთ ღიმილად, მაიმუნთან ის გამოხატავს მუქარას. ასე იქცევიან სხვა ძუძუმწოვრებიც: ძაღლები, ვეფხვები, მგლები და ა.შ. მიმიკას შეიძლება მივაკუთვნოთ ასევე თვალებით კონტაქტიც. ძველი მეთოდია: ქალბატონების მიერ „თვალებით კეკლუცობა“. წამწამების დახამხამებით შეიძლება ვთქვათ: „დიახ“. თვალი თვალში გაყრა ძლიერი და თავისუფალი ადამიანის თვისებად ითვლება. ეს თვისება ცხოველებსაც ახასიათებს. თუმცა სრულიად სხვა დატვირთვა აქვს: გორილა ითმენს ადამიანს მის გვერდით, თუმცა მან (ადამიანმა) გორილას არ უნდა შეხედოს თვალებში, რამეთუ ცხოველის მიერ ეს აღქმული იქნება როგორც პრეტენზია მის სტატუსზე – ჯოგში წინამძღოლობაზე, როგორც გამონწვევაზე, რომელზეც ის აუცილებლად მოახდენს რეაგირებას.

**II. შეხებითი** – კომუნიკაცია შეხებით, მაგალითად, მხარზე მოთათუნებით. ეს სახე კარგად უჩვენებს კომუნიკანტებს შორის ურთიერთობის ხარისხსაც და სტატუსსაც. ახლობელი ადამიანები თავიანთ ურთიერთობას გამოხატავენ ჩახუტებით, მოფერებით, კოცნით. ამხანაგური ურთიერთობები გამოხატულია ხელის ჩამორთმევის, მხარზე მოთათუნების აქტში. თუმცა აქვე უნდა აღ-

---

<sup>70</sup>გაგა ნიჟარაძე, სხეულის ენა და არავერბალური კომუნიკაცია. გვ. 47.

ენიშნოთ, რომ შეხების ყოველი სახე მართებულია მხოლოდ გარკვეულ სიტუაციაში და მხოლოდ გარკვეულ შემთხვევაში შეიძლება გადმოსცემდეს რალაც აზრს, ანუ აღქმულ იქნას როგორც კომუნიკაციური განზრახვის გამოვლინება. მაგალითისთვის, გავიხსენოთ ალექსანდრე ყაზბეგის „ხევისბერი გოჩა“-ს ის მონაკვეთი, როცა ონისემ გაყინულ ძიძიას ნაბადი მოახურა და მკერდზე მიიკრა: „ამ ქალის მიკარებასთან ერთად ონისეს გული მეტისმეტად გათრთოლდა, შეიკუმშა და შესდგა, გათრთოლდა კიდევ, კიდევ და ერთბაშად აძაგაძაგებულმა გზა მისცა გამოქანებულ ადუღებულ სისხლს... რომელმაც სხეულის ყოველს ძარღვში დაჰკრა“.<sup>71</sup> ეს შეხება, ეს გულში ჩაკვრა ორივესთვის ძალზედ მგრძნობიარე იყო, რადგან მათ შორის დაბადებული გრძნობის განსაკუთრებულ ურთიერთობას ცხადს ხდიდა. თუმცა, იგივე სახის შეხება ავტობუსის მგზავრებს შორის სრულიად სხვა ემოციას – ნეგატიურს (მით უფრო ზაფხულში და თან მგზავრებით გატენილ ავტობუსში) გამოიწვევს.

კვლევების შედეგად დადგინდა, რომ ადამიანები ურთიერთობისას იყენებენ შეხების სხვადასხვა სახეებს – პროფესიონალურს, სარიტუალო, მეგობრულსა თუ სასიყვარულოს; თითოეულს აქვს განსხვავებული ხასიათი, ეფექტურობა და მნიშვნელობა. შეხების ყველა ეს ტიპი ადამიანისათვის აუცილებელია კომუნიკაციური პროცესის შესუსტების თუ გაძლიერებისათვის. თუმცა სწორედ კულტურული განსხვავებულობის გამო უნდა იქნეს გათვალისწინებული მთელი რიგი ფაქტორები.

**III. სენსორული** – არავერბალური კომუნიკაციის ერთ-ერთი სახეა, რომლის საფუძველში დევს კულტურების გრძნობადი აღქმა. დამოკიდებულება პარტნიორთან ლაგდება ისეთი შეგრძნებებით როგორიცაა სუნი, გემო, ხმის ტემბრი, ფერთა შეხამება, თანამოსაუბრიდან მომდინარე სითბო და ა.შ. სწორედ მათი წყალობით პარტნიორთან შენდება არავერბალური კომუნიკაცია. ყველა სენსორული ფაქტორი ერთდროულად მოქმედებს და საბოლოოდ ამა თუ იმ კულტურის სენსორულ სურათს ქმნის. კონკრეტული კულტურის შეფასება დამოკიდებულია სასიამოვნო და უსიამოვნო სენსორული შეგრძნებების თანაფარდობაზე. თუ სასიამოვნო შეგ-

---

<sup>71</sup>ალ. ყაზბეგი. ხევისბერი გოჩა. ტომი 3; გვ.55

რძნებები უფრო მეტია, ჩვენ კულტურას დადებითად ვახასიათებთ. და პირიქით, თუ ჭარბობს ნეგატიური შეგრძნებები, ეს კულტურა არ მოგვწონს.

**IV. პროქსემიკა** – არავერბალური კომუნიკაციის ეს სახე ეფუძნება სივრცითი ურთიერთობების გამოყენებას. კომუნიკაციისის ეს სახე გულისხმობს მანძილისა და ტერიტორიის უშუალო გავლენას პიროვნებათაშორის ურთიერთობებზე. კვლევის შედეგად გამოვლინდა არავერბალური კომუნიკაციის სივრცითი ტიპის ოთხი ზონა: ინტიმური, პირადული, სოციალური და საჯარო.

“*ინტიმური დისტანცია* (15სმ-46სმ) – განკუთვნილია სოციალური კონტაქტების მცირე რიცხვისთვის. ეს არის ადამიანის მიერ ყველაზე მეტად დაცული (როგორც საკუთრება) ზონა. ამ ზონაში ოპერირებენ მშობლები და შვილები, შეყვარებულები, უახლოესი მეგობრები და სისხლით ნათესავები; ანუ ის ადამიანები, რომლებიც ერთმანეთთან მჭიდრო ემოციურ კონტაქტში იმყოფებიან. ეს ზეინტიმური ზონაა.

“*პიროვნული დისტანცია* (46 სმ – 120 სმ) – „ესაა მანძილი, რომელიც უნდა იქნას დაცული კოქტეილ-სალამოების, ოფიციალური მიღებების, ოფიციალური თუ მეგობრული სალამოების დროს.“<sup>72</sup>

“*სოციალური დისტანცია* (120 – 360 სმ) – მიღებულია ფორმალურ გარემოში. ეს ის მანძილია, რომელსაც ჩვენ ვიკავებთ იმ ადამიანებთან მიმართებაში, რომლებსაც კარგად არ ვიცნობთ. მაგალითად, სამსახურში ახალი თანამშრომლის მიმართ, სახლში შემოსული გაზის მონიტორინგის თანამშრომლის მიმართ და ა.შ.

“*საჯარო დისტანცია* (360 სმ-ზე მეტი) – განკუთვნილია მათთვის, ვინც აუდიტორიის, ადამიანთა დიდი ჯგუფის წინაშე წარსდგება.“<sup>73</sup>

როგორც ვხედავთ, სოციალური დისტანცია პირდაპირი გაგებით პიროვნებებს შორის სივრცულ დისტანციაში განსხეულდება. მანძილი თანამოსაუბრემდე თავისთავად შეიძლება იყოს ხაზგასმა იმის, რაც იქმნება მოსაუბრეთა სოციალური სტატუსისა და ურთი-

---

<sup>72</sup> Аллан Пиз, Язык телодвижений, Как читать мысли окружающих по их жестам. გვ. 15.

<sup>73</sup> Аллан Пиз, Язык телодвижений, Как читать мысли окружающих по их жестам. გვ. 15.



ერთობის აღქმით. ფაქტია: სხვადასხვა კულტურაში განსხვავებული წარმოდგენებია პიროვნული სივრცის აღქმაში. პროქსემიკური ანუ კომუნიკაციის წევრების სივრცეში განლაგების განსხვავების სადემონსტრაციოდ ჩვეულებრივად იყენებენ ე.წ. *დისტანტური და კონტაქტური ერების* არსებობის ფაქტს. დისტანტურია ერი, რომელიც ცდილობს დაიცვას თავისი პირადი სივრცე, კონტაქტურია ერი, რომელიც ცდილობს უფრო მცირე დისტანციაზე დაამყაროს ურთიერთობა. აღმოსავლურ კულტურაში უპირატესია თანამოსაუბრეებს შორის შედარებით დიდი დისტანციის დაცვა, მაშინ როცა დასავლურ კულტურაში მნიშვნელოვანია უფრო ახლო დისტანცია. თუ ერთმანეთს შევადარებთ ამერიკელისა და იაპონელის ურთიერთობას, საინტერესო სურათს მივიღებთ: ამერიკელი მუდმივად ცდილობს თანამოსაუბრესთან ახლო კონტაქტს, მანძილის შემცირებას, მაშინ როცა იაპონელისათვის დისტანციის შენარჩუნება უმნიშვნელოვანესია.

**V. ქრონემიკა** – ეს ტიპი გულისხმობს არავერბალური კომუნიკაციისას დროით მიმართებებს. უფრო ზუსტად: იმისათვის, რომ გაუგო პარტნიორს, მნიშვნელოვანია იცოდე როგორაა გააზრებული მის კულტურაში დრო. ამერიკელი ანთროპოლოგი, კროს-კულტურული მკვლევარი, პროქსემიკის, როგორც მეცნიერების ფუძემდებელი *ედუარდ ჰოლი* თავის ნაშრომებში „მდუმარე ენა“ („The Silent Language“; ეს წიგნი პირველად გამოქვეყნდა 1959წ), „კულტურის მიღმა“ („Beyond Culture“; ეს წიგნი პირველად გამოქვეყნდა 1976წ) და „გერმანელების, ფრანგებისა და ამერიკელების კულტურული განსხვავებულობის გააზრება“ („Understanding Cultural Differences, Germans, French and Americans“; ეს წიგნი გამოქვეყნდა 1990 წ) აღნიშნავს, რომ დროის ფაქტორის გამოყენების კუთხით კულტურები შესაძლოა ორ ურთიერთსაპირისპირო სახედ დაეყოს: *მონოქრონულ* (როცა დრო ისე ნაწილდება, რომ დროის ერთსა და იმავე მონაკვეთში შესაძლებელია მოღვაწეობის/მოქმედების/ აქტივობის მხოლოდ ერთი სახე) და *პოლიქრონულ* (როცა დროის ერთსა და იმავე მონაკვეთში შესაძლებელია რამდენიმე სახის მოღვაწეობა/მოქმედება/აქტივობა) კულტურებად. განვიხილოთ უფრო დანვრილებით.

დროის მონოქრონული გამოყენება ნიშნავს, რომ აქტივობები თანმიმდევრულად ხორციელდება, ერთი-მეორის შემდეგ განსაზღვრულ დროის მონაკვეთში. აქედან გამომდინარე, დრო წარმოდგება როგორც სწორხაზოვანი (შეუქცევადი) გზა, რომელიც მიემართება წარსულიდან აწმყოს გავლით მომავლისაკენ. მონოქრონული დრო იყოფა მონაკვეთებად, ანუ ყველაფერი წინასწარ იგეგმება იმისათვის, რათა ადამიანმა შეძლოს დროის ნებისმიერ მონაკვეთში რაღაცაზე/ვინმეზე კონცენტრირება. მონოქრონული კულტურის წარმომადგენლები დროს ნივთიერ/მატერიალურ ღირებულებას მიაწერენ: ის შეიძლება დახარჯო, ეკონომიურად გამოიყენო, დაკარგო, დააჩქარო, აინაზღაურო. ამიტომ, დრო როგორც გარკვეული სისტემა ახდენს ადამიანთა ცხოვრების ორგანიზების წესრიგის დაცვას. იქიდან გამომდინარე, რომ „მონოქრონულ“ ადამიანს დროის განსაზღვრულ მონაკვეთში აქტივობის მხოლოდ ერთი სახის განახორციელება შეუძლია, ის იძულებულია „დაიმალოს/ჩაიკეტოს“ საკუთარ სამყაროში, რომელშიც სხვა ადამიანი ვერ აღწევს. ამ კულტურის მატარებლებს არ მოსწონთ, როცა მათ მოქმედებას აწყვეტინებენ. დროის გამოყენების ეს ტიპი გავრცელებულია გერმანიაში, აშშ-ში, ჩრდილოეთ ევროპის რიგ ქვეყნებში.<sup>74</sup>

დროის პოლიქრონული აღქმა საპირისპიროა მონოქრონულის – აქ ერთდროულად ბევრი რამ ხდება. ის გაიაზრება არა როგორც სწორხაზოვანი გზა, არამედ როგორც სხვადასხვა პრობლემების ერთმანეთთან გადაკვეთა, ამიტომ ის ნაკლებ საგრძნობია. პოლიქრონულ კულტურებში დიდ როლს თამაშობს პიროვნებათაშორისი, ადამიანური ურთიერთობები; მეტიც, სხვა ადამიანთან ურთიერთობა განიხილება როგორც უფრო მნიშვნელოვანი ქმედება, ვიდრე მოქმედების მიღებული გეგმა. ამიტომ, პოლიქრონული კულტურების წარმომადგენლები დროსთან მიმართებაში მეტად დინამიურნი არიან. ამ კულტურებში პუნქტუალურობას და დღის წესრიგს დიდი მნიშვნელობა არ ეძლევა. ლათინური ამერიკის ქვეყნები, ახლო

---

<sup>74</sup> Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации. 33., 65-88

აღმოსავლეთის, ხმელთაშუა ზღვის, ასევე რუსეთი პოლიქრონული კულტურის ქვეყნებია.<sup>75</sup>

ზოგადად განსხვავება მონოქრონულ და პოლიქრონულ კულტურებს შორის იმაშია, რომ მონოქრონული კულტურის წარმომადგენლები დროის ერთ მონაკვეთში მხოლოდ ერთი საქმით არიან დაკავებულნი, თანაც მთლიანად კონცენტრირებულნი არიან თავიანთ სამუშაოზე, იცავენ ყველა შეთანხმებას, პასუხისმგებლობით ეკიდებიან სამუშაოს, ცდილობენ ხელი არავის შეუშალონ, პატივს სცემენ სხვა ადამიანებს, პუნქტუალურნი არიან და კმაყოფილდებიან მოკლევადიანი პიროვნებათაშორისი ურთიერთობებით. მაშინ როცა, სრულიად საპირისპიროდ იქცევიან პოლიქრონული კულტურის წარმომადგენლები: ისინი რამდენიმე საქმეს ერთად აკეთებენ, ხშირად წყვეტენ სამუშაოს, მათთვის ნაკლებად მნიშვნელოვანია შეთანხმებები, ვინაიდან უფრო ღირებულია ადამიანური ურთიერთობები. ისინი ხშირად ცვლიან თავიანთ გეგმებს, მეტად ინტერესდებიან პირადი საქმეებით, მათი პუნქტუალურობა დამოკიდებულია ურთიერთობებზე და მიდრეკილნი არიან სხვასთან დაამყარონ კავშირები გრძელვადიან პერსპექტივაში.

ედუარდ ჰოლი ასევე საუბრობს მაღალკონტექსტურ და დაბალკონტექსტურ კულტურებზე. შედარებითი კვლევების საფუძველზე მიღებული შედეგების ანალიზისას ჰოლმა დაასკვნა, რომ კულტურისათვის მნიშვნელოვანი ცნებაა კონტექსტი, ანუ იმ დაფარული ინფორმაციის, რომელსაც თავის თავში ყოველი სიტუაცია შეიცავს, მისეული წაკითხვა. რაც უფრო დიდია კონტექსტუალური ინფორმაცია აუცილებელი სოციალური სიტუაციის გააზრებისათვის, მით უფრო რთულდება ამ კულტურის გაგება. და რაც უფრო რთულია კულტურის გაგება, მით უფრო ძნელდება „უცხო“ მიერ სოციალური სიტუაციის სწორად გააზრება და შეფასება. ასევე, ჰოლის აზრით კომუნიკაციის პროცესის ხასიათი და შედეგი განისაზღვრება მისი მონაწილეების ინფორმირებულობის ხარისხითაც. ეს უკანასკნელი თავის მხრივ, დამოკიდებულია სოციალური კავშირების სიმჭიდროვესა და ამ კავშირის ნევრებს შორის ინფორმაციის გაცვლის სისწრაფეზე. *ე.ი. კონტექსტი და ინფორმირებულობის ხარისხი წარმომადგენს იმ პარა-*

---

<sup>75</sup> Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации. 33., 65-88

მეტრებს, რომლითაც შესაძლებელია ერთმანეთს შევადაროთ კულტურები და განვსაზღვროთ კომუნიკაციის პროცესის შედეგები. ამის გათვალისწინებით, კულტურები ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან კონტექსტის გააზრებით (კონტექსტზე დამოკიდებულების ხარისხით) და დაფარული ინფორმაციის, რომელსაც ყველა შეტყობინება შეიცავს, გამოყენებით. კულტურის სირთულე განისაზღვრება კონტექსტუალური ინფორმაციის მოცულობით, რომელიც აუცილებელია სოციალური სიტუაციის შეფასებისათვის. მკვლევარის აზრით, კომუნიკაციურ პროცესზე გავლენას ახდენს სხვადასხვა გარე ფაქტორები – ფესტები, მეტყველების ტონი, მოსაუბრეებს შორის მანძილი, დრო, ამინდი, საზოგადოებრივი ნორმები და ა.შ.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, ჰოლი მიიჩნევს, რომ ყველა კულტურა შესაძლებელია დაიყოს მაღალ და დაბალ კონტექსტურად: იმის საფუძველზე, თუ რა მნიშვნელობას ანიჭებს თითოეული კულტურა კომუნიკაციური აქტის კონტექსტს, შესაძლებელია ისინი მივაკუთვნოთ ამ ორი ტიპიდან ერთ-ერთს. ადამიანები, რომლებიც იყენებენ თავიანთ სოციალურ წრეში მჭიდრო ინფორმაციულ კავშირებს, მიეკუთვნებიან მაღალ კონტექსტურ კულტურას, ხოლო ინდივიდები, რომლებიც თავიანთ სოციალურ წრეში უფრო თავისუფალი კავშირებით და ინფორმაციის უფრო ნაკლები გაცვლით კმაყოფილდებიან – დაბალკონტექსტურს. განვიხილოთ კულტურის ეს ტიპები დანვრილებით.

სწორედ იმიტომ, რომ მაღალკონტექსტური კულტურა, ერთი მხრივ, გულისხმობს ინფორმაციული კავშირების სიმჭიდროვეს, ხოლო მეორე მხრივ, მდიდარ ისტორიულ გამოცდილებას, მას შეიძლება ვუწოდოთ ერთგვაროვანი (ერთსახოვანი), ნაკლებად ცვალებადი (ნაკლებად ექვემდებარება დროში ცვლილებებს), სტაბილური, მყარი, მრავალი ფარული წესებისა და მოთხოვნების შემცველი. სხვა კულტურებთან ურთიერთქმედებისას ამ კულტურის წარმომადგენლების ქცევა წინასწარმეტყველური და ცალსახაა. ჰოლის მიხედვით, მაღალკონტექსტური კულტურის ქვეყნების წარმომადგენლებისთვის ყოველდღიური ურთიერთობისას მოვლენების ასახსნელად დანვრილებითი ინფორმაცია არ მოითხოვება, რადგანაც მათ უკვე აქვთ წარმოდგენა მიმდინარე მოვლენებზე – ბევრი რამ მათთვის მოსალოდნელია. ურთიერთობისას ინფორმაციის დიდ ნაწილზე ადამიანს უკვე აქვს წარმოდგენა, მხოლოდ

მისი მცირე ნაწილია სიტყვებით კოდირებული. მაღალკონტექსტური კულტურის წარმომადგენლებისთვის დიდი ინფორმაცია გადაიცემა არაენობრივი კონტექსტით – იერარქიით, სტატუსით, ადამიანის გარეგნობით, მისი ქცევით, მანერებით და ა.შ. „მაღალკონტექსტურობა გულისხმობს ფონური ინფორმაციის პრიორიტეტულობას ინფორმაციის კოგნიტურობასთან შედარებით. აქ წამყვანია, ვისთან და რა ვითარებაში გიხდება კომუნიკაცია და არა იმდენად ის, რას ამბობენ“.<sup>76</sup> მაღალკონტექსტური კულტურის წარმომადგენლები თავიანთ ემოციებში მეტად თავშეკავებულნი არიან – მათთვის არატიპიურია კმაყოფილების თუ უკმაყოფილების, კეთილგანწყობისა თუ ნეგატივის ღიად გამოხატვა. ჰოლი წერს: „ყველაზე რთულ სიტუაციაშიც კი ჩინელები და იაპონელები ისე იქცევიან, თითქოს არაფერი არ ხდება. ასეთი ქცევა კულტურული სისტემის ერთსულოვნებითა და სტაბილურით აიხსნება“.<sup>77</sup> ჩვეულებრივ, მაღალკონტექსტური კულტურის ქვეყნებად მიიჩნევენ აღმოსავლურ კულტურებს (იაპონია, კორეა, ჩინეთი, ინდოეთი, ინდონეზია, ვიეტნამი, თურქეთი, პაკისტანი, ტაილანდი), ასევე ლათინური ამერიკისა და აფრიკის ქვეყნებს, საფრანგეთს, ესპანეთს, იტალიას და რუსეთს.

რაც შეეხება *დაბალკონტექსტურ კულტურებს* „აქ საქმე გვაქვს მოვლენასთან, რომელიც ინფორმაციის გაცვლისას ხასიათდება ორიენტაციით კოგნიტურ სტილზე. ასეთ კონტექსტში წამყვანია მეტყველების სისწრაფე, ცნებათა სიზუსტე და მოლაპარაკის ლოგიკურობა“.<sup>78</sup> სწორედ მეტყველება (წერიტი თუ ზეპირი), ასევე საუბრის დეტალები რეციპიენტს აძლევს შესაძლებლობას შეტყობინება სწორად მიიღოს და გაანალიზოს. ამ კულტურის წარმომადგენლები საუბრობენ პირდაპირი ტექსტით, ღიად დისკუსიობენ თემაზე, თავისუფლად გამოთქვამენ საკუთარ აზრს. აქ პიროვნებათაშორისი ურთიერთობები ნაკლებ მჭიდროა და აქვს დროებითი და ზედაპირული ხასიათი. აქ ადამიანები ადვილად ამ-

---

<sup>76</sup> ლალი სურმანიძე, ინდივიდუალისტური და კოლექტივისტური საზოგადოებები. გვ. 34.

<sup>77</sup> Эдвард Холл, Молчаливый язык. გვ. 89.

<sup>78</sup> ლალი სურმანიძე, ინდივიდუალისტური და კოლექტივისტური საზოგადოებები. გვ. 33.

ყარებენ ერთმანეთთან კონტაქტს და ასევე ადვილად წყვეტენ ურთიერთობას. განსხვავებით მაღალკონტექსტური კულტურისაგან (რომლისთვისაც დამახასიათებელია კოლექტივიზმი) დაბალკონტექსტური კულტურა ინდივიდუალისტურია<sup>79</sup>. სწორედ, ამიტომ ასეთ კულტურებში ინდივიდის წარმატება დიდადაა დამოკიდებული მის სამეტყველო უნარებზე. „დაბალკონტექსტურ კულტურებში არ ენდობიან იმას, რაც ვერბალურად მკაფიოდ ფორმულირებული არ არის“.<sup>80</sup> ამ ტიპის კონტექსტი დასავლურ კულტურებს ახასიათებთ: აშშ, გერმანია, ინგლისი, შვეიცარია, კანადა, სკანდინავიური და სხვა ჩრდილოევროპის ქვეყნები. თავის ნაშრომში „გერმანელების, ფრანგებისა და ამერიკელების კულტურული განსხვავებულობის გააზრება“ („Understanding Cultural Differences, Germans, French and Americans) ჰოლი წერს: „დაბალკონტექსტური კულტურის წარმომადგენლები – ამერიკელების, გერმანელების, შვეიცარიელების, სკანდინავიელების და ჩრდილოეთ ევროპის სხვა ხალხების ჩათვლით, პირად ურთიერთობებს, სამსახურს, ყოველდღიური ცხოვრების ბევრ ასპექტს ყოფენ სხვადასხვა მონაკვეთებად. ამიტომ, ყოველთვის, როცა ისინი ურთიერთობენ სხვებთან, მათ სჭირდებათ დეტალური ფონური ინფორმაცია. კონტექსტის შკალაზე ფრანგები გაცილებით მაღლა არიან, ვიდრე გერმანელები თუ ამერიკელები. ამ განსხვავებამ შეიძლება მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინოს ორი განსხვავებული ტრადიციის ადამიანების შეხვედრისას თუ ურთიერთობისას ნებისმიერ სიტუაციაში“.<sup>81</sup>

ორი განსხვავებული ტიპის კულტურის შედარებისას ნათელი ხდება, რომ თითოეულისთვის დამახასიათებელია სპეციფიკური ნიშნები. კერძოდ, *მაღალკონტექსტური კულტურისთვის* არსებითია:

• მეტყველების ლატენტური მანერა მრავალმნიშვნელოვანი და მრავალრიცხოვანი პაუზებით.

---

<sup>79</sup> ინდივიდუალიზმი – კონცეფცია/ხედვა, რომლის მიხედვით პირადი მიზნები პრიორიტეტულია ჯგუფის მიზნებთან შედარებით;

კოლექტივიზმი – კონცეფცია/ხედვა, რომლის მიხედვით პირად მიზნებთან შედარებით პრიორიტეტი ენიჭება ამ თუ იმ ჯგუფის მიზნებს.

<sup>80</sup> ლალი სურმანიძე, ინდივიდუალისტური და კოლექტივისტური საზოგადოებები. გვ. 34.

<sup>81</sup><http://www.grandars.ru/college/sociologiya/teorii-mezhkulturnoy-kommunikacii.html>

● მნიშვნელოვანია არა ის, რა ითქვა, არამედ ის, როგორაა ნათქვამი.

● არავერბალური სიგნალებისა და ნიშნების გამოყენება, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მხედველობითი კონტაქტი.

● დეტალების, დანვრილებითი ინფორმაციის ზედმეტობა – თანამოსაუბრეებისათვის ისედაც ყველაფერი ნათელია.

● ემოციებში თავშეკავება – საუბრისას კმაყოფილებისა თუ უკმაყოფილობის ღიად გამოხატვის დაფარვა ნებისმიერ სიტუაციაში.

თავის მხრივ, დაბალკონტექსტური კულტურისათვის დამახასიათებელია:

● საქმის არსის გადმოცემა მარტივი ენით, თუმცა მეტყველების მანერა უნდა იყოს პირდაპირი და გამომეტყველებითი.

● ყველა განსახილველი თემისა თუ საკითხების ცხადი და ნათელი შეფასება.

● ვერბალური, რაციონალური და ექსპლიციტური კომუნიკაციური პროცესი, რომელიც გამოირიცხავს რაღაცის არ თქმას<sup>82</sup> (რამეთუ რაღაცის არ თქმა განიხილება როგორც არასაკმარისი კომპეტენტურობა ან როგორც მოსაუბრის სუსტად ინფორმირებულობა).

● ინფორმაციის ფორმალიზებული მოცულობა, ასევე ურთიერთობის არავერბალური ფორმის მცირედი წილი.

● ემოციის ღიად გამოხატვა.

კულტურის მაღალ და დაბალ კონტექსტურად, მონო და პოლიქრონულად დაყოფისას უნდა გვახსოვდეს, რომ ყოველ ტიპში არსებობს უამრავი ფარული წესი და მოთხოვნა, რომლებიც ადამიანთა ყოველდღიურ ცხოვრებას არეგულირებენ. ეს წესები და მოთხოვნები განისაზღვრება საზოგადოებაში მიღებული იმ ქცევის ნორმებით, რომლებიც მკაცრად უნდა იქნას დაცული.<sup>83</sup>

---

<sup>82</sup> დაბალკონტექსტური კულტურის წარმომადგენლების, გერმანელების პედანტობა ყველასათვის ცნობილია. მათთვის ძალზედ მნიშვნელოვანია გაფორმებული წერილობითი კონტრაქტები, ხელშეკრულებები, დოკუმენტები.

<sup>83</sup> იაპონიაში მოლაპარაკების მონაწილეების მაგიდის გაწმენდა განთავსება მკაცრად ნომინირებულია: უფროსიდან უმცროსისაკენ; ახლო აღმოსავლეთის კულტურის ქვეყნებში ყველა საქმიანი შეხვედრა იწყება თავაზიანი მოკითხვისა და პირადი კონტაქტების დამყარებით; ამიტომ ამ ქვეყნების წარმომადგენლების მიერ ამერიკელების სწრაფვა – მოლაპარაკებე-

და ბოლოს, ჰოლის თეორია გვაძლევს შესაძლებლობას განსხვავებული კულტურის წარმომადგენლებს შევხედოთ შიგნიდან<sup>84</sup>, რაც აადვილებს ადამიანთაშორის ურთიერთობებს, შესაძლებელს ხდის კულტურათაშორის კომუნიკაციებს.

თუმცა, აუცილებლად უნდა აღინიშნოს, რომ ჰოლის თეორია არ არის უნივერსალური და არ გვიხსნის ამა თუ იმ ტიპის კულტურის წარმომადგენელთა ყველა ქცევას. ერთი და იმავე კულტურის შიგნით შესაძლებელია ქცევის სხვადასხვა კომბინაციები და შეთანხმებები. ჰოლის თეორია აღწერს იმ ტიპიური ქცევის ნორმებს, რომლებიც თან ახლავს განსხვავებული კულტურის წარმომადგენლებს შორის კომუნიკაციის პროცესს.

**VI. პარავერბალური კომუნიკაცია** – კომუნიკაცია მეტ-ნაკლებად დამოკიდებულია ხმის რიტმის ხარისხის გამოვლენაზე, ინტონაციაზე და ტემპზე, რომელიც გამოიყენება ნათქვამის უშუალოდ გადაცემისას; ანუ პარავერბალური საშუალებები წარმოადგენს ხმოვანი სიგნალების ერთობლიობას, რომელიც თან ახლავს ზეპირ მეტყველებას და მას დამატებით მნიშვნელობას ანიჭებს. მაგალითად, ინტონაცია როგორც სიგნალი გვიქმნის წარმოდგენას წინადადების კითხვით ხასიათზე, სარკაზმზე, ზიზღზე, იუმორზე და ა.შ. პარავერბალური კომუნიკაციის დროს ხმის ტემპრის მეშვეობით გადაცემულ ინფორმაციას სხვადასხვა ენაში გარკვეული აზრი აქვს. პარავერბალური კომუნიკაციის დანიშნულება იმაშია, რომ განსაზღვრული მიზნისა და განზრახვის მისაღწევად აუცილებლობით გამოიწვიოს პარტნიორში ესა თუ ის ემოცია, შეგრძნება, განცდა. ასეთი შედეგები მიიღწევა ურთიერთობის პარავერბალური საშუალებების მეშვეობით, რომელთაც მიეკუთვნება:

● *პროსოდიკა* – ესაა მეტყველების ტემპი, ხმის ტონი, ტემპრი და სიმაღლე; საუბრის მანერა – ხმის ინტონაცია (თბილი, ცივი), ტემპი (მონოტონური, დინამიური) და წარმოთქმული სიტყვების

---

ბი დაიწყონ დროის დაკარგვის გარეშე, აღქმული იქნება როგორც უხეშობა და უზრდელობა.

<sup>84</sup> კულტურის სოციოლოგიაში მნიშვნელოვანია ის მეცნიერულ-კვლევითი მიდგომები, რომელთა პოზიციიდანაც ხდება კულტურის შესწავლა: „ეთიკური“ (etic) და „ემიკური“ (emic) მიდგომები. დანვრილებით იხილეთ: ლალი სურმანიძე, ინდივიდუალისტური და კოლექტივისტური საზოგადოებები. გვ. 39-56



ფსიქო-კოგნიტიური მოდელირება (ნერვიულად, მძიმედ, ადვილად, დაგვიანებით და ა.შ.);

• *ექსტრალინგვისტიკა* – ესაა პაუზები, (და)ხველება, (ამო)სუნთქვა, ჩურჩული, სიცილი და ტირილი – ხმები, რომელსაც ჩვენ ხმის საშუალებით ავსახავთ.

პარავერბალური კომუნიკაცია ეფუძნება ენის ტონალურ და ტემბრალურ თავისებურებებს და მათ გამოყენებას კულტურაში. აქედან გამომდინარე, შეიძლება გამოვყოთ ჩუმი (ინგლისელები) და ხმამაღალი (ამერიკელები) კულტურები. პარავერბალური კომუნიკაციის კულტურულ – სპეციფიური თავისებურებები ვლინდება მეტყველების სისწრაფეშიც. ასე, მაგალითად, ფინელები საუბრობენ შედარებით ნელა და ხანგრძლივი პაუზებით; სწორედ ამ ენობრივმა თავისებურებამ ფინელებს შეუქმნა ისეთი ხალხის იმიჯი, რომელიც დიდხანს ფიქრობს და აუჩქარებლად მოქმედებს<sup>85</sup>. სწრაფად მეტყველ კულტურებს მიეკუთვნება რომანული ენის მატარებლები (ფრანგები, რუმინელები, მოლდაველები, ციგნები). პარავერბალური კომუნიკაციის ერთ-ერთ საშუალებად ითვლება ასევე მანერა, ერთი მხრივ, მრავალსიტყვაობა, მეორე მხრივ, ლაკონურად მეტყველება. ბევრ კულტურაში ნათქვამის შინაარსს აქვს მეორეხარისხოვანი ხასიათი. არაბებს უყვართ ერთი და იგივე აზრის სხვადასხვა სიტყვებით გამოხატვა.

ამდენად, კომუნიკაციის პროცესში ვერბალური კომუნიკაციით ინფორმაციის მხოლოდ მცირე ნაწილი გადაიცემა, ხოლო არავერბალური კომუნიკაციით უფრო მეტი ინფორმაცია მიდის საკომუნიკაციო არხით. ასევე, ინფორმაციულია ხმის ინტონაცია და საუბრის ტემპი. ვერბალურ კომუნიკაციას ძირითადად თავისუფლად ვაკონტროლებთ. მაშინ როცა, არავერბალური კომუნიკაციის საშუალებებით გადმოცემული ნიშნები არაერთმნიშვნელოვანია. გასათვალისწინებელია ის სიტუაციები, ფაქტორები და პირობები, ის სოციალური კონტექსტები, რომლებშიც ისინი გამოიყენებიან. კო-

---

<sup>85</sup> განსხვავებით ფინელებისაგან, მაგალითად, იტალიელების საუბრის მანერა, ტემპი, ტემბრი ექსპრესიულია, ემოციურია, ჩქარია და სწორედ ამის გამო, იტალიელებს შეუქმნა ძალზე მგრძობიარე და სწრაფად მოქმედი ხალხის იმიჯი.

მუნიკაციის ეს სახე სიტუაციური და კონტექსტუალურია.<sup>86</sup> არ ექვემდებარება ცნობიერს და მისი ცვლილება ქვეცნობიერად ხდება. ასევე, თუ ვერბალური კომუნიკაციის დროს მნიშვნელოვანია ინფორმაციის გადაცემა და გავრცელება, არავერბალურ კომუნიკაციას უფრო სოციალური დატვირთვა აქვს: ინფორმაციის უკან დგას ადამიანი თავისი ემოციებით, განწყობებით, სიმპათიებით, მოლოდინებით და ა.შ.

მნიშვნელოვანია, რომ კომუნიკაციის ეს ორი გზა ერთმანეთს ერთმანეთს. როცა ასეთი დამთხვევა არ არის, ეს ნიშნავს, რომ გვეუბნებიან ერთს და ფიქრობენ მეორეს. მოსაუბრის ქვეცნობიერი არავერბალური ფორმით ამხელს მას ამ ტიპის თანხვედრის არქონის შემთხვევაში, რადგანაც ხალისი, ინტერესი, მოლოდინი ან მოწყენლობა, ტყუილი თუ უინტერესობა – ეს ყველაფერი პარავერბალური ფაქტორებით ნათლადაა ასახული ვერბალურ მეტყველებაში. და კიდევ: „ვერბალურად გადმოცემული ინფორმაციის განყენებული აღქმა და გაგება არ არის მიზანშეწონილი, იქედან გამომდინარე, რომ სიტყვა თავის დატვირთვას იძენს კომუნიკაციის სხვა არავერბალურ კომპონენტებთან ერთად...“<sup>87</sup>

ბოლოს უნდა აღვნიშნოთ, რომ კომუნიკაციის ორივე სახე – ვერბალურიც და არავერბალურიც ემსახურება ერთ დიდ მიზანს: ადამიანთა შორის კომუნიკაციის და რაც მთავარია, ურთიერთობის მოგვარებას, მოწესრიგებას, დახვეწას, დარეგულირებას, რადგან ადამიანი, როგორც ავტონომიური ინდივიდი, საზოგადოებრივად დეტერმინირებული არსებობს. ის Homo Sociologicus-ია. ამ მისი-

---

<sup>86</sup> არავერბალური კომუნიკაციის საშუალებად სოციუმში ასევე მიიჩნევა თმის ვარცხნილობაც, ტანსაცმელიც და აქსესუარიც. როცა სამსახურში თანამშრომელი ხაზგასმულად სადღესასწაულო ტანსაცმლით მოდის, უნდა ვივარაუდოთ, რომ მას დღეს აქვს ან დაბადების დღე, ან ძალიან მნიშვნელოვანი შეხვედრა და ა.შ. ეს ადამიანი გარეგნული ნიშნებით აცხადებს, რომ მისთვის ეს დღე განსაკუთრებულია. ანუ ხაზი ესმება იმ გარემოებას, რომ ჩვენ ცნობიერად თუ გაუცნობიერებლად ყურადღებას ვაქცევთ რა მეორე ადამიანის ჩაცმულობას, აქსესუარებს თუ ვარცხნილობას, გვექმნება პირველი შთაბეჭდილება მის შესახებ, რომელიც უმეტესად (90%-ით) განპირობებულია სწორედ რომ გარეგნული ნიშნებით.

<sup>87</sup> ეთერ ჩანანიძე, თამარ ზოდელავა, მიხეილ გოგიშვილი, მაია სულხანიშვილი. კომუნიკაცია სასამართლოში. პრაქტიკული სახელმძღვანელო. გვ.13.

ას ვერბალური კომუნიკაცია ენის საშუალებით ასრულებს, არა-ვერბალური კომუნიკაცია კი მიმართულია იმ სიგნალებზე, რომლებიც სხეულის პოზით, სივრცითი დისტანციით, ჟესტით, მიმიკით გადაიცემა. სწორედ ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციის როგორც ცალკეული მიდგომების ერთ კვლევით მიდგომად გაერთიანება მოგვცემს მთლიან და სიღრმისეულ სურათს ადამიანთა შორისი ინტერაქციის შესახებ<sup>88</sup>.

---

<sup>88</sup> Jones E. and LeBaron Curtis D. (2002). Research on the Relationship Between Verbal and Nonverbal Communication: Emerging Integrations. *International Communication Association*, pp.499-521

## 1.7. კომუნიკაციის უნარების პროფესიულ პრაქტიკაში გამოყენება

კომუნიკაცია, ზოგადად სოციალური ურთიერთქმედებები ეს მიკროსოციოლოგიის<sup>89</sup> სფეროა, მაგრამ იგი გერმანელმა სოციოლოგმა ნიკლას ლუმანმა მაკროსოციოლოგიის<sup>90</sup> ფარგლებშიც მოიაზრა, როდესაც განაცხადა, რომ საზოგადოება დიფერენცირდება არა ქვესისტემებად, არამედ კომუნიკაციებად, რომლებიც ერთმანეთს ცვლიან დროში. ნიკლას ლუმანისეულ წარმოდგენებს კომუნიკაციასთან და საზოგადოებასთან დაკავშირებით ჩვენ ოდნავ მოგვიანებით დავუბრუნდებით, ახლა კი ყურადღებას გავამახვილებთ კომუნიკაციის თეორიის იმ ასპექტებზე, რომელიც კომუნიკაციის უნარის პროფესიულ პრაქტიკაში გამოყენებას უკავშირდება.

საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ე.წ. PR, არის ის სფერო რომელიც კომუნიკაციის აქტს უღრმავდება და საუბრობს „ეფექტურ კომუნიკაციაზე“, კომუნიკაციის უნარის პროფესიულ პრაქტიკაში გამოყენებას გვასწავლის. როდესაც ამ ქვეთავზე ვმუშაობდით, არჩევანი გვაკეთეთ ორ წყაროზე: ქართული და დასავლური „საზოგადოებასთან ურთიერთობის“ სფეროში არსებული თვალსაჩინო, ვიტყვოდი სამაგიდოც კი, ნაშრომები. პირველი გახლავთ ხახუტაშვილი ელისაბედისა და კაპანაძე ლიას ავტორობით, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა“ (თბილისი, ეკონომიკისა და მენეჯმენტის კონსულტანტთა ასოციაცია, 2007); მეორე კი, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა, სტრატეგია და ტაქტიკა“, ულიკოქსი ლ. დენისის მიერ შედგენილი თანაავტორობით კამერონი ტ. გლენთან (თბილისი, „დიოგენე“, 2011).

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სახელმძღვანელოებში მიუთითებენ, რომ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებით გადმოცემული მასალა, ვიდეოკლიპები, რადიოსიუჟეტები, შეტყობინებები გაზეთებში და სხვა სწორედ რომ კომუნიკაციის აქტად ითვლება.

---

<sup>89</sup> მიკროსოციოლოგია, ანუ სოციოლოგიის განშტოება, რომელიც შეისწავლის მოქმედების აქტორებს, მოქმედებას, შედარებით მცირე მასშტაბის სოციალურ მოვლენებს.

<sup>90</sup> მაკროსოციოლოგია, შეისწავლის საზოგადოებას, საზოგადოებრივ ქვესისტემებს, საზოგადოებრივ ინსტიტუტებს.

ცხადია, ამ შემთხვევაში მივუთითებთ კომუნიკაციის ერთ-ერთ ფორმაზე და არა ერთადერთზე. კომუნიკაციის სახეები, ჩვენ ოდნავ ზემოთ ცალკე ქვეთავად განვმარტეთ. კომუნიკაციის უნარების პრაქტიკაში გამოყენებას ჩვენ სწორედ საზოგადოებასთან ურთიერთობის ჩარჩოებში ვსწავლობთ, ამიტომაც ეს ორი რგოლი (PR და სოციალური კაპიტალის ეფექტურად მოხმარება) წიგნის პირველი ნაწილის დასასრულისათვის შემოვიწინებთ. კომუნიკაციის აქტი მოიაზრებს ორ მონაწილეს, გადამცემს და მიმღებს და ორმხრივ, გააზრებულ კავშირს მათ შორის. შეგახსენებთ, რომ კომუნიკაციის პროცესი სქემატურად ასე გამოიყურება: ინფორმაციის წყარო, შეტყობინება, გადამცემი, რომელიც შეტყობინებას გარდაქმნის კოდირებულ სიგნალად, რათა იოლი იყოს მისი ტრანსლაცია; კავშირის არხი, რომლის მეშვეობითაც გადამცემი მიმღებს გადაეცემა, და ბოლოს, მიმღები ან დანიშნულების პუნქტი, ადრესატი. ასეთი მიდგომით აგებული იყო ტელეფონი. კოდის დეკოდიფიკაცია, მიღებული ინფორმაციის გააზრება და შესაბამისი რეაქცია, როგორც პასუხი (რომელიც გამოიხატება სხვადასხვაგვარად) – ეს კომპონენტი კომუნიკაციის აქტს სოციოლოგიის წიაღში მოაქცევს.

ვერბალური, ანუ სამეტყველო კომუნიკაცია ნიშნავს ლაპარაკის და წერის უნარს:

1. რაც საჭიროა.
2. ისე, როგორც საჭიროა.
3. იქ, სადაც საჭიროა.
4. მაშინ, როცა საჭიროა.
5. მას, ვისთვისაც საჭიროა.

ბოლო კომპონენტი, „მას, ვისთვისაც საჭიროა“ არის ყველაზე არსებითი, ვინაიდან მის გარეშე კომუნიკაცია მხოლოდ მედია სივრცის ანალოგი იქნება.

სამეტყველო კომუნიკაციები არის ორგვარი: ზეპირი და წერილი. ტექსტები „თვალისთვის“ და „ყურისთვის“ იწერება სხვადასხვა სტილით, რაც განპირობებულია ვიზუალური და აუდიო აღქმის თავისებურებებით.

საჯარო გამოსვლა – სამეტყველო კომუნიკაციის ერთ-ერთი გავრცელებული სახეა. საჯარო გამოსვლის სფეროში შეიძლება

განვათავსოთ სალექციო მეცადინეობებიც, სადაც ლექტორი არის მომხესნებელი სტუდენტთა აუდიტორიის წინაშე. აღსანიშნავია, რომ სალექტორო ხელოვნების შესახებ ადრეც და დღესაც იწერება მთელი რიგი სახელმძღვანელოები<sup>91</sup>. საჯარო სიტყვა უნდა ითვალისწინებდეს „გამოსვლის“ მიზნებს. ამ დროს დიდი მნიშვნელობა აქვს აუდიტორიის შემადგენლობას, სოციალურ სტატუსს, ასაკს, სქესს, ეთნიკურ შემადგენლობას. თუმცა, აუდიტორიის კულტურული კაპიტალი მაინც ყველაზე არსებითია. თუკი აუდიტორია მონოდების სიმალლეზე არ დგას, ან პირიქით, მომხსენებელმა ისინი ჯეროვნად ვერ შეაფასა, შესაძლებელია კომუნიკაცია ვერ შედგეს. მაგალითად, 2000 წლებში თბილისში ვიზიტით იმყოფებოდა გერმანელი სოციოლოგი ვოლფგანგ ბაილენჰოფი, რომელიც სოროსის ფონდის სააქტო დარბაზში მასების ფენომენის შესახებ საჯარო ლექციას კითხულობდა. მან აუდიტორია საკმაოდ მოუშზადებლად მიიჩნია და მარტივი ქეშმარიტებების განხილვით დაშვრა მთელი დღე, რითაც აუდიტორიის გარკვეული უკმაყოფილება გამოიწვია, რაც ლექციის შემდგომ კითხვა-პასუხის რეჟიმში გამოვლინდა. ბატონმა ბაილენჰოფმა ვითარებას მსწრაფლ ალლო აულო და ლაფსუსი მომდევნო ლექციაზე სრულად გამოსაწორა. შემდეგ ჯერზე უკვე პროფესიონალურ დონეზე განხილული მეტად საინტერესო საკითხები წარმოგვიდგინა. მოცემულ ლექსიათა საჯარო კურსი მიმდინარეობდა პროფესორ ედურად კოდუას<sup>92</sup> კურატორობით. ვოლფგანგ ბაილენჰოფი ამჟამად დაკავებულია სლავური კინემტაგრაფიის შესწავლით, ანუ კინოს სოციოლოგიას უთმობს მისთვის ძვირფას დროს.

გამოცდილი ორატორები წინასწარ ამზადებენ გამოსვლის კონსპექტს, თეზისებს. ზოგიც ზეპირად ამბობს მოხსენებას. კონსპექტი შედგება სამი ნაწილისაგან: შესავალი, ძირითადი ნაწილი და დასკვნა. წარმატებული კომუნიკაციისათვის აუცილებელია ყურადღება მიექცეს ორატორის გარეგნულ იერსახეს, მის ხმას,

---

<sup>91</sup> Кони А.Ф. «Советы лекторам», 1956, Москва, Изд.: Юридическая литература Дирксен Джули, «Искусство обучать», 2014, Москва, Изд.: «Манн, Иванов и Фербер».

<sup>92</sup> ქართველი სოციოლოგი (1929-2002), ივ. ჯავახიშვილის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი, ვენორი ქვანახიას გვერდით ქართული სოციოლოგიის მამა, სოციოლოგიის კათედრის გამგე.

საჯაროდ მოქცევას და მეტყველების აღქმას. ტექსტი შედგენილი უნდა იყოს მარტივი წინადადებებით, მარტივი სიტყვებით, დამაჯერებლობით, სტილის ბუნებრივობით. გერმანულ აკადემიურ წრეებში, მიღებულია რთული ტერმინოლოგიით ოპერირება. ამ დროს სტუდენტებს მეტი რესპექტაბელურობის განცდა ეუფლება და კმაყოფილნი არიან. ბრიტანულ წრეებში კი სათხრობი სტილის სისადავეს აფასებენ. ამიტომაც იყო გერმანიაში ადრე დაფასებული ნიკლას ლუმანი, ხოლო ბრიტანეთში დღესაც ენტონი გიდენსი. ლუმანის კომუნიკაციური მანერის ანალიზი მისი წიგნებიდან შეგვიძლია. წინადადება ხშირად მთელ აზრს იშლება და მისი სტრუქტურა რთულია, რაც იმთავითვე ართულებს მთარგმნელობით სამუშაოებს. გიდენსი კი აღქმისთვის ადვილად წვდომადია. როგორც ამბობენ, გენიალურობა სიმარტივეშია, რისთვისაც პირადად ენტონი გიდენსს ვანიჭებთ უპირატესობას.

არავერბალური კომუნიკაცია ასევე სიღრმისეული შესწავლის საგანია<sup>93</sup>. გამოიყენებენ საერთაშორისო მნიშვნელობის სიმბოლოებს, მაგალითად, თავისუფლების ქანდაკება ნიუ-იორკში, ეს თავისუფლების სიმბოლოა, პიროვნებისა და ერის. ამერიკის კონგრესის შენობა – დემოკრატიის სიმბოლოა. შორს რომ არ წავიდეთ, რაოდენი დატვირთვა აქვს ქართველი კაცისათვის ქართლის დედას, ქალი ხანჯლითა და ფიალით ხელში, ქალი, რომელიც უპირველესად არის დედა. ტაკუს მთაზე, ვიეტნამში მწოლარე ბუდას ქანდაკება, ესეც ხომ მეტყველი სიმბოლოა, უდტრვინველობის, საკუთარ თავთან და ბუნებასთან ჰარმონიაში ყოფნის! არავერბალურ კომუნიკაციებში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ინტერნეტ კომუნიკაციებს. სოციალურ ქსელებში, წერილების ველში, ჩვენს ვიყენებთ იკონოგრაფიულ გამოსახულებებს, ემოციების გასაძლიერებად, ისინი ხანდახან სიტყვებსაც კი ჩაანაცვლებენ, მაგალითად ღიმილი, ცრემლი, ამბორი.

კომუნიკაციის პროცესისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს უკუკავშირს. კომუნიკატორმა უნდა იცოდეს ადრესატის რეაქცია, რათა დარწმუნდეს იმაში, რომ ინფორმაცია მივიდა დანიშნულებისამებრ, გამოიკვლიოს, რა ზეგავლენა მოახდინა და საჭიროების

---

<sup>93</sup> არავერბალური კომუნიკაცია მოცემულ წიგნში ცალკე ქვეთავად არის განხილული.

შემთხვევაში შეცვალოს კომუნიკაცია. არის შემთხვევები, როცა პროფესიონალი კომუნიკატორები უკუკავშირს არაფრად მიიჩნევენ, რაც დიდი შეცდომაა. კომუნიკაციის განხორციელებისას კომუნიკატორმა ტაქტზე უნდა დადოს ფსონი. ნათქვამია: გველსა ხვრელით ამოიყვანს ენა ტკბილი მოუბარი. ვერბალური თუ არა-ვერბალური კომუნიკაცია ამ სიბრძნის გათვალისწინებით უფრო წარმატებულად სრულდება. აგრესიის ენა კი წარუმატებლობის ინდიკატორი.

კომუნიკაციის ეფექტურობის კრიტერიუმად ცალკეულ შემთხვევაში ჩაითვლება სატელეფონო ზარების რაოდენობა, წერილები, რომლებიც მიიღება შეტყობინების შემდეგ ანდა იმ ხმების რაოდენობა, რომლებიც მისცეს ამომრჩევლებმა პოლიტიკოსს. სალექციო მცადინებობების შემდგომ სასემინარო მცადინებობაზე სტუდენტების აქტიურობა სწორედ ლექტორსა და სტუდენტებს შორის კომუნიკაციის ეფექტურობის საზომი ინდიკატორია.

როცა ხალხი მიიღებს შეტყობინებას და მასზე შესაბამისად არ რეაგირებს, საჭიროა საქმის გამოკვლევა. ზოგ შემთხვევაში, თუ მიმღებმა ჯერ არ დაინყო პრაქტიკულად აქტიური მოქმედება, მას შეუძლია გადასცეს შეტყობინება სხვა ხალხს. ასეთი შეტყობინების გადაცემა ერთიდან მეორეზე წარმოქმნის ორსაფეხურიან ნაკადს: ვერტიკალურს – წყაროდან ადრესატამდე და ჰორიზონტალურს – პირადი კონტაქტების ფორმით. შეტყობინება გამიზნულია საზოგადოების აზრის ლიდერებზე იმ იმედით, რომ მიღებულ შეტყობინებას ჰორიზონტალურად გაავრცელებენ საზოგადოების იმ წევრებს შორის, ვისთანაც სარგებლობენ ავტორიტეტით.

პიროვნებებს შორის კომუნიკაციები ხორციელდება სხვადასხვა პირადული დამოკიდებულებებით, მაგალითად, როგორც არის: ახლობლური – მეგობრებს შორის, ინტიმური – მეუღლეებს ან პარტნიორებს შორის, ფორმალური – კოლეგებსა და თანამშრომლებს შორის, კონფლიქტური – პოლიტიკურ კონკურენტებს შორის. მეცნიერთა აზრით, კომუნიკაციური ურთიერთდამოკიდებულება აგებულია ოთხ ძირითად პრინციპზე:

1. ემოციურ გრძნობებზე, ანგარიშსწორებაზე და ფორმალიზმზე.
2. ინტიმურობაზე.
3. სიმპათიაზე და უშუალობაზე.



4. დომინირებასა და ქვეშევრდომობაზე.

ყველაფერი ეს მოქმედებს კომუნიკაციის პროცესზე. კომუნიკაცია მოქმედებს სოციალურ გარემოზე. სასურველი შედეგის მისაღებად კომუნიკაციის პროცესი ხორციელდება შემდეგი წესით. მაგალითად, ჯგუფური გადანყვეტილების მისაღებად საჭიროა ოთხი პირობის დაცვა:

1. ზუსტად შეფასდეს განსახილველი პრობლემა.

2. გაირკვეს მიზანი და შემუშავდეს მასთან მიახლოების შეფასების კრიტერიუმი.

3. უნდა დაზუსტდეს, როგორ შეიძლება იყოს მიღებული გადანყვეტილების პოზიტიური შედეგები.

4. დაზუსტდეს მიღებული გადანყვეტილების საფუძველზე დადებითი შედეგები.

სხვა სიტყვებით, კომუნიკაციის პროცესში მუდმივად ხდება სოციალურ გამოცდილებასთან, ადამიანთა საზოგადოების ფასეულობასთან და სოციალურ ნორმებთან ურთიერთობა. მხედველობაშია კონკრეტული ეკონომიკური, პოლიტიკური მდგომარეობა და საერთაშორისო პირობები.

შეტყობინების კოდირება და დეკოდირება უმნიშვნელოვანესია კომუნიკაციის დროს. რთულად კოდირება შეიძლება გარკვეულ დროს განზრახ კეთდებოდეს. მაგალითად, არასასურველი კავშირების დროს, დისტანცირების მიზნით, იმისთვის, რომ შენს უპირატესობას და გამორჩეულობას გაესვას ხაზი. ამ შემთხვევაში ცოდნა ძალაუფლების წყაროდ გვევლინება და იგი უფრო საზღვრებს გაავლებს ვიდრე აერთიანებს, როგორც ეს ხდება ნორმალური კომუნიკაციის დროს. „კულტურის თეორიაში“ აკაკი ყულიჯანიშვილი მართებულად შენიშნავს, ელიტური კულტურები მასებისაგან დისტანცირების მიზნით ქმნიან ორიგინალურ, რთულ და ახალ სემიოტიკურ კონცეპტებს – მეტაფორებს, ასოციაციებს, ალუზიებს, სიმბოლოებსა და მეტასიმბოლებს, რომლებიც მოითხოვენ რეციპიენტისაგან სპეციალურ მომზადებას და ფართო კულტურულ თვალსაზრისს, რაც მათ (მასებს) ვერანაირად ვერ ხელეწიფებათ.

იდეა, რომ მივიდეს მიზნობრივ აუდიტორიამდე, აუცილებელია მისი კოდირება. კოდი, ეს სიმბოლოა ან ნიშანი, მიმღებისათვის გასაგებ ენაზე გადაყვანილი. კოდებად შეიძლება გამოყენებულ იქ-

ნას ზეპირი და წერილობითი სიტყვები, ვიზუალური ნიმუშები (ადამიანების, საქონლის, ინტერიერის საგნები) და მათი მოძრაობა, სურნელი (ყვავილის, სიგარეტის, საპნის, სუნამოსი), ბგერები (მელოდია, ინტონაცია, ხმის ტემბრი, მოდულაცია), ფერი (პასტელის ფერები, მუქი) და სხვა.

შეტყობინებას რაც შეეხება, ეს არის კოდირებული იდეა, რომელიც წყარომ გადასცა მიმღებისათვის. ვინაიდან კომუნიკაცია მიზანმიმართული მოქმედებაა, მნიშვნელოვანია იმის ცოდნა, თუ რას წარმოადგენს შეტყობინება. წამყვან კომპონენტთა რიცხვს შორის არის სამი ელემენტი:

1. შეტყობინების შინაარსი, რომელიც შეიცავს აზრებს, არგუმენტებს, ფაქტებს. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ პოლიტიკურ მოღვაწეს შეუძლია მიმართოს სპეციალისტს, რომელიც გამოსასვლელ სიტყვებს წერს (სპიჩრაიტერი) თხოვნით, რათა მისი იდეები წერილობითი ფორმით გამოხატოს. სპიჩრაიტერი გამოდის კოდირების განმხორციელებლის როლში, რომელიც მკაფიოდ გამოხატავს იმას, თუ რისი თქმა უნდა პოლიტიკურ მოღვაწეს. შემდეგ მას გადაიყვანს აუდიტორიისათვის გასაგებ ენაზე. დიდ ორგანიზაციებშიც ხელმძღვანელობა ცდილობს, რომ საჯარო სიტყვა პროფესიონალების დახმარებით მოამზადოს, მაგალითად პიარ-მენეჯერის. ადრე ამ ფუნქციებს საკუთარ თავზე პირადი მდივანი იღებდა. ეს იმ პერიოდში, როდესაც მდივანი მემანქანის მარტივი ფუნქციებით არ შემოსაზღვრებოდა, და ამ პოზიციებს უფრო მამაკაცები იკავებდნენ.

2. შეტყობინების გადაცემის საშუალება (არხი) – ინტერნეტი, ტელევიზია, პირადი შეხვედრა, გაზეთი, ჟურნალი, რადიო, ქუჩის საჯარო გამოსვლა. დაწერილი სიტყვა გადმოიცემა პრეს-რელიზის სახით, მასობრივ ინფორმაციათა საშუალებებით, მოკლე პუბლიკაციით.

3. პიროვნება, რომელიც აკეთებს შეტყობინებას, შეიძლება იყოს გაზეთის რედაქტორი, რომელიც პრეს-რელიზისათვის აიღებს იმ მასალას, რომელიც გაზეთისათვის ყველაზე მნიშვნელოვანია.

თითოეული შეტყობინება წინასწარგანზრახულ გარკვეულ იდეას წარმოადგენს მიმღებისათვის. შეტყობინება შეიძლება მოხ-

დეს სხვადასხვა კომუნიკაციის საშუალებით. შეტყობინება წარმოადგენს ინფორმაციის შინაარსს, გარემოს და თვით პიროვნებას, ყველა ერთ მთლიანობაში – აუდიტორიაზე ზემოქმედების ეფექტურ საშუალებას.

დეკოდირებული შეტყობინება არის მისი თარგმანი მიმღების ენაზე. კოდირებით დაკავებულნი არიან ისინი, ვინც ამზადებენ შეტყობინებას გასაგზავნად, ხოლო დეკოდირებით კი ისინი, ვინც იღებენ შეტყობინებას. მიმღები – პიროვნება ან ჯგუფი პიროვნებებისა, ვინც იღებს შეტყობინებას, რომელიც აუცილებლად საზოგადოების მიზნობრივი აუდიტორიისთვის არის განკუთვნილი.

კომუნიკაციის მიზანი ხშირ შემთხვევაში არის ჩვენს მიმართ დამოკიდებულების შეცვლა. ამიტომაც, ხშირად გადავკვეთთ სოციალური ფსიქოლოგიის საზღვრებს. ჩვენ ზემოთაც ავღნიშნეთ, რომ კომუნიკაციის არსის გამოსავლენად საჭიროა ინტერდისციპლინარული კვლევები. ამიტომაც კარგი იქნება, თუ ჯეიმს გრუნიგის, მერილენდის უნივერსიტეტის საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროფესორ-ემერიტუსის, კომუნიკატორისათვის დასახულ ხუთ შესაძლო ამოცანას გავეცნობით<sup>94</sup>.

1. აუდიტორიისათვის შეტყობინების წარდგენა (თუ აუდიტორიის მასშტაბები ფართეა, საჭიროა მედია საშუალებების გამოყენება შეტყობინების გადასაცემად).
2. შეტყობინების ზუსტი გავრცელება (სამიზნე ჯგუფები უნდა იყოს ფაქიზად მაქსიმალური სიზუსტით შერჩეული და

---

<sup>94</sup> ჯეიმს გრუნიგის ძირითადი მიღწევებია: PR-ის თეორიის საფუძვლების ჩაყრა. მან გამოყო PR-ის საკვანძო მახასიათებლები და პრინციპები. შემოგვთავაზა PR კომპანიის ოთხი ძირითადი მოდელი, ასევე შეიმუშავა PR პროგრამების ეფექტურობის გამოკვლევის პროცედურა, მათი შეფასებები. ჯილდოები, რომელიც ჯეიმს გრუნიგს მიუღია: მან დაახლოებით 12 ჯილდო მიიღო, რომელთაგან მეტად პრესტიჟულია Pathfinder Award PR-ის სფეროში გამოკვლევებისათვის, მინიჭებული შეერთებული შტატების საზოგადოებასთან ურთიერთობის ინსტიტუტის მიერ (1984); მეცნიერებაში განსაკუთრებული წვლილისათვის ამერიკის PR საზოგადოების მიერ მინიჭებული (1989); ჯილდო Jackson, Jackson and Wagner Award საზოგადოებრიობასთან ურთიერთობის სფეროში ჩატარებული კვლევებისათვის (1992); James W. Schwartz Award ჟურნალისტიკისა და კომუნიკაციის სფეროში წარმატებისათვის (2004).

კოდირება არ წარმოშობდეს შემდეგი დეკოდირების პრობლემას).

3. შეტყობინების მიღება (აქ აუდიტორიის წინასწარ განწყობაც დიდ როლს თამაშობს. აუდიტორია უნდა იყოს ღია მასზე მომდინარე ინფორმაციის ნაკადისათვის, რომელიც მოდის გადამცემისაგან).
4. დამოკიდებულების შეცვლა (აუდიტორიას არა მხოლოდ სჯერა შეტყობინების, არამედ სიტყვიერად და ფსიქოლოგიურად ირწმუნებს თავს, შეტყობინების შედეგად შეცვალოს ქცევა).
5. საჯარო ქცევის შეცვლა (თუმცა შესაძლებელია გვეკონდეს გაუთვალისწინებელი შედეგები. ანუ, შეიცვალოს ქცევა, მაგრამ არა ჩვენთვის სახარბიელოდ. ხანდახან ასეც ხდება, მესაჭეობას კომუნიკაციის პასიური მხარე იგდებს ხელთ და ხდება სიტუაციის მოკარნახე).

იმისთვის, რომ კომუნიკაცია წარმატებული იყოს, შეტყობინება უნდა მიიღოს სამიზნე პირმა ან აუდიტორიამ. მან უნდა მიიზყროს აუდიტორიის ყურადღება. იგი გასაგები უნდა იყოს (ამაზე ზემოთაც ვილაპარაკეთ). უნდა იყოს სარწმუნო, უნდა იყოს დასამახსოვრებელი და საბოლოოდ უნდა იყოს მოქმედების მასტიმულირებელი. შეტყობინების მიღებას მოსდევს შეტყობინებისათვის ყურადღების მიქცევა. მომდევო იქნება შეტყობინების გაგება. ამის შემდგომ მნიშვნელოვანია შეტყობინების სარწმუნოობა და შეტყობინების დამახსოვრება. საბოლოო ჯამში გვაქვს მოქმედება შეტყობინების შესაბამისად.

მედის მკვლევარის, უილბერ შრამის<sup>95</sup> ადრეული მოდელები მარტივი კომუნიკაციური მოდელით დაიწყო, მაგრამ მოგვიანებით მან პროცესი გააფართოვა „გაზიარებული გამოცდილებით“. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ვიდრე გამგზავნისა და მიმღებს საერთო ენა თუ საერთო კულტურული ან საგანმანათლებლო საფუძველი არ ექნებათ, მათ შორის საერთოდ არ დამყარდება კომუნიკაცია,

---

<sup>95</sup> Willbur Schramm, 1907-1987, მეცნიერი, ავტორიტეტი მასობრივი კომუნიკაციების დარგში, ძირითადი ნაშრომია “Mass communications”, 1949, Urbana, University of Illinois Press.

ან არასრულფასოვანი კომუნიკაცია დამყარდება. ამ „გაზიარებულ-ლი გამოცდილების“ მნიშვნელობა ცხადი ხდება, როცა ტექნიკური ენით დაწერილი ახალი ამბების რელიზი ახალი კომპიუტერული სისტემის შესახებ ადგილობრივ ბიზნესრედაქტორს აიძულებს, შეძრწუნებულმა აქნიოს თავი.

შრამის მესამე მოდელი უწყვეტი უკუკავშირის სქემას წარმოგვიდგენს. როგორც გამგზავნი, ისე მიმღები უწყვეტად ადებენ კოდებს, უკეთებენ ინტერპრეტაციას, ხსნიან მას, გადასცემენ და იღებენ ინფორმაციას. მარყუჟისებრი პროცესი დამახასიათებელია იმ მოდელებისთვისაც, რომლებიც ასახავს კვლევის, დაგეგმვის, კომუნიკაციისა და შეფასების პროცესს საზოგადოებასთან ურთიერთობაში. შიდა და გარე აუდიტორიასთან კომუნიკაცია წარმოშობს უკუკავშირს, რომელსაც ითვალისწინებენ პირველ საფეხურზე – კვლევისას და მეოთხე საფეხურზე – შეფასებისას. ამრიგად, მაქსიმალური ეფექტურობის მისაღებად შეტყობინების სტრუქტურა და გადაცემის მექანიზმი მუდმივად იხვეწება.

უკუკავშირს კი რაც შეეხება, უკუკავშირის გაგებისათვის არსებობს ორმხრივი კომუნიკაცია. ცალმხრივი კომუნიკაცია მხოლოდ ავრცელებს ინფორმაციას გამგზავნიდან მიმღებამდე. ამგვარი მონოლოგური ფორმა ნაკლებად ეფექტურია, ვიდრე ორმხრივი კომუნიკაცია, რომლის შედეგადაც დიალოგი მყარდება გამგზავნსა და მიმღებს შორის. ჯეიმს გრუნივი<sup>96</sup> ამბობს, რომ საზოგადოებასთან ურთიერთობის მოდელი ორმხრივ სიმეტრიულ კომუნიკაციას უნდა წარმოადგენდეს, რაც ნიშნავს, რომ კომუნიკაცია დაბა-

---

<sup>96</sup> ჯეიმს გრუნივის ძირითადი მიღწევებია: PR-ის თეორიის საფუძვლების ჩაყრა. მან გამოყო PR-ის საკვანძო მახასიათებლები და პრინციპები. შემოგვთავაზა PR კომპანიის ოთხი ძირითადი მოდელი, ასევე შეიმუშავა PR პროგრამების ეფექტურობის გამოკვლევის პროცედურა, მათი შეფასებები. ჯილდოები, რომელიც ჯეიმს გრუნივს მიუღია: მან დაახლოებით 12 ჯილდო მიიღო, რომელთაგან მეტად პრესტიჟულია Pathfinder Award PR-ის სფეროში გამოკვლევებისათვის, მინიჭებული შეერთებული შტატების საზოგადოებასთან ურთიერთობის ინსტიტუტის მიერ (1984); მეცნიერებაში განსაკუთრებული წვლილისათვის ამერიკის PR საზოგადოების მიერ მინიჭებული (1989); ჯილდო Jackson, Jackson and Wagner Award საზოგადოებრიობასთან ურთიერთობის სფეროში ჩატარებული კვლევებისათვის (1992); James W. Schwartz Award ჟურნალისტიკისა და კომუნიკაციის სფეროში წარმატებისათვის (2004).

ლანსებული უნდა იყოს გამგზავნისა და მიმღებს შორის. იგი შენიშნავს: სიმეტრიულ მოდელში უფრო მნიშვნელოვანი ამოცანაა ურთიერთგაგება, ვიდრე დარწმუნება. ანუ, ჩვენ პარტნიორის სელექციის სივრცეს არ ვზღუდავთ, რითაც მისი თავისუფლების ხარისხი ფართოვდება. ორგანიზაციათა უმრავლესობას, როცა ისინი სამიზნე აუდიტორიასთან ორმხრივ კომუნიკაციაში ერთვებიან, შერეული მოტივი ამოძრავებს. მიუხედავად იმისა, რომ ისინი, შესაძლოა, ჩაერთონ დიალოგში, რათა გაიგონ, როგორ შეუძლიათ მთავრად აუდიტორიის მოთხოვნებს, მათი მოტივაცია ხშირად ასიმეტრიულია – ისინი დიალოგის მეშვეობით ცდილობენ აუდიტორიის დარწმუნებას თავიანთი თვალთახედვის უპირატესობაში.

რასაკვირველია, ყველაზე მარტივი ორმხრივი კომუნიკაცია ორი ადამიანის პირისპირი ურთიერთობაა. მცირე ჯგუფში დისკუსიაც ეფექტურია. ორივე შემთხვევაში შეტყობინება გაძლიერებულია შესტიკულაციით, სახის გამომეტყველებით, ხმის ტონალობითა და მყისიერი უკუკავშირის შესაძლებლობით. თუკი მსმენელს შეეკითხვა უჩნდება ან დაბნეულობა ეტყობა, მოსაუბრეს შეუძლია მყისიერად მოახდინოს ამაზე რეაგირება: გაიმეოროს ინფორმაცია ან თავისი თვალსაზრისი გაამყაროს.

კომუნიკაციაში ბარიერი მაშინ იჩენს თავს, როცა ადამიანი მრავალრიცხოვანი შეკრების ან უფრო მეტიც, მასმედიის წინაშე წარდგება. ორგანიზაციის მასალებს შეუძლია, ერთდროულად მისწვდეს ათასობით ან მილიონობით ადამიანს, თუკი ისინი მედიით ვრცელდება, მაგრამ ამ დროს დისტანცია გამგზავნისა და მიმღებს შორის შეუმჩნეველად იზრდება და კომუნიკაცია ნაკლებეფექტური ხდება, რადგან აუდიტორიას შეხება არ აქვს წყაროსთან, აღარ არის შესაძლებელი შეტყობინებაზე მყისიერი რეაქცია, უფრო მეტიც, – შეტყობინება შეიძლება დამახინჯდეს, როცა იგი მასმედიის „კარიბჭის მცველების“ საცერს გაივლის.

ახლა დადგა დრო ეფექტური კომუნიკაციისთვის საჭირო პირობებზე ვილაპარაკოთ. ან, უფრო ზუსტად, რას უნდა ვარიდოთ თავი კომუნიკატორის პოზიციიდან. კომუნიკაცია, ეს ხომ ერთი ადამიანის მიერ მეორისათვის ინფორმაციის, იდეებისა და დამოკიდებულებების გადაცემაა, თუმცა კომუნიკაცია მხოლოდ მაშინ ხორციელდება, როცა გამგზავნი და მიმღები ერთნაირად იგებენ

გამოყენებულ სიმბოლოებს! სიტყვები ყველაზე ფართოდ გამოყენებული და ზოგადი სიმბოლოებია. ორი ადამიანის ურთიერთობის ხარისხი დიდად არის დამოკიდებული მათ მიერ ერთნაირი სიტყვიერი სიმბოლოების გამოყენებაზე. ნებისმიერი, ვისაც საზღვარგარეთ უმოგზაურია, დაგვეთანხმება, რომ მხოლოდ უმცირესი კომუნიკაციაა შესაძლებელი იმ ორ ადამიანს შორის, რომლებიც სხვადასხვა ენაზე ლაპარაკობენ. საგანგებოდ ტურისტებისთვის ზუსტად თარგმნილი სიტყვებიც კი ხშირად უხერხულობას ქმნიან ან კურობს იწვევენ. მაშინაც კი, თუ გამგზავნი და მიმღები ერთსა და იმავე ენაზე ლაპარაკობენ და ერთსა და იმავე ქვეყანაში ცხოვრობენ, მათი კომუნიკაციის ეფექტურობა დამოკიდებულია ისეთ ფაქტორებზე, როგორცაა განათლება, სოციალური ფენისადმი კუთვნილება, რელიგიური აღმსარებლობა, ეროვნება და კულტურული საფუძველი...

მოკლედ, მიგუახლოვდით ჩვენს მთავარ სათქმელს, რა პირობები უნდა დავიცვათ წარმატებული კომუნიკაციისათვის! პირველი – როცა საქმე ეხება ვერბალურ კომუნიკაციას – ვწეროთ გასაგებად. აუდიტორიის ბუნება და მისი ნიგნიერების დონე ერთობ მნიშვნელოვანი ფაქტორია ნებისმიერი კომუნიკატორისთვის. აუდიტორიასთან კომუნიკაციის პროცესში უმთავრესია, შეიქმნას შეტყობინება, რომელიც თავისი შინაარსითა და სტრუქტურით აუდიტორიის ნიშანთვისებებს ესადაგება.

ილინოისის შტატის საზოგადოებრივი ჯანდაცვის დეპარტამენტს კარგი აზრი დაებადა<sup>97</sup>, როცა შეუკვეთა რეპის სტილის სიმღერა, როგორც ერთ-ერთი საშუალება დაბალი შემოსავლის მქონე, გაუნათლებელი ჯგუფების ინფორმირებისათვის შიდსის საფრთხის შესახებ. თუმცა სიმღერა „Condom Rag“-ის სიტყვები და მუსიკა მძიმედ ასატანი აღმოჩნდა არჩეული ოფიციალური პირებისათვის. მათ ეს სიმღერა აკრძალეს.

როგორ და ვისთვის უნდა შეიქმნას შეტყობინება – იმ ზედამხედველებისთვის, რომლებიც სამიზნე აუდიტორიისაგან სრულიად განსხვავდებიან თავიანთი კულტურითა და განათლების დონით, თუ სწორედ სამიზნე აუდიტორიისათვის, მისი ბუნებისა და

---

<sup>97</sup>დენის ლ. უილკოქსი, გლენ ტ. კამერონი, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა, სტრატეგია და ტაქტიკა“, 2011, თბილისი, „დიოგენე“.

მახასიათებლების გათვალისწინებით? ეს ექსპერტი-კომუნიკატორის ტიპიური დილემაა. რასაკვირველია, სწორი პასუხი უკანასკნელი ვერსიაა, თუმცა ძალიან ხშირად ძნელია ამაში მმართველობითი ორგანოს დარწმუნება. ამ დილემის გადაჭრის ერთ-ერთი გზაა კომუნიკატორების ხელთ არსებული მასალის ნიმუშის ტესტირება სამიზნე აუდიტორიაში. ეს ეხმარება პროფესიონალ კომუნიკატორებს მმართველი სტრუქტურის დარწმუნებაში, რომ ის, რაც მათ მოსწონთ, არ არის ის, რაც აუდიტორიას სურს, სჭირდება და ეს-მის.

მეორე მიდგომის თანახმად, კონკრეტული შეტყობინების შექმნასა და მის გავრცელებამდე საჭიროა მასალების ჩასმა კითხვადობის და გაგების ფორმულებში. გამოცდილება გვასწავლის: რაც უფრო მარტივად იწერება შეტყობინება, მით უფრო აღიქვამს მას აუდიტორია.

არსებობს კითხვადობის უნივერსალური ფორმულა, რომელიც რუდოლფ ფლეშ<sup>98</sup> ეკუთვნის. არსებობს ბარის, ჯენკინსისა და პეტერსონის ფორმულაც. ორივე მათგანი ემყარება წინადადებების საშუალო სიგრძესა და ყოველ ას სიტყვაზე ერთმარცვლიანი სიტყვების რაოდენობას. თუკი შემთხვევით შერჩეული ასსიტყვიანი ნიმუში მოიცავს 4,2 წინადადებას და 142 მარცვალს, იგი მეცხრე თანრიგში ხვდება. ეს ის თანრიგია, რომელსაც ახალი ამბების გამომშვები და ყოველდღიური გაზეთები მისდევენ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, რთული წინადადებები (19 სიტყვაზე მეტი) და მრავალმარცვლიანი სიტყვები ართულებს საშუალო მკითხველის მიერ მასალის გაგებას. როცა წიგნის ერთ-ერთ ავტორს – შ. კორტავას, მოუწია ნიკლას ლუმანის სოციოლოგიური თეორიების სპეცკურსის წაკითხვა სტუდენტებისათვის, მათ ძალიან გაუჭირდათ მასალის დედანში დამუშავება. ნიკლას ლუმანი წერს მხოლოდ და მხოლოდ რთული წინადადებებით! ლუმანის ნაშრომებში ფაქტიურად გამონაკლისის გარეშე წინადადება აბზაცს იკავებს (როგორც ეს

---

<sup>98</sup> რუდოლფ ფლეში, 1911-1986, წარმოშობით ავსტრიელი, მოღვაწეობდა ამერიკაში. მას ეკუთვნის შრომები: „მარტივად საუბრის ხელოვნება“ (1946), „საკითხავი წერილის ხელოვნება“ (1949), „როგორ ვწეროთ უკეთესად“ (1951), „ნათელი აზროვნების ხელოვნება“ (1951) და მრავალი სხვა.



ზემოთ ავლნიშნეთ, როცა გერმანულ აკადემიურ წრეებში გავრცელებული გადმოცემის მანერას ვარჩევდით).

უილიამ ტეილორის მიერ განვითარებული კლოზეს პროცედურაც<sup>99</sup> გაგების გამოცდას ისახავს მიზნად. ეს შეხედულება ემყარება „დასრულების“ ფსიქოლოგიურ ფენომენს – ადამიანის მიდრეკილებას, შეავსოს, დაასრულოს მისთვის ნაცნობი, მაგრამ არასრული სემანტიკური ნიმუში. კლოზეს პროცედურის მიხედვით, ცდის სუბიექტებს ეძლევათ დავალება, წაიკითხონ ტექსტის მონაკვეთი, რომელშიც ყოველი მეხუთე ან მეცხრე სიტყვა გამოტოვებულია. მათი უნარი, შეივსონ გამოტოვებული სიტყვები და დაასრულონ ტექსტი, უჩვენებს, რამდენად ნაცნობი და გასაგებია მათთვის სიტყვები და აქედან გამომდინარე შეტყობინება. ეს ისეთივეა, როდესაც უხარისხო ქსერო ასლის აღდგენას შენი ძალისხმევით ცდილობ, მქრალი სიტყვების კვლავწარმოებას ქაღალდზე. ყველას გვექონია ალბათ ერთხელ მაინც ასეთი შემთხვევა.

შეტყობინების სიცხადესა და სიმარტივეს აძლიერებს სიმბოლოების, აკრონიმებისა და სლოგანების გამოყენება. ეს არის ლაკონური ფორმა, რომელიც ახდენს იდეის კონცეპტუალიზაციას და კომუნიკაციის გაშლილ სივრცეში მოგზაურობას.

სიმბოლო უნიკალური, დასამახსოვრებელი, ფართოდ აღიარებული და შესაფერისი უნდა იყოს. ორგანიზაციები დიდ დროს და ფულს ხარჯავენ ისეთი უნიკალური სიმბოლოების შექმნაში, რომლებიც გამოხატავს, რანი არიან ისინი ან რა სურთ, რომ იყვნენ. დიდი თანხა იხარჯება სიმბოლოების პოპულარიზაციასა და მათთვის მნიშვნელობის მინიჭებაშიც.

წარმატებული კომუნიკაცია თუ გვსურს, უნდა ვერიდოთ ჟარგონს! სწორედ ტენიკური ან ბიუროკრატიული ჟარგონი არის ერთ-ერთი მიზეზი არშემდგარი კომუნიკაციისა. როცა ამგვარი ენა, ზოგადად, საზოგადოებისადმი მიმართული, სოციალურ მეცნიერებათა წარმომადგენლები მას „სემანტიკურ ხმაურს“ ვწოდებთ. ჟარგონი შეტყობინებასთან ერთად იჭრება და აფერხებს მიმღების უნარს, გაიგოს შეტყობინება.

---

<sup>99</sup> იგულისხმება ე.წ. close-test, რომელიც განსაზღვრულია კითხვის დროს ტექსტის სირთულის და მისი გაგების ხარისხის გასარკვევად.

ასევე უნდა ვერიდოთ კლიშეებსა და მაღალფარდოვან სიტყვებს. კონოტაციური და მეტაფორული მნიშვნელობის მქონე სიტყვები პრობლემებს ქმნის, ხოლო კლიშეებისა და მაღალფარდოვანი სიტყვების გადაჭარბებულმა გამოყენებამ შეიძლება საეჭვო გახადოს შეტყობინების დამაჯერებლობა.

წარმატებული კომუნიკაციისთვის ასევე წინააღმდეგობა ევფემიზმები. „კომუნიკეიშნზ ბრიფინგის“ დამფუძნებელი რედაქტორის, ფრენკ გრაციანის აზრით<sup>100</sup>, ევფემიზმი არის, „უწყინარი სიტყვა ან ფრაზა, რომელიც ნაკლებად პირდაპირია და ნაკლებად უგემოვნო, ვიდრე ის მავანი, რომელიც რეალობას წარმოაჩენს“.

კომუნიკატორმა პოზიტიური სიტყვები უნდა გამოიყენოს შეტყობინების აზრის გადმოსაცემად; მას ასევე ეკისრება პასუხისმგებლობა ეთიკური, არ გამოიყენოს ინფორმაციის დამფარავი, დეზინფორმაციის შემცველი ან ზიანის მომტანის სიტყვები. შესაძლოა, ნაკლებად საზიანო იყოს სიტყვა „სმენადაქვეითებულის“ გამოყენება ნაცვლად „ყრუსი“. ზოგიერთი ევფემიზმი სახალისოც კია, მაგალითად ავტომექანიკოსის მოხსენება „ავტომოტონტერნად“, ან ნახმარი, თუმცა კარგ მდგომარეობაში მყოფი მანქანების მოხსენება „ხელმეორე მფლობელობაში მყოფებად“.

უფრო მეტი ზიანი მოაქვს ევფემიზმებს, რომლებიც სიტყვის ან ცნების ალტერნატიულ მნიშვნელობას ქმნის ან მათ ზუსტ მნიშვნელობას არ შეესაბამება. მწერლები ამგვარ სიტყვებს „ორმაგი მნიშვნელობის“ სიტყვებს უწოდებენ. ავლანეთსა და ერაყში ამერიკელი სამხედრო პირები ხშირად მოიხსენიებდნენ სამოქალაქო უბედურ შემთხვევებსა და დესტრუქციულ ქმედებებს, როგორც „გვერდით მოვლენებს“. ხოლო ტერმინი „ეთნიკური წმენდა“ ადამიანის მკვლელობის შესაღამაზებლად. ერთმა სამთავრობო ეკონომისტმა რეცესიას „ნაერთ შემოსავლებში მნიშვნელოვანი დაღმასვლა“ კი უწოდა.

მავანნი, ვთქვათ კორუპციები ევფემიზმებსა და ორმაგ მნიშვნელობებს მათთვის არახელსაყრელი ინფორმაციის დამალვის მიზნითაც იყენებდნენ. მაგალითად, თანამშრომლების შემცირებას ხშირად უწოდებენ „მართებულ ზომამდე დაყვანას“, რეს-

---

<sup>100</sup> დენის ლ. უილკოქსი, გლენ ტ. კამერონი, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა, სტრატეგია და ტაქტიკა“, 2011, თბილისი, „ლიოგენი“.

ტრუქტურიზაციას, „უნარების მიხედვით მორგებას“ ან „კარიერულ რელოკაციას“...

წარმატებული კომუნიკაცია ასევე გამორიცხავს დისკრიმინაციულ ენას. დღევანდელ მსოფლიოში ეფექტური კომუნიკაცია არადისკრიმინაციულ კომუნიკაციას ნიშნავს. „დოიჩე ველემ“ (Deutsche Welle)<sup>101</sup> ორი წლის წინათ გამოაქვეყნა ვებ-გვერდით სარგებლობის ინსტრუქცია, რომელიც სავალდებულო იყო „დოიჩე ველეს“ ყველა გამომწერისათვის და განსაკუთრებით მათთვის, ვინც პუბლიკაციებზე კომენტარებს ამატებდა. აქ ძახილის ნიშნით იკრძალებოდა უცენზურო სიტყვების ხმარება და ვინმეს შეურაცყოფა. მსგავსი ინციდენტის პასუხი იყო მომხმარებლის დაბლოკვა „დოიჩე ველეს“ მიერ. კომუნიკატორები ფრთხილად უნდა ეკიდებოდნენ ყოველ შეტყობინებას, რათა მათში არ აღმოჩნდეს უხამსი ან არასასურველი გენდერული, რასობრივი ან ეთიკური კონოტაციები, ეს განსაკუთრებით შეეხება საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს. ქართულ სივრცეში მართალია „დოიჩე ველეს“ მასშტაბის უწყება არ არსებობს, მაგრამ კარგი იქნება, თუ ამ პრაქტიკას ჩვენთანაც დავნერგავდით. ქართველი ინტერნეტ-მომხმარებლები სხვადასხვა პუბლიკაციებზე კომენტარებში ლამის რისხვას აფრქვევენ და იოლად გადადიან პირად შეურაცხყოფაზე...

შეტყობინებები არ უნდა ახდენდეს ადამიანის იდენტიფიცირებას ეთნიკური ნიშნით, თუმცა ზოგიერთ კონკრეტულ შემთხვევაში აუცილებელიც არის პირის ეთნიკური ან რასობრივი კუთვნილების ხსენება. მიუხედავად იმისა, რომ მოდა და პრეფერენციები იცვლება, დღეს მწერლები ამჯობინებენ თქვან „აზიელი ამერიკელი“ ნაცვლად უფრო კრიტიკული „აღმოსავლელისა“. დღეს ტერმინი „ლათინოამერიკელი“ უფრო მეტად მისაღებია, ვიდრე პოლიტიკურად დატვირთული „ესპანურენოვანი“.

კომუნიკაციის პროცესის ერთ-ერთი ძირითადი ცვლადი, არის წყაროს სანდოობა. აღიქვამს თუ არა აუდიტორია წყაროს კომპეტენტურად? როგორ აღიქვამს იგი წყაროს – როგორც პატიოსანსა

---

<sup>101</sup> <http://www.dw.com/ru/%D1%82%D0%B5%D0%BC%D1%8B-%D0%B4%D0%BD%D1%8F/s-9119>

და ობიექტურს თუ როგორც განსაკუთრებული ინტერესის მქონეს?

შეტყობინების დამაჯერებლობის ერთ-ერთი ცვლადი არის შეტყობინების კონტექსტი. ქმედება (სანახაობა) უფრო მეტის მთქმელია, ვიდრე ახალი ამბების რეალიზების მთელი დასტა. ბანკმა, შესაძლოა, ათასობით დოლარი დახარჯოს დანიინაურების კამპანიაზე სლოგანით – „თქვენი მეგობარი ბანკი – სადაც მომსახურება უპირველესია“, მაგრამ ყველა მცდელობა და ძალისხმევა წყალში გადაყრილი აღმოჩნდება, თუკი ბანკის თანამშრომლები კლიენტთან ვერ შეძლებენ მეგობრულ და თავაზიან ურთიერთობას.

ერთმანეთთან შეუთავსებელი რიტორიკა და ქმედება ხშირად კუროიოზულ სიტუაციას ქმნის. დენის უილკოქსი თავის წიგნში „საზოგადოებასთან ურთიერთობა“ იხსენებს, პრესისთვის გამართულ ბრიფინგზე, რომლის მთავარი თემა იყო „ამერიკული პროდუქციის შექენა“, შეერთებული შტატების სავაჭრო პალატამ მონაწილეებს დაურიგა ყავის სამახსოვრო ჭურჭელი, რომლის ძირზეც ამოტვიფრული იყო: „დამზადებულია ჩინეთში“.

შეტყობინების დამაჯერებლობის კიდევ ერთი ბარიერია აუდიტორიის წინასწარი განწყობა. ეს პრობლემა ერთ ძველ გამონათვამს გვახსენებს: „ნუ მახნევ ფაქტებით, მე უკვე გადავწყვიტე“. ამ შემთხვევაში გასაგები ხდება ლეონ ფესტინგერის კოგნიტური დისონანსის თეორია<sup>102</sup>. არებითად, მისი არსი მდგომარეობს იმაში, რომ ადამიანები არასდროს დაუჯერებენ შეტყობინებას თავისი წინასწარი განწყობის საწინააღმდეგოდ, ვიდრე კომუნიკატორი არ შეძლებს მათთვის ისეთი ინფორმაციის წარდგენას, რომელიც მათ რწმენასა და განწყობას ეჭქვეშ დააყენებს.

წარმატებული კომუნიკაციის დროს კომუნიკატორმა უნდა იზრუნოს შეტყობინების განმეორებაზე. განმეორება აუცილებელია იმიტომ, რომ სამიზნე აუდიტორიის ყველა წევრი შეტყობინებას ერთსა და იმავე დროს არ უყურებს და არ ისმენს. ყველა როდი

---

<sup>102</sup> ლეონ ფესტინგერი, 1919-1989, ებრაული წარმოშობის ამერიკელი ფსიქოლოგი. 1957 წელს ჩამოაყალიბა კოგნიტური დისონანსის თეორია კურტ ლევინის საველე ქცევის თეორიასა და ფ. ჰადერის სტრქუტურული ბალანსის თეორიაზე დაყრდნობით.

კითხულობს გაზეთს ერთ რომელიმე კონკრეტულ დღეს და ყველა როდი უყურებს ერთსა და იმავე სატელევიზიო ახალ ამბებს. გამეორება შეახსენებს აუდიტორიას, რის გამოც მცირდება შეტყობინების ჩავარდნის ან დაუმახსოვრებლობის ალბათობა. თუ წყარო დიდი სანდოობით გამოიჩინება, გამეორების წყალობით მოსაზრება არ იცვლება.

როდესაც ექვს კრედიტიანი საგნის კურსი მიგვყავს, ლექცია და სემინარი ასე ნაწილდება, ორი სალექციო საათი და ორი სასემინარო საათი. სალექციო საათს ყოველთვის განვლილი კვირის თეორიული მასალის განმეორებით ვინყებთ. ეს ცხადია დიდ დროს არ იკავებს, მაგრამ თეზისების სახით აუცილებლად მიგვაჩნია წინა კვირის თემის კვლავ შეხსენება სტუდენტებისთვის. როგორც იტყვიან, გამეორება ცოდნის დედაა.

გამეორება ეხმარება აუდიტორიას, დაიმახსოვროს საკუთრივ შეტყობინება. კვლევები აჩვენებს, რომ თუ რეკლამა ინტენსიურად არ მეორდება, იგი მალე ავიწყდებათ. გამეორებას მივყავართ უკეთეს ცოდნამდე, იგი ზრდის შანსს, დაძლიოს აუდიტორიის ინდეფერენტულობა და წინააღმდეგობა. მკვლევარები ამბობენ, რომ გამეორება, ანუ რედუნდანტულობა (სიკმარე), აუცილებელია შეტყობინების ირგვლივ არსებული „ხმაურის“ გასასუფთავებლად. ადამიანებს ხშირად ესმით და ხედავენ შეტყობინებებს თავიანთ საცხოვრებელ გარემოში – ატირებულ ბავშვს, საუბრებს ოჯახის წევრებს და თანამშრომლებს შორის, აყეფებულ ძაღლს – მაშინაც კი, როცა თვლემენ ან სხვა რამეზე ფიქრობენ. შესაბამისად, კომუნიკატორები ხშირად რთავენ გამეორებებს შეტყობინებებში. ძირითადი პოსტულეტები შეიძლება მოხსენიებულ იქნეს დასაწყისში და შემდეგ, შეტყობინების ბოლოს, შეჯამებისას. თუ წყარო სთხოვს მიმღებს, უფრო მეტი ინფორმაციისათვის დარეკოს ან დაწეროს გამოხმაურებები ბროშურის შესახებ, ტელეფონის ნომერი ან მისამართი რამდენჯერმე უნდა იყოს გამეორებული. ამგვარი სიფრთხილე შეტყობინებას ენტროპიისაგან იცავს. რაც ნიშნავს იმას, რომ შეტყობინება ერთი წყაროდან მეორეზე გადაცემისას ან მედიაარხების გასვლისას განუხრელად კარგავს მნიშვნელობის კომპონენტებს. მაგალითად, ერთ-ერთი კვლევის თანახმად, რომელიც თანამშრომლებთან კომუნიკაციას შეეხებოდა, რიგითი მუშა-

კები ამ შეტყობინების მხოლოდ 20%-ს იმახსოვრებდნენ, რომელმაც ოთხი დონის მენეჯერების ფილტრი გაიარა.

ეფექტური კომუნიკაციისა და შეტყობინების დამახსოვრების გასაღები არის ინფორმაციის გადაცემა მრავალფეროვანი საშუალებებით, მრავალგვარი საკომუნიკაციო არხების გამოყენებით. ეს ეხმარება ადამიანებს შეტყობინების დამახსოვრებაში, როდესაც ისინი იღებენ შეტყობინებებს სხვადასხვა მედიასაშუალებებით და საშუალებას იძლევა, შეტყობინებამ მიაღწიოს როგორც პასიურ, ისე აქტიურ აუდიტორიამდე.

აიძულო ადამიანი შეტყობინებების შესამაბისად იმოქმედოს ადვილი არ არის. კვლევები აჩვენებს, რომ ეს ხანგრძლივი და კომპლექსური პროცედურაა, რომელიც ბევრ ურთიერთგადამკვეთ ნაკადზეა დამოკიდებული. შეტყობინების მიღების პროცესი ხუთსაფეხურიანია:

1. გაცნობიერება.
2. ინტერესი.
3. შეფასება.
4. გამოცდა.
5. მიღება-გათავისება.

ერთ-ერთი უხერხული ასპექტი არის დრო, რომელიც საჭიროა ახალი იდეის დანერგვისათვის. პრაქტიკამ უჩვენა, რომ ადამიანები სხვადასხვაგვარად ეკიდებიან ინოვაციებს, თავიანთი პიროვნული დამოკიდებულებიდან და მოსალოდნელი რისკებიდან გამომდინარე. აქ ხუთი დონე არსებობს:

1. ინოვატორები: ადამიანები, რომლებიც თავგადასავლების ძიებით არიან შეპყრობილი და ყოველი ახალი იდეის გამოცდას ალტყინებით ესწრაფვიან.
2. პირველი მიმღებები: სალი აზრის მქონე ადამიანები, რომლებიც ცდილობენ, ყველა ახალი იდეის შესახებ საქმის კურსში იყვნენ; როგორც წესი, ისინი მისაბაძი არიან თავისი მეგობრებისა და კოლეგებისათვის.
3. პირველი უმრავლესობა: ადამიანები, რომლებიც გაცნობიერებულ, პრაგმატულ მიდგომას იჩენენ ახალი იდეების მისაღებად და გასათავისებლად.
4. გვიანდელი უმრავლესობა: ადამიანები, რომლებიც მეტწილად სკეპტიკურად არიან განწყობილი სიახლეებისადმი და

შეძლებისდაგვარად ეწინააღმდეგებიან მათ მიღებას, მაგრამ საბოლოოდ თმობენ პოზიციებს თავიანთი მეგობრებისა და კოლეგების გავლენით.

5. მაჩანჩალები: ზედმინევნიტ ტრადიციული და კონსერვატორულად განწყობილი ადამიანები, რომლებიც სხვების შემდეგ იღებენ და ითვისებენ ახალ იდეას.

როდესაც ინოვაციის მიღებაზე საზოგადოების მხრიდან ვლავარაკობთ, ცხადია ისევ ე.წ. ინსტრუმენტალური კომუნიკაცია გვაქვს მხედველობაში, თუმცა კომუნიკაციის მხოლოდ ამ სახით, რომ შემოვიფარგლებოდეთ, დახურულ საზოგადოებაში მოგვინევა და ჩვენდა საუბედუროდ ცხოვრება. ნიკლას ლუმანი, რომელსაც არაერთხელ ვუბრუნდებით მოცემული წიგნის ფარგლებში, აცხადებს ძალაუფლებაზე თავის ფუნდამენტურ ნაშრომში, რომ პარტნიორის სელექციის სივრცის შეუზღუდაობა არის უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი და საზომი საზოგადოებაში თავისუფლების ხარისხისა. პარტნიორის სელექციის სივრცე კომუნიკაციისას თუ შეიზღუდა გვექნება ძალაუფლების კრიზისიც და იგი ძალადობის ფუნქციებს შეიძენს, ამასთან ძალადობა არაა აუცილებელი მხოლოდ ფიზიკური იძულების ფორმით გამოვლინდეს. ფსიქოლოგიური ძალადობა კიდევ უფრო საშიშია.

მოცემული ქვეთავი – როგორც მისი სათაურიდანვე ჩანს – ითვალისწინებს კომუნიკაციის საზოგადოებასთან ურთიერთობის დარგში გავრცელებულ ხედვებს, სადაც კომუნიკაცია ესმით, როგორც წარმატებული ან წარუმატებელი. რაც შეეხება საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფარგლებს გარეთ, სხვა მოსაზრებები არსებობს. ამისი უკიდურესი შემთხვევაა ჟან პოლ სარტრი, რომლის თანახმადაც „ჯოჯოხეთი არის სხვები“ და ჩვენ თვალებს თითქოსდა იმიტომ ვახამხამებთ ასე ხშირად, რომ ამ ჯოჯოხეთისაგან დავისვენოთ. ჟაკ ლაკანს<sup>103</sup> ვითარება ასე მუქ ფერებში არ ესახება, მაგრამ კომუნიკაციის შესაძლებლობას იგიც კითხვის ქვეშ აყენებს. როგორც მეფე არჩილი ამობდა „მე რა ვქნა, უცხო მ უცხო

---

<sup>103</sup> ჟაკ მარი ემილ ლაკანი, 1901-1981, ფრანგი ფსიქოანალიტიკოსი, ფილოსოფოსი (ფროიდისტი, სტრუქტურალისტი, პოსტსტრუქტურალისტი), ფსიქიატრი, ფსიქოანალიზის ისტორიაში ყველაზე გავლენიანი სახე.

კარს, მდგარმან და შინ ვერ შესულმან!<sup>104</sup>, ანუ კომუნიკაცია თუ შეტყობინების ერთი არხიდან მეორეზე გადაცემაა, საკმაოდ პრობლემატურია კოდის დეკოდირების პროცესი. „უცხო“ „უცხოს“ ნაუბარს უფრო ვერ გებულობს...

კომუნიკაციის უნარების პრაქტიკაში გამოყენება ჩვენ გვა-ვალდებულებს რეკლამაზე საუბარსაც. სწორედ ამ ქვესაკითხით დავხურავთ მოცემულ ქვეთავს და მივცსემთ მას დასრულებულ სახეს.

სარეკლამო და სხვა მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების-თვის დამახასიათებელია ის, რომ მხედველობაში მიიღება, რო-გორც წესი, „საშუალო“ ადრესატი. ამას ადგილი აქვს როგორც ტოტალური (რადიო, ტელევიზია), ისე მიმართული (ვიდეოსადმი) რეკლამის შემთხვევაშიც. მაგ.მამაკაცი, 35-45 წლის, უმაღლესი ტექნიკური და ეკონომიკური განათლებით კომპიუტერული ასორ-ტიმენტის საქონლის რეკლამისას და ა.შ.

უნდა აღინიშნოს, რომ თავად ასეთ სარეკლამო შეტყობინებებზე რეაქცია ნაკლებადაა შესწავლილი. მას (ამ რეაქციას) აქვს ინდივი-დუალური თავისებურებები და ეს უკანასკნელი შესაძლებელია და-ვინახოთ იუმორისტების იუმორისტულ მინიატურებში, სკეტჩებსა თუ პასაჟებში.<sup>105</sup> გაყიდვების მოცულობა (რეკლამის კუთხით გა-მოცდილი სპეციალისტების აღიარებითაც) არ იძლევა იმის განსჯის შესაძლებლობას, თუ რამდენად იმოქმედა (ან იმოქმედა კი საერ-თოდ) სარეკლამო შეტყობინებამ მყიდველის გადანყვეტილებაზე (რომელიმე რეკლამირებული საქონლის ყიდვასთან დაკავშირებით). რეკლამის ცნობილი სპეციალისტი დევიდ ოგილვი (David Ogilvy) წერს, რომ ჯერ ვერავინ ვერ შეძლო იმის დამტკიცება რეალურად მოქმედებს თუ არა რეკლამა მყიდველის გადანყვეტილებაზე.<sup>106</sup> სპე-ციალისტების ნაწილი მიიჩნევს, რომ რეკლამა საქონლის გაყიდვის მთლიანი მოცულობის მხოლოდ 5-10%-ს მოიცავს.

აქ, ალბათ, აქცენტი უნდა გაკეთდეს იმაზე, თუ როგორ გამო-ძახილს პოულობს სარეკლამო შეტყობინება მიმღების ცნობიერე-

<sup>104</sup> პოემიდან «მეფე თეიმურაზისა და არჩილის გაბაასება»

<sup>105</sup> აქ არ შეიძლება არ ვახსენოთ ქართული ტელესერიალი „შუა ქალა-ქი“ (ძველი სეზონი), რომელიც გაჯერებული იყო სწორედ ასეთი პასაჟე-ბით.

<sup>106</sup> Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникаций. გვ.,39



ბასა თუ პრაქტიკულ ცხოვრებაში. ამ გამოძახილის კვლევა ნათელს მოფენს მომხმარებლებზე/მყიდველებზე სარეკლამო ტექსტებისა თუ რგოლების ზემოქმედების ჭეშმარიტ მიზეზებსა და შედეგებს.

უნდა აღინიშნოს, რომ რეალურ სამეცყველო სივრცეს ქმნის არა მხოლოდ გამომგზავნი/ადრესანტი თუ შეტყობინების ადრესატი/მიმღები ცალ-ცალკე ალებული, არამედ ორივე ერთადაა ჩართული დიალოგის რეჟიმში. გამომგზავნის რეპლიკა (რეპლიკების სერია, ტექსტი, კომუნიკაციური მოქმედება) ინვეს მიმღების ქმედებაში გარკვეულ (განსაზღვრულ)გამოძახილს; და სწორედ ამ ქმედების მოლოდინი და მასზე დაკვირვება ახდენს გამომგზავნის ქმედების კორექტირებას. ასე, რომ კომუნიკაციური პროცესის მოდელის ჩარჩოებში უნდა ვისაუბროთ არა იმდენად ადრესატზე ვერბალურ (მეტყველებით) *ზემოქმედებაზე* (ერთმიმართულებიანი და ერთჯერადი), არამედ როგორც მეტყველებით (ურთიერთმიმართებითი და განმეორებადი) *ურთიერთქმედებაზე*, რომელიც როგორც მ.მ. ბახტინი წერს, არის „ენის რეალურობის საფუძველი“.<sup>107</sup>

წინასაარჩევნო კომუნიკაციისას შეტყობინების გამომგზავნი არის კანდიდატი (უფრო სწორად, მისი მითოლოგიზირებული იმიჯი) და მისი PR-ჯგუფი. მიმღები კი – ელექტორატია. ცალკეული კომუნიკაციური აქტები თუ მოვლენები მიმღების მხრიდან შეტყობინების მიღებისა თუ არმიღების, თანხმობისა თუ უთანხმოების განსხვავებულ ხარისხს განაპირობებს, რაც საბოლოო ჯამში კანდიდატის არჩევა – არ არჩევით მთავრდება. წინა საარჩევნო დიალოგის მონაწილეთა მეტყველება (და აქედან გამომდინარე, მათი ქმედება) ინტერტექსტუალურ სივრცეშია ჩაძირული და თავად ახდენენ მის ფორმირებას. თუნდაც ერთმა კომუნიკაციური აქტის/მოვლენის გამოძახილმა შეიძლება რადიკალურად იმოქმედოს გლობალურ გადაწყვეტილებაზე.

სავაჭრო კომუნიკაციურ სივრცეში შეტყობინების გამომგზავნი არის გამყიდველი (არა აქვს მნიშვნელობა, ეს იქნება კონკრეტულად გამყიდველი, თუ ფირმა, მალაზია, მარკეტი, სავაჭრო სახლი და ა.შ), მიმღები კი მყიდველია. საქონლის გაყიდვა – ეს კომუნიკაციაა, რომელსაც განიხილავენ უპირველეს ყოვლისა ეკონომისტე-

---

<sup>107</sup> Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникаций. გვ.,40

ბი და მარკეტოლოგები. თუმცა, საბოლოოდ, გადანყვეტილება მყიდველის მიერ საქონლის ყიდვის თუ არ ყიდვის, მიიღება უამრავი ფაქტორის ზეგავლენით. ამ ფაქტორების ზემოქმედება და მყიდველის უკურეაქცია შეადგენს სწორედ რომ კომუნიკაციური პროცესის არსს ვაჭრობაში. მყიდველს შეტყობინება გადაეცემა როგორც სარეკლამო ტექსტის ფორმით (ჰიბრიდული ტექსტი, რომელიც მოიცავს ვიზუალსაც), ასევე საქონლის შეფუთვის ფორმით<sup>108</sup>, საქონლის ამა თუ იმ განყოფილებაში განთავსების (სასაქონლო კლასიფიკაცია), გამყიდველის დისკურსის (მათ შორია მის მიერ გარკვეული ეტიკეტის ნორმათა დაცვა) ფორმით და სხვა. მთელი ეს მრავალფეროვნება ერთ დიდ მიზანს ემსახურება – საქონლის ყიდვას, ანუ მყიდველისა და გამყიდველის ერთობლივი მოქმედებით საქონლის ყიდვას. კომუნიკაციური პროცესი მხოლოდ ამის შემდეგ შეიძლება ჩაითვალოს შესრულებულად და დასრულებულადაც.<sup>109</sup>

საბჭოთა არასაბაზრო ეკონომიკის პირობებში კომუნიკაცია სავაჭრო სფეროში ეყრდნობოდა „გამგზავნის დიქტატურას“: არჩევანის არ არსებობამ ჩამოაყალიბა ეგ.წ. „არაიძულებითი სერვისი“, რომელიც სინამდვილეში საკმაოდ იძულებითი იყო. ყველას, ვისაც ცოტა ხნით მაინც გვიცხოვრია საბჭოთა სივრცეში, კარგად გვახსოვს საბჭოთა ვაჭრობის მუშაკთა ეგ.წ. ფრთიანი გამონათქვამები – „არ გინდა, არ აიღო“; „თქვენ ბევრნი ხართ, მე კი – ერთი“; „თუ არ მოგწონს, გაიარე“; „თუ არ ყიდულობ, ფასი რაში გაინტერესებს“. ეს გამონათქვამები ზემოთ ნახსენები დიქტატურის მკაფიო დადასტურებაა. მყიდველი საქონლის დეფიციტის და კო-

---

<sup>108</sup> თუ როგორაა შეფუთული საქონელი – ამას მყიდველი ძალიან დიდ ყურადღებას აქცევს. სწორედ ამიტომ, რომ შეფუთვა შეიძლება რეკლამის ერთ-ერთ სახესხვაობად ჩაითვალოს.

<sup>109</sup> ეს აზრი ძალიან ახლოსაა მარქსისეულ ხედვასთან, როდესაც წერს: „წარმოების გარეშე არაა მოხმარება, მაგრამ მოხმარების გარეშე არაა წარმოება, რადგან ასეთ შემთხვევაში წარმოება მიზნის გარეშე დარჩებოდა... მხოლოდ მოხმარებაში იქცევა პროდუქტი ნამდვილ პროდუქტად. მაგალითად, კაბა ნამდვილ კაბად იქცევა მაშინ, როდესაც მას ატარებენ; სახლი, რომელშიც არ ცხოვრობენ არ არის ნამდვილი სახლი“, ამირან ბერძენიშვილი, კლასიკური სოციოლოგიური თეორიები (სოციოლოგიური თეორიების განვითარების ადრეული წლები). გვ.105-106

მუნიციპალიტეტური უტიფრობის პირობებში იძულებული იყო დათანხმებოდა კომუნიკაციური აქტის ერთმიმართულებიან ხასიათს.<sup>110</sup>

უფრო რთული კომუნიკაციური სიტუაციაა მეცნიერული თუ საგანმანათლებლო დისკურსის სფეროში. შეტყობინების გამგზავნი არის მეცნიერი/მასწავლებელი/პედაგოგი (კოლეგიალური გამგზავნი – სკოლა, უმაღლესი თუ პროფესიული სასწავლებელი, პედაგოგთა თუ მკვლევართა კოლექტივი), ხოლო მიმღები არის სტუდენტი თუ მოსწავლე, სხვა პედაგოგი თუ მეცნიერ-მკვლევარი. თუმცა სამეცნიერო და საგანმანათლებლო მოღვაწეობის საკომუნიკაციო სივრცე გაცილებით უფრო ფართოა, რადგან ამ სფეროს მოღვაწეობის შედეგებს თვალყური შეიძლება მივადევნოთ ოჯახის, წარმოების, სახელმწიფოს და ა.შ. დონეზე. მოსწავლისა და მასწავლებლის ურთიერთქმედება (პედაგოგიკაში – ურთიერთთანამშრომლობა) წარმოადგენს კომუნიკაციის საბოლოო მიზანის – სწავლება/არსწავლების წარმატების საწინდარს.

ისევე როგორც სავაჭრო სფეროში, აქაც შეიძლება მოვიყვანოთ ავტორიტარული პედაგოგიკის მაგალითი, სადაც კომუნიკაცია ხორციელდება ერთმიმართულებიანი სქემით: „*მოუსმინე, რას ამბობს მასწავლებელი!*..“ სწორედ ამ ერთ მიმართულებიან დისკურსს ეფუძნება მრავალი პედაგოგიური მითი. ასე, მაგალითად: მიიჩნევენ, რომ პედაგოგის მთავარი თვისებაა მისი უნარი „დაამყაროს წესრიგი“.<sup>111</sup> ეს რა თქმა უნდა მნიშვნელოვანია, თუმცა მითოლოგიზირებულ ცნობიერებას მხედველობიდან რჩება კომუნიკაციური პროცესის მეორე, არსებითი მხარე: *მოსმენა და გააზრება/გაგება; გააზრება და მოქმედება.*

---

<sup>110</sup> წიგნის ერთ-ერთი ავტორი – ხ.ამალობელი იხსენებს: დაუვიწყარია ის ემოცია, როდესაც ჩეხოსლოვაკიაში (რომელიც იმ პერიოდში საბჭოთა სივრცეს წარმოადგენდა) ერთ-ერთ მაღაზიაში ვიზიტისას გამყიდველმა (რომელიც საოცრად კარგად მოგვემსახურა – ღიმილით, დაუზარებლად, რამაც ჩვენს დელეგაციაში გულწრფელი აღფრთოვანება გამოიწვია, რადგან ამას არ ვიყავით შეჩვეულები), რომელსაც ვთხოვდით სხვადასხვა საქონლის ჩვენებას და თან ვებოდიშებოდით იმის გამო, რომ ვაწუხებდით, გაოცებულმა თავაზიანად გვიპასუხა: „რას ბრძანებთ, ეს ხომ ჩემი მოვალეობაა. მე ამაში ფულს მიხდინა“. იმ დღეს იმ მაღაზიამ გაყიდვების გეგმა გადაჭარბებით შეასრულა.

<sup>111</sup> ძალიან კარგად გვახსოვს ჩვენი პედაგოგების ნათქვამი ფრაზა: „გაკვეთილზე ბუზის გაფრენის ხმაც არ უნდა ისმოდეს“.

კიდევ ერთი მითი უცხოური ენის სწრაფად და რაც მთავარია, ზედმეტი ძალისხმევის გარეშე შესწავლის შესახებ: „ინგლისური სწრაფად და მარტივად“. ასეთი სახის რეკლამა ითვალისწინებს ადრესატის ფაქტორს და მიმღების მოლოდინს., თუმცა ის, ისევე როგორც ეს მოლოდინები, ეფუძნება ერთ მცდარ ამოსავალ წანამძღვარს: პედაგოგიური კომუნიკაციის ერთმიმართულებიანობას. და ეს იმ დროს, როცა უდიდესი მკვლევარი ჰუმბოლდტი წერდა: „ენა არ შეიძლება დასწავლილი იქნეს, შეიძლება მხოლოდ მისი გამოლვიძება სულში“. <sup>112</sup> ეს სამართლიანია, ზოგადად, კომუნიკაციასთან მიმართებაშიც.

უნდა ითქვას, რომ კომუნიკაციის, ურთიერთობის გლობალური მიზანია – ადამიანთა გაერთიანება ერთიან ქმედებაში, კომუნიკაციური პროცესის მიზანია არა ინფორმაციის გადაცემა ერთი მიმართულებით, არამედ მიმღებისგან გამოძახილის მიღება, არა ზემოქმედება, არამედ ურთიერთმოქმედება.

---

<sup>112</sup> რა ახლოს დგას ეს ხედვა ანტიკური ეპოქის უდიდესი მოზაროვნის – სოკრატეს მსოფლმხედველობასთან, როცა ის საუბრობს სულში ცოდნის გამოლვიძებაზე.

## II ნაწილი.

# მასმედია, ინფორმაციული ტექნოლოგიები და მათი ზეგავლენა საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე

### 2.1. მასობრივი კომუნიკაცია

მასობრივი კომუნიკაციის საკმაოდ ბევრი განმარტება არსებობს<sup>113</sup>. ამ განსაზღვრებათა შეჯგერებით შეიძლება ვთქვათ, რომ მასობრივი კომუნიკაციის (შემდგომში – მასკომუნიკაცია) ქვეშ იგულისხმება ინფორმაციის გავრცელების და სპეციალური საშუალებებით სპეციალისტების მიერ – ტელევიზია, რადიო, გაზეთები, ჟურნალები (ბეჭდური თუ ელექტრონული) როდესაც შეტყობინება ადამიანთა დიდი ჯგუფისთვის ხდება ხელმისაწვდომი. მასმედიის (ამ ტერმინით ერთიანდება მასობრივი კომუნიკაციის ყველა საშუალება) ძირითადი ფუნქციაა „ინფორმაციის მოძიება, გაფილტვრა, გაანალიზება, ინტერპრეტირება და შემდგომ მისი გავრცელება ყველასთვის გასაგებ ენაზე“.<sup>114</sup>

მასკომუნიკაცია ადამიანთა, ჯგუფების, ინსტიტუტების, სახელმწიფოთა ურთიერთქმედების აუცილებელი ელემენტია, რომლის დროსაც ხორციელდება ინფორმაციის, შეფასებების, მნიშვნელობების, აზრების, ღირებულებების, ემოციების და ა.შ. გადაცემა. დღეს, თანამედროვე გლობალურ, მულტიკულტურულ სამყაროში მასკომუნიკაციის გარეშე შეუძლებელია არა მხოლოდ სხვადასხვა ინსტიტუციების, ორგანიზაციების და სხვა კონსტრუირება.

---

<sup>113</sup> ● მასმედია „ არის სპეციალური ტექნიკური საშუალებებით აღჭურვილი სამრეწველო სუბიექტი, რომელიც ერთი და იმავე გზავნილს ერთდროულად სხვადასხვა ინდივიდთა ფართო ჯგუფს გადასცემს“, - ბერტრანი კლოდ-ჟან, მედია, ეთიკა და ანგარიშვალდებულების სისტემები (ხარისხის კონტროლი). ნაწილი პირველი – (ძირითადი მონაცემები), თავი I: ძირითადი განმასხვავებელი ნიშნები.

● “მასობრივი კომუნიკაცია, ერთი მხრივ, არის პროცესი, როდესაც პროფესიონალი კომუნიკატორები ქმნიან და იყენებენ მედიას ფართო აუდიტორიისათვის გზავნილების/მესიჯების სწრაფდ, უწყვეტად და საყოველთაოდ გასავრცელებლად; მეორე მხრივ, პროცესი, რომლის მეშვეობითაც ამ გზავნილებს/მესიჯებს მოიძიებს და მოიხმარს აუდიტორია“, - მარინე ვეკუა, ჟილ რუე, ჟურნალისტიკა. გვ.106

<sup>114</sup> მარინე ვეკუა, ჟილ რუე, ჟურნალისტიკა. გვ.108

მასკომუნიკაცია ასრულებს შემდეგ ძირითად ფუნქციებს:

- *საინფორმაციო ფუნქცია*: დაკვირვება გარემომცველ სამყაროზე – ინფორმირება მიმდინარე მოვლენებზე.

- *სოციალური კავშირის ფუნქცია*: მოვლენათა ინტეგრაცია და განსხვავებული პრობლემების გადაწყვეტის მიზნით საზოგადოების სტრუქტურათა ურთიერთმოქმედების უზრუნველყოფა.

- *„მიმღებლობის უზრუნველყოფის ფუნქცია“*: თაობიდან თაობაზე საზოგადოების, კულტურის შესახებ ცოდნის გადაცემა, სოციალური ღირებულებების მხარდაჭერა.

- *რეკრეატიული ფუნქცია*: დასვენებისა და გართობის<sup>115</sup> შესაძლებლობის შექმნა.

- *მობილიზაციის ფუნქცია*: პოლიტიკაში, ეკონომიკასა და სოციალურ სფეროში აქტუალურ მიზნებთან დაკავშირებით კამპანიების ორგანიზება<sup>116</sup>.

მასკომუნიკაციის ზემოქმედება შეიძლება იყოს როგორც პოზიტიური, ისე ნეგატიურიც, იშვიათად კი, ერთდროულად, ერთი და მეორეც. მაგალითისთვის, სტიქიურ უბედურებასა თუ საომარ მოქმედებაზე ინფორმაცია შესაძლებლობას იძლევა მათე არა მხოლოდ ადექვატური რეაგირების და შესაბამისად, ადამიანთა სიცოცხლის გადარჩენის, არამედ იმავდროულად, შეუძლია გამოიწვიოს პანიკა და მასობრივი ისტერიაც. ანალოგიურად, მოვლენათა ნებისმიერ ინტერპრეტაციას და განხილვას, რომელიც სტაბილური და თავისუფალი განვითარების დიდ შესაძლებლობას იძლევა, შეუძლია კონფორმიზმისა და პასიურობის წარმოქმნა.

საზოგადოების ერთიანობას, რომელიც მიიღწევა მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებით კულტურული ნორმების განმტკიცე-

---

<sup>115</sup> „ამერიკელი პოლიტოლოგები მიიჩნევენ, რომ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მთავარი ფუნქცია გართობაა“, -მარინე ვეკუა, ჟილ რუე, ჟურნალისტიკა; გვ.108

<sup>116</sup> ● ნინო შოშიტაიშვილი.ტელემედიის თავისუფლება და დამოუკიდებლობა პოსტრევოლუციურ (2003-2009) საქართველოში. 2010 [https://www.tsu.ge/data/file\\_db/faculty\\_social\\_political/soc%20nino%20shoshita.pdf](https://www.tsu.ge/data/file_db/faculty_social_political/soc%20nino%20shoshita.pdf)

● ფრანგი მკვლევარი კლოდ-ჟან ბერტრანი საუბრობს ექვს ფუნქციაზე: მეთვალყურეობა, საზოგადოებრივი კომუნიკაციის უზრუნველყოფა, მსოფლიოს ახალი ამბებით უზრუნველყოფა, კულტურის გავრცელება, გართობა, გაყიდვა (მარინე ვეკუა, ჟილ რუე, ჟურნალისტიკა. გვ.108)

ბისა და გავრცელებით, აქვს მეორე მხარე: მასობრივი კულტურის დომინირება და კულტურული მრავალფეროვნების შემცირება. მასკომუნიკაციის გასართობი ფუნქცია ადამიანებს უზრუნველყოფს გართობით, ძალების აღდგენით, თუმცა იმავდროულად ახდენს პრიმიტიული/მდარე სიამოვნებისკენ სწრაფვის კულტივირებას, იმას, რაზეც ექსისტენციალიზმის წარმომადგენლები (განსაკუთრებით, ფრანგული პერიოდის) სხვების მიხედვით და „ნახედვით“ ცხოვრების ფენომენს უწოდებდნენ.<sup>117</sup>

ძირითადი კითხვები, რომელზეც მკვლევარები ცდილობენ პასუხის გაცემას, შემდეგია: რა ზემოქმედებას ახდენს მასკომუნიკაცია საზოგადოების ცნობიერებასა და კულტურაზე? რამდენად დამოუკიდებელია მედია და რამდენად ობიექტურად ასახავს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები (შემდგომში – მკს) სამყაროში მიმდინარე მოვლენებს?

ის, რომ მედია უნდა იყოს პლურალისტური, მოთხოვნაა, რომელიც ახასიათებს დემოკრატias. პლურალიზმში ცხადია მოვიაზრებთ, რომ აუდიტორიამდე მისაწვდომობა საზოგადოების ყველა სპექტრისთვის უნდა იყოს უზრუნველყოფილი, განსხვავებული რაკურსით უნდა შეეძლოთ ე.წ. უმცირესობებს მოვლენების გაშუქება. თუმცა ისიც მართალია, რომ ყველგან და ყოველთვის არ ხერხდება ამ მოთხოვნის დაკმაყოფილება. XXI-ე საუკუნის დასაწყისისთვის აშშ-ში არსებული მასობრივი ინფორმაციის ათეულობით ათას ცალკეული წყაროებიდან უმრავლესობა კონტროლირ-

---

<sup>117</sup> „რამდენადაც ადამიანი ყოველთვის საზოგადოებაში და, მაშასადამე, სხვების გარემოცვაში ცხოვრობს და, რამდენადაც, ამასთან, ცხოვრებაში გზის არჩევანი საკუთარ თავზე დაყრდნობითა და საკუთარი ძალებით ყოველთვის ძნელი საქმეა, ამდენად, სხვების მიხედვით ცხოვრების ცთუნება რალაც ზომით მუდამ არსებობდა და მუდამ იარსებებს; ხოლო ეგ ცთუნება და შესატყვისი პრაქტიკა ერთობ უზომო ზომისა შეიქმნა დღეს, ინდუსტრიული ცივილიზაციის პირობებში, როცა ადამიანს ყოველდღიურად და განუწყვეტლივ სხვათა დიდი მასის ზედმეტად მჭიდრო გარემოცვაში, ზედმეტად სწრაფი ტემპითა და რიტმით ცხოვრება უხდება ისე, რომ ჩაფიქრებისა და გააზრების აღარავითარი საშუალება აღარ გააჩნია, როცა ჟურნალ-გაზეთები, რადიო, ტელევიზია, ქუჩის რეკლამები მას ჩაფიქრების აღარ აცდიან და განუწყვეტლივ აწვდიან და შთააგონებენ აურაცხელ მითითებებსა და რჩევებს ცხოვრების გზების თაობაზე“ – ზურაბ კაკაბაძე, ფილოსოფიური საუბრები. გვ.163.

დება ოცდარვა გიგანტური კორპორაციის მიერ. აღნიშნული სიტუაცია შესაძლებელი გახდა ნაწილობრივ იმის შედეგად, რომ მასობრივ კომუნიკაციაში იზრდება რეკლამის განთავსების მოცულობა. დღეს ტელევიზია და რადიო მთლიანად დამოკიდებულია რეკლამაზე.<sup>118</sup> რეკლამის განთავსებას ძალიან დიდი შემოსავალი მოაქვს და ეს შემოსავალი მით უფრო მეტია, რაც უფრო მრავალრიცხოვან აუდიტორიას მოიცავს<sup>119</sup>. ორიენტაცია მომხმარებელთა წრის გაფართოებაზე მკს-თვის მასალის აგების თავის კანონებს კარნახობს. ეს უპირველეს ყოვლისა ეხება ახალი ამბების პროგრამების შექმნას, რომელმაც უნდა მოიცვას და რომელიც აღქმულ უნდა იქნას რაც შეიძლება მეტი რაოდენობის მაყურებლის, მსმენელის, მკითხველის მიერ. სწორედ, ამიტომ ხდება ინფორმაციის სტანდარტიზაცია, განსაზღვრული კონსერვატიზმის გამოვლენა, რაც ადამიანს უზღუდავს შესაძლებლობას თავად გაიზაროს, თავად გაერკვეს მიმდინარე მოვლენებში.

სატელევიზიო სიახლეებში განხილული სოციალური და პოლიტიკური რეალიები სტრუქტურირდება და იცვლება მთელი რიგი მოთხოვნების ზემოქმედებით: პუბლიკისათვის სიახლეების საკუთარი ხერხით (გზით) შექმნისა და მიწოდებით (დამაჯერებლობა, სიცხადე), ლაკონურობით, ოპტიმალური ფასებით, კულტურული (გაცნობიერებულად თუ გაუცნობიერებულად) და იდეოლოგიური ზემოქმედებით, რომელიც ეხება გასაშუქებელი მოვლენების ინტერპრეტაციის შეფასებასა და ხასიათს. შედეგად აუდიტორია, მედია მომხმარებელი<sup>120</sup> დგას შეტყობინების კრიტიკული შეფასების რთულად გადასაწყვეტი ამოცანის წინაშე, რომლის გადაწყვეტა ტელევიზიაში რთულდება იმით, რომ ტელეგადაცემები წარმოსდგება მხედველობით-ხატოვანი ფორმით, გვაგონებს რეალობას და ქმნის რეალობის ჭეშმარიტი ასახ-

---

<sup>118</sup> გაზეთებსა და ჟურნალებში, ასევე ინტერნეტშიც რეკლამაზე დამოკიდებულება ყოველ წლიურად იზრდება.

<sup>119</sup> „ჯერ-ჯერობით რეკლამას მასმედიისთვის არსებითი მნიშვნელობა აქვს, რადგან მისი შემოსავლების მთავარ წყაროს წარმოადგენს“. დეფლორი დენისი. მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისთვის. გვ.270.

<sup>120</sup> მედია მომხმარებელი უბრალოდ პასიური მიმღები არ არის. ის მესიჯის, ინფორმაციის, შეტყობინების ინტერპრეტაციას პირადი გამოცდილების, გარემოს, მოლოდინების, საჭიროებებისა და სურვილების მიხედვით ახდენს.



ვის, გამოხატვის ილუზიას. სწორედ ამ ერთგვარი რეალობას მიმსგავსებული ფორმით ტელევიზიას შეუძლია მაყურებელს შეუქმნას მოვლენათა რეალურობის შეგრძნება, თუმცა, რეალურად, წარმოადგენს ელექტრონულ ჰიპერ-რეალობას უამრავი მოჩვენებითი სახეებით, იდეებითა და ღირებულებებით სახსეს<sup>121</sup>.

ასეთ ჰიპერ-რეალობის ძირითად მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს კომერციული – საბაზრო პრინციპი, რომელიც განაპირობებს მკს-ში პირობითი, „დაბალანსებული“ სახეებისა და ღირებულებების ჩვენებას. ეს უკანასკნელი შეესაბამება „საშუალო მომხმარებლის“ მსოფლმხედველობას, რომელიც მიისწრაფვის, ერთი მხრივ, სტაბილურობის შენარჩუნებისაკენ, მეორე მხრივ, კი, უმრავლესობის უკიდურესობების არიდებისაკენ. ასეთი ფორმალური პოლიტიკის შედეგად შესაძლებელი ხდება როგორც მწარმოებელთა, ასევე მასობრივი კომუნიკაციის მომხმარებელთა დაკმაყოფილება: მწარმოებლები იღებენ გასაღების ფართო ბაზარს, ხოლო მომხმარებლები – ინფორმაციას, რომელიც არ წარმოადგენს მათ ნორმათა და ღირებულებათა სისტემის შემღალბავს.

დემოკრატიის პირობებში, დამოუკიდებელი მედიის არსებობის პირველი ეტაპი არის მისი სახელმწიფოს კუთვნილებისგან, კონტროლისა და უშუალო ჩარევისგან გათავისუფლება. აქედან გამომდინარე, ყველა არასამთავრობო გაზეთი ცდილობს, „დამოუკიდებელი“ ერქვას”, – აღნიშნავს ტატიანა რეპკოვა 2001 წელს პარიზში გამოცემულ ნიგნში „ახალი დროება“, და იქვე დასძენს, რომ

---

<sup>121</sup> ბუნებრივია, ჩვენ აქ მხედველობაში არ გვაქვს ის მოვლენა, რასაც ფსევდო ინფორმაციას უწოდებენ. „სრულყოფილი სურათის შექმნის ნაცვლად, ხშირად მედია უმნიშვნელო მოვლენების აბსურდულ მოზაიკას გვთავაზობს. ისინი უნდა „გვიხსნიდნენ, თუ რა ამოძრავებს... თანამედროვე მსოფლიოს და გვიჩვენებდნენ იმ კავშირებს, რომლებიც არსებობს ყოველდღიურობასა და იმ ძალების ქმედებებს შორის, ვინც საზოგადოების ბედს ქმნის, ყურადღება უნდა მიაპყრონ იმ ძირეულ ცვლილებებზე, რომლებიც ცალკეულ სფეროშია მოსალოდნელი“. ტელევიზია განსაკუთრებით არ ინტერესდება ისეთი ახალი ამბებით, რომელთაც გამოსახულებითი ეფექტი თან არ ახლავს: ცხადია, იშვიათთა შემთხვევები, როდესაც პროცესებისა და განვითარების ილუსტრირება პრობლემას არ წარმოადგენს“, ბერტრანი კლოდ-ჟან, მედია, ეთიკა და ანგარიშვალდებულების სისტემები (ხარისხის კონტროლი). ნაწილი მეორე: მედია ეთიკა; თავი II: გამოტოვებანი კოდექსში .

“სიტყვა “დამოუკიდებელი” არ ნიშნავს სრულ თვითმმართველს. როდესაც გაზეთს ამ განსაზღვრებით მოიხსენიებენ, განსაკუთრებით დემოკრატიის პირობებში, ეს იმას ნიშნავს, რომ გაზეთი დამოუკიდებელია მთავრობის კონტროლისაგან, რაც ერთობ ვიწრო განსაზღვრებაა”. და ეს მაშინ, როცა განვითარებულ ქვეყნებში ჟურნალისტური დამოუკიდებლობა წყაროებთან პიროვნული დისტანციის შენარჩუნებამდე მიდის.<sup>122</sup>

ერთ-ერთი მოლოდინი, რომელიც მაყურებელს აქვს მედიასთან დაკავშირებით, ობიექტურად გააშუქოს რეალობა. ზოგიერთი მკვლევარი ვარაუდობს, რომ თანამედროვე სამყაროში, განსაკუთრებით ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ახალი ამბების გადმოცემა, გაშუქება, მიწოდება მაყურებლისათვის უფრო ობიექტური გახდა. „ამის ერთ-ერთი მიზეზი კომუნიკაციის ახალი საშუალებებია: „თავისუფლების ტექნოლოგიებმა“ სხვა ეფექტურ საშუალებებთან ერთად ცენზურა ნებისმიერი დიქტატორისათვის თითქმის შეუძლებელი გახდა“.<sup>123</sup> თუმცა არა მხოლოდ უახლესი ტექნიკისა და ტექნოლოგიის გავრცელება, არამედ ერთ-ერთ განმსაზღვრელ მიზეზს მიმდინარე პროცესისა ჟურნალისტების პროფესიული დახელოვნების ზრდა და მათ მიერ სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების დაცვა წარმოადგენდა. კერძოდ, ახალი ამბების ობიექტურობა მიიღწევა მათი სარწმუნო – ლაკონურად გადმოცემით. და მეორე, შესაძლოა, ჟურნალისტების პროფესიონალური ზრდა მათ ბიზნესზე დამოკიდებულებას მინიმუმამდე დაიყვანს.

თუმცა ზემოთ ნათქვამს თავისი მოწინააღმდეგეები ყავს. ისინი ხაზს უსვამენ იმ გარემოებას, რომ ახალი ამბების უტყუარად, ლაკონურად გადმოცემის ნაცვლად ვრცელდება ეგ.წ. ნეოჟურნალისტიკა, რომლისთვისაც დამახასიათებელია ინდივიდუალიზმი და ფაქტების შერჩევისა და ინტერპრეტაციის მკაფიოდ გამოხატული სუბიექტურობა. ასეთი მანერით მომუშავე ჟურნალისტები ორიენტირებულნი არიან არა მოვლენების ინფორმირებულობაზე, არა-

---

<sup>122</sup> [https://bubukabu.wordpress.com/Tag/Archives: ბილ კოვაჩი ჟურნალისტიკის პრინციპები MAY 10, 2015](https://bubukabu.wordpress.com/Tag/Archives:ბილ%20კოვაჩი%20ჟურნალისტიკის%20პრინციპები%20MAY%2010,%202015)

<sup>123</sup> ბერტრანი კლოდ-ჟან, მედია, ეთიკა და ანგარიშვალდებულების სისტემები (ხარისხის კონტროლი). დასკვნითი ნაწილი

მედ მკითხველის ყურადღების მიპყრობაზე. ასეთი პოზიცია ჟურნალისტიკის ძირითად პრინციპებს – კომპეტენტურობას, ობიექტურობას, სრულად, ზუსტად, სამართლიანად და გასაგებად გამოსცეს ახალი ამბები, პასუხისმგებლობას, იღვანოს საზოგადოების განვითარებისათვის, არ პასუხობს.

ბევრი მკვლევარი უარყოფითად აფასებს მკს-ის მზარდ კომერციალიზაციას. მათი აზრით, ეს განაპირობებს მკს-ის დამოკიდებულებას მფლობელებსა და რეკლამის შემკვეთებზე. შედეგად ჟურნალისტიკის მოღვაწეობა ემორჩილება მოგების მიღების მიზანს,<sup>124</sup> ხოლო მოქალაქეთა უფლება თავისუფლად მიიღონ ინფორმაცია, იგნორირებული ხდება. რა თქმა უნდა, საშიშროება არსებობს. თუმცა კომუნიკაციის სფეროში მოღვაწე სხვა სპეციალისტების ხედვა სრულიად განსხვავებულია. მათ მიაჩნიათ, რომ თანამედროვე პირობებში დამოუკიდებლობის და აქედან გამომდინარე, ობიექტურობის შენარჩუნებისათვის მკს-ის კომერციალიზაცია აუცილებელიც კი არის<sup>125</sup>; ისინი დარწმუნებულნი არიან მკს-ის კო-

---

<sup>124</sup> ბუნებრივია, ასეთ შემთხვევაში დგება მედია ეთიკის საკითხი. „მედია ეთიკა მხოლოდ დემოკრატიის პირობებში შეიძლება არსებობდეს. ვინც ფიქრობს, რომ ადამიანებს დამოუკიდებლად აზროვნება და საკუთარი ცხოვრების წარმართვა არ ძალუძთ, ვერც თვითკონტროლის დაშვებას შესძლებს. თვითრეგულირება მხოლოდ იქ შეიძლება განიხილებოდეს სერიოზულად, სადაც გარანტირებულია სიტყვის თავისუფლება. არსებობს შედარებით წარმატებული მედია და არიან კომპეტენტური ჟურნალისტები, რომლებიც თავიანთი საქმით ამაყობენ. *ლარიბ ქვეყნებში მომხმარებლის სიმცირე რეკლამის მცირერიცხოვნებას განსაზღვრავს; შესაბამისად, მედია ლატაკი, კორუმპირებული და სახელმწიფოს მიერ კონტროლირებადია. ეს ნიშნავს, რომ ბევრ ქვეყანაში, იმისდა მიუხედავად, რომ ისინი ოფიციალურად დემოკრატიულად არიან აღიარებული, მედია ეთიკა არარელევანტურია*“, – ბერტრანი კლოდ-ჟან, მედია, ეთიკა და ანგარიშვალდებულების სისტემები(ხარისხის კონტროლი). შესავალი ნაწილი

<sup>125</sup> “გაზეთებს განვითარებისთვის ესაჭიროებათ საკუთარი ფინანსური წყარო, რომელიც, ძირითადად, რეკლამისა და ტირაჟის შემოსავლებზეა დამოკიდებული. ტირაჟიდან შემოსავალი თითქმის არც ერთ გაზეთს არ ჰყოფნის, თუმცა, ეს შემოსავლის მნიშვნელოვანი წყაროა. დამოუკიდებლობის შენარჩუნებაში რეკლამის გაყიდვა ძალზე მნიშვნელოვან როლს ასრულებს..... გაზეთის შემოსავლის მთავარი წყარო რეკლამაა და არამარტო ახალი დემოკრატიის პირობებში”, – ამბობს ტატინა რეპკოვა

მერციალიზაციის კეთილსამყოფლობაში, მის პოზიტიურ გავლენაზე ინფორმაციის ობიექტურობაზე: ინფორმაციული კაპიტალის მონოპოლიზაციას მიეყვართ ახალი ამბების ობიექტურად წარმოების ზრდასთან და მათი ხარისხის გაუმჯობესებასთან. ეს ხელს უწყობს ინფორმაციის მასობრივი მომხმარებლის მოთხოვნილებებსა და განვითარებადი ეკონომიკის ინტერესების დაკმაყოფილებას. სარეკლამო ინდუსტრიის მომხრეთა აზრით „რეკლამა ხელს უწყობს კონკურენციას, მრავალფეროვნებას, და პროდუქტის არჩევის დროს მომხმარებელს ინფორმირებული გადაწყვეტილების მიღებაში ეხმარება“.<sup>126</sup> ამ ფაქტის გათვალისწინებით ბევრი მკვლევარი ამტკიცებს, რომ ახალი ამბები უნდა შეიქმნას არა იდეოლოგიურ საფუძველზე, არამედ კომერციულზე, რადგან ახალი ამბები – ეს გაყიდვადი და ყიდვადი საქონელია. ასეთი საფუძველი უფრო მეტად უზრუნველყოფს ახალი ამბების ნეიტრალურობას, მის ობიექტურობას. მისი გავრცელებადობა უზრუნველყოფილია კერძო მენარმეობით, რომელსაც ძალუძს ქვეყნების საზღვრების გადალახვა და ინფორმაციის თავისუფალი ტრანსნაციონალური ნაკადის შექმნა, თანაც ისე, რომ გვერდი აუაროს პოლიტიკურ, იდეოლოგიურ, ეთნიკურ და სხვა უთანხმოებებს საერთაშორისო ურთიერთობებში<sup>127</sup>. მოცემულ შემთხვევაში, მასკომუნიკაცია გაიგება როგორც ჰორიზონტალური, ინტერაქტიური პროცესი და არა როგორც ინფორმაციის ერთარხიანი, ერთმიმართულებიანი (წყაროდან- მიმღებისაკენ) ვერტიკალური ნაკადი.

აშშ-ში მე-20 საუკუნის 80-იან წლებში პრესის მონოპოლიზაციის შედეგების სპეციალურმა კვლევამ აჩვენა, რომ კალიფორნიაში გამოშვებული რამდენიმე გაზეთის შერწყმის შემდეგ ახალი ამბების

---

“ახალ დროებაში”. <https://bubukabu.wordpress.com/> Tag Archives: ბილ კოვარი ჟურნალისტიკის პრინციპები MAY 10, 2015

<sup>126</sup> დეფლორი დენისი. მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისთვის. გვ. 270.

<sup>127</sup> ამ აზრის ერთგვარი გამოხატულება და დასტურიცაა „ვამინგტონ პოსტის“ ჟურნალისტის ენტონი შადიდის სიტყვები, რომელიც 2003 წელს ომის გასაშუქებლად ერაყში გაემგზავრა და რომელმაც 2004 წელს პულიცერის პრემია მოიპოვა როგორც საუკეთესო საერთაშორისო რეპორტიორმა: “მე ყოველთვის ვგრძნობ თავს არაბად ამერიკაში და ამერიკელად არაბულ სამყაროში”. <https://bubukabu.wordpress.com/> Tag Archives: ბილ კოვარი ჟურნალისტიკის პრინციპები MAY 10, 2015

გაშუქება უფრო ნეიტრალური და ობიექტური გახდა. ასეთი შედეგები იმით აიხსნება, რომ ჟურნალისტები განთავისუფლდნენ მრავალრიცხოვანი გამომცემლებისა და საზოგადო მოღვაწეების ზეწოლისაგან (მაშინ, როდესაც შერწყამდე მათი ზეწოლით ხდებოდა ინფორმაციის აშკარა დამახინჯება). დიდ საგაზეთო კონცერნებში ჟურნალისტებს ძალუძთ ამაღლდნენ ლოკალურ ინტერესებსა და სიმპატიებზე და სამყარო უფრო ფართოდ დაინახონ, გაცილებით ფართოდ, ვიდრე ამას მათი კოლეგები ახერხებენ ადგილობრივი პრესიდან.

ისევე როგორც საზოგადოება, მედიაც ცოცხალი ორგანიზმია. ის როგორც „საზოგადოებრივი გუშაგი“ („მოდარაჯე ნაგაზი“) სარკისებურად ირეკლავს როგორც სოციუმში მიმდინარე მოვლენებსა და ფაქტებს, ასევე მისი განვითარების ტენდენციებს და მიმართულებებს. სწორედ ამ კუთხით საინტერესოა სტენფორდის უნივერსიტეტის პროფესორების ფ.სიბერტის, უ. შრამის და თ. პეტერსონის ნაშრომი „პრესის ოთხი თეორია“, რომელიც 1956 წელს აშშ-ში გამოქვეყნდა და რომელიც დღემდე ინარჩუნებს თავის აქტუალურობას. ოთხივე თეორია ითვალისწინებს იმ ისტორიულ კონტექსტს, იმ გამომცემლებს, რომელიც სიტყვის თავისუფლებისათვის და ცენზურის წინააღმდეგ ბრძოლის შედეგად დაგროვდა. ნაშრომის ავტორები ამოდიან რა თეზისიდან: „მედია ყოველთვის იცვლის ფორმას და იღებს იმ სოციალურ და პოლიტიკური სტრუქტურების ელფერს, რომელშიც მას უწევს ფუნქციონირება“<sup>128</sup>, განსახვავებენ მედიის ფუნქციონირების ოთხ მოდელს, რომელთაგან თითოეული შეესაბამება განსაზღვრულ სოციალურ სისტემას.

#### 1. ავტორიტარული თეორია (authoritarian theory);

---

<sup>128</sup> Сиберт Ф., Петерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. გვ. 25. ავტორები ხაზგასმით აღნიშნავენ, რომ მოცემული საზოგადოების სოციალურ-პოლიტიკური სტრუქტურა და მის მიერ კონსტრუირებული გაბატონებული საზოგადოებრივი ცნობიერების ხარისხი, ახდენს მასობრივი კომუნიკაციის რეგლამენტირებას. და კიდევ ერთი შენიშვნა: ავტორების აზრით, ეს ოთხი მოდელი სავსებით შესაძლებელია დავაჯგუფოთ. კერძოდ: ავტორიტარულ და ლიბერტარიანულ მოდელებად, რადგან საბჭოთა კომუნისტური არის ავტორიტარული მოდელის გაგრძელება, ხოლო სოციალური პასუხისმგებლობის თეორია – ლიბერტარიანული იდეების განვითარება თანამედროვე მსოფლიოში.

2. ლიბერტიარიანული თეორია (libertarian theory);
3. სოციალური პასუხისმგებლობის თეორია (social responsibility theory);

4. საბჭოთა კომუნისტური თეორია. მოკლედ განვიხილოთ თითოეული, თუმცა არა ქრონოლოგიურად, არამედ შინაარსობრივად.

*ავტორიტარული თეორია* – სათავეს იღებს მე-17 საუკუნიდან, სწორედ იმ პერიოდიდან, როცა ევროპაში ჩნდება რეგულარულად გამომავალი პირველი მასობრივი კომუნიკაციის საშუალება – გაზეთი. სახელმწიფო მონყობის მხრივ ავტორიტარული მოდელი კარგად ერგება აბსოლუტური მონარქიის მმართველობას, რომელიც გულისხმობს ერთპიროვნულ მმართველობას. ასეთი ტიპის მოდელი ითვისების ნიშნებს საზოგადოებაში არსებული ყველა სოციალური ინსტიტუციისა თუ ორგანიზაციის ხელისუფლებისადმი უსიტყვო, შეიძლება ითქვას მონურ მორჩილებას<sup>129</sup>. აქედან გამომდინარე, ავტორიტარული მოდელის პირობებში მედია წარმოადგენს სახელმწიფო ძალაუფლების ინსტრუმენტს; მისი ძირითადი ფუნქციაა სახელმწიფო პოლიტიკის მხარდაჭერა და ხელისუფლების სამსახურში დგომა; მედიის „თავისუფლებას“ განსაზღვრავს მასობრივ საინფორმაციო საშუალებებზე მონოპოლია, მედიის ლიცენზირებული საქმიანობა და აკრძალული მასალების გავრცელებაზე სისხლის სამართლებრივი დევნა. მედიის განვითარების კვალდაკვალ – ადრეული ეტაპებიდან დაწყებული ვიდრე მე-19 საუკუნის 60-იანი წლებით დამთავრებული, სახელმწიფოს მხრიდან მასზე პირდაპირი თუ ირიბი კონტროლის მექანიზმის ამოქმედებით, გაჩნდა მოსაზრება, რომ თანამედროვე საზოგადოებაში ავტორიტარული მოდელი არააქტუალური იქნებოდა, თუმცა იგი ხელახლა დაიბადა მე-20 საუკუნეში როგორც *საბჭოთა*

---

<sup>129</sup> ყველაზე დიდ ფასეულობად ცხადდება სახელმწიფო, ინდივიდს საკუთარი თავის რეალიზება შეუძლია მხოლოდ როგორც საზოგადოების წევრს; ცოდნა ხელმისაწვდომია მხოლოდ „ბრძენთათვის“ და ამიტომ მათი აზრი მთელი სოციუმისთვის ხდება ნორმა; ნორმაში იგულისხმება ერთსულოვნება, რომელიც მიიღწევა მხოლოდ მუდმივი კონტროლისა და ზედამხედველობის პირობებში და ბოლოს: ყოველივე ზემოთქმულადან გამომდინარე, მედია უნდა იდგეს სახელმწიფოს სამსახურში და თავისი საქმიანობით ზიანი არ უნდა მიაყენოს გაბატონებულ ძალაუფლებას, ხელისუფლებას და დანესებულ ნესრიგს.

კომუნისტური მოდელი და რომელიც დღესაც წარმატებით ფუნქციონირებს პოსტსაბჭოთა სივრცესა და ზოგიერთ ქვეყანაში.

საბჭოთა კომუნისტური მოდელის თეორიულ საფუძველს წარმოადგენდა მარქსიზმ-ლენინიზმი მის საბჭოურ ვარიანტში; ძირითადი მიზანი იყო სოციალიზმის სისტემის, მისი მიღწევების და პარტიის დიქტატურის მხარდაჭერა; მედიას ეკრძალებოდა პარტიის გენერალური ხაზის კრიტიკა<sup>130</sup>. ამიტომ, მასობრივი კომუნიკაციის საბჭოთა მოდელს განსაზღვრავდა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებზე სახელმწიფოს მონოპოლია და ტოტალური კონტროლი, მსკ-ის ერთადერთ მესაკუთრედ ცხადდებოდა სახელმწიფო; ფაქტობრივად, „გასახელმწიფოებული“ პრესა, რადიო და ტელევიზია „კოლექტიური პროპაგანდისტის ინსტრუმენტის, აგიტატორისა და ორგანიზატორის“ როლში აღმოჩნდა.<sup>131</sup> თუ რამდენად დიდი იყო მედიაზე კონტროლი სახელმწიფოს მხრიდან, ამ მაგალითიდანაც ცხადი ხდება: საბჭოთა იდეოლოგია, 1947-1982 წლებში საბჭოთა კავშირის კომპარტიის ცენტრალური კომიტეტის მდივანი ამხანაგი მიხეილ სუსლოვი ამბობდა: „წარმოიდგინეთ, დილით ვშლი „იზვესტიას“ და არ ვიცი, რას წავიკითხავ“. მისთვის წარმოუდგენელი იყო, რომ წინასწარ არ სცოდნოდა, რას წაიკითხავდა ქვეყნის მთავარ გაზეთში“.<sup>132</sup>

ლიბერტარიანული თეორია – ეს თეორია ავტორიტარული თეორიის საპირისპიროა და წარმოიშვა როგორც მისი ოპოზიცია. ის ორი საუკუნის განმავლობაში წარმოადგენდა აშშ-ისა და ბრიტანეთის ჟურნალისტიკებისათვის ძირითად ეთიკურ ორიენტირს. ლიბერტარიანული თეორია პრესას განიხილავდა ხელისუფლების კონტროლისა და მოსაზრებათა თავისუფლად გამოხატვის საშუალებად. ამ მოდელის თეორიულ საფუძველს წარმოადგენდა დ. მილტონის, დ. ლოკის, ი. ბენტამისა და დ. მილის ნაშრომები<sup>133</sup>; ამ თეო-

<sup>130</sup> Сиберт Ф., Петерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. გვ. 64-65

<sup>131</sup> ნინო შოშიტაიშვილი, ტელემედიის თავისუფლება და დამოუკიდებლობა პოსტრევოლუციურ (2003-2009) საქართველოში. 2010 [https://www.tsu.ge/data/file\\_db/faculty\\_social\\_political/soc%20nino%20shoshita.pdf](https://www.tsu.ge/data/file_db/faculty_social_political/soc%20nino%20shoshita.pdf)

<sup>132</sup> მარინე ვეკუა, ჟილ რუე, ჟურნალისტიკა. გვ. 129

<sup>133</sup> ამ მოაზროვნეებმა შეიმუშავეს ლიბერტარიანული მოდელის ძირითადი პრინციპები: 1) ყველა ინდივიდისათვის ინფორმაციის გავრცელება უნდა იყოს ხელმისაწვდომი წინასწარი ნებართვისა თუ ლიცენზირების გარეშე;

რის მიხედვით, პრესის ძირითადი მიზანი იყო ჭეშმარიტების ძიება და სახელმწიფოს კონტროლი, ასევე ინფორმირებულობა, გართობა და ინფორმაციის გაყიდვა; პრესას ეკრძალებოდა ცილისწამება, უხამსობა და საომარი მოქმედებების დროს ანტისახელმწიფოებრივი პროპაგანდა; საკუთრების ფორმა ძირითადად კერძო იყო. აქედან გამომდინარე, ლიბერტიარიანული თეორიის თანახმად, პრესა წარმოადგენს როგორც მთავრობაზე კონტროლის, ასევე საზოგადოების სხვა მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების მექანიზმს. ამ მოდელის განსაკუთრებულობა ისაა, რომ იგი უზრუნველყოფს ხელისუფლების საქმიანობაზე მედიის კონტროლის შესაძლებლობას, ისე როგორც ამას ვერ ახერხებს ვერც ერთი სხვა ინსტიტუტი, მაშინ როცა სახელმწიფოს ჩარევას მედიის საქმიანობაში დაუშვებლად მიიჩნევს. ლიბერტიარიანული მოდელის მიხედვით, მედია არის „დემოკრატიის სადარაჯოზე“. ლიბერტიარიანული მოდელი, ფაქტობრივად, წარმოადგენს თავისუფალი პრესის თეორიას, მედია სრულიად თავისუფალია.

ლიბერტიარიანულმა მოდელმა თავისი განვითარება პოვა მასმედიის *სოციალური პასუხისმგებლობის მოდელში*, რომელიც XX საუკუნის 50 წლებში წარმოიშვა როგორც პასუხი გამონწვევაზე: რამდენად დგას მედია საზოგადოების სამსახურში. ამ თეორიის თანახმად პრესის მთავარი ფუნქციაა საზოგადოების ინტერესების დაკმაყოფილება და მის წინაშე ანგარიშვალდებულება. ძირითადი მიზანია: ა. კონფლიქტის (შეიძლება ითქვას) გადაყვანა განხილვების დონეზე: მსკ როგორც შეხედულებათა და მიდგომათა გაცვლის პროცესი და ბ. ინფორმირებულობა, გართობა და ინფორმაციის გაყიდვა; პრესას ეკრძალება სერიოზული ჩარევა როგორც პიროვნების უფლებათა (ყოველ ადამიანს აქვს საკუთარი, კერძო ცხოვრების უფლება), ასევე სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი საზო-

---

2) ხელისუფლების, ოფიციალური ორგანოების და პოლიტიკური პარტიების კრიტიკა არ უნდა იყოს დასჯადი; 3) მედიაპროდუქტზე ცენზურა აღიქმება, როგორც საინფორმაციო საშუალებებისათვის მასალის მოპოვების დროს ხელშეშლა; 4) მასმედიის მასალების გავრცელება არ უნდა იზღუდებოდეს სახელმწიფოს საზღვრებით; 5) მასკომუნიკაციის ინსტიტუციის შიგნით ჟურნალისტები უნდა იყვნენ დამოუკიდებელი, პრესასა და სახელმწიფოს/ძალაუფლებას შორის მთავარი მსაჯული უნდა იყოს სასამართლო. Сиберт Ф., Петерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. გვ. 64-65



გადოებრივი ინტერესების (სამხედრო საიდუმლოება) სფეროში. აქედან გამომდინარე, სოციალური პასუხისმგებლობის თეორიის თანახმად, მკს უნდა გახდნენ სოციალურად პასუხისმგებელნი, წინააღმდეგ შემთხვევაში ვინმემ უნდა აიძულოს ისინი, გახდნენ ასეთები. ამ თეორიის ძირითადი პრინციპებია: „ 1.პრესამ უნდა გამოიწვიოს ფაქტი და კომენტარი; 2.პრესა უნდა იყოს თავისუფალი ფორუმი განსხვავებული მოსაზრებების გამოსახატავად; 3.პრესამ უნდა წარმოაჩინოს საზოგადოების სხვადასხვა სოციალური ჯგუფის შეხედულებები; 4.პრესა უნდა იდგეს საზოგადოების სამსახურში და საზოგადოებრივი ფასეულობების სადარაჯოზე; 5.პრესამ უნდა უზრუნველყოს აზროვნების ყოველგვარი გამოვლინების ხელმისაწვდომობა. ამავე თეორიის თანახმად, მედია უნდა იყოს თვითრეგულირებადი და ხელმძღვანელობდეს პროფესიული ეთიკის კოდექსებით; რაც მთავარია, მთავრობას უნდა შეეძლოს მედიის საქმიანობაში ჩარევა მისი პასუხისმგებლობის გაზრდისა და საზოგადოებრივი ინტერესების დაცვის მიზნით. სწორედ ეს არის დიდი განსხვავება ლიბერტარიანული და სოციალური პასუხისმგებლობის თეორიებს შორის“.<sup>134</sup>

რა ხდება ამ კუთხით საქართველოში. ჩვენი აზრით, მიუხედავად მონოპოლიზაციისა და კომერციალიზაციისა, ძნელად, თუმცა მაინც შეიმჩნევა პროგრესი – სწრაფვა ობიექტურობისა და სოციალური პასუხისმგებლობისაკენ. განსხვავებით 2003 წლისგან, როდესაც კლოდ ჟან ბერტრანმა ევროსაბჭოსთვის გაკეთებულ ანგარიშში დაწერა: „სავსებით ბუნებრივია, რომ ყოფილ საბჭოთა ქვეყნებში ჟურნალისტები მიდრეკილნი არიან უარყოფნა „სოციალური პასუხისმგებლობა“, როგორც სახელმწიფო კონტროლის შელამაზებული ფორმა, შესაბამისად ისინი უარყოფენ ეთიკის კოდექსებს“,<sup>135</sup> საქართველოში ვითარება ნელა, თუმცა ეტაპობრივად და თანმიმდევრულად იცვლება. ამის დასტურია ის ფაქტი, რომ შეიქმნა თვითრეგულირების ინსტიტუციონალური მექანიზმები: მაუწყებლობის შესახებ კანონი, მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი, ჟურნალისტური ეთიკის ქარტია. სულ უფრო მეტად ფართოვდება განსხვავებული აზრის/შეხედულებების

<sup>134</sup> მარინე ვეკუა, ჟილ რუე, ჟურნალისტიკა. გვ. 130

<sup>135</sup> მედია ეთიკა და პროფესიული სტანდარტები. 10 საქმე 2013 წლის პრაქტიკიდან. მედიის განვითარების ფონდი. MDF. გვ. 7

ბების/პოზიციების გამოთქმის/დაფიქსირების სპექტრი. ინფორმაციულ-პროპაგანდისტული მსჯელობების გვერდით სულ უფრო მეტად ვისმენთ და უფრო ფართოდაა წარმოდგენილი დამოუკიდებელი/თავისუფალი მსჯელობები. ეს ვითარება გარკვეულწილად განპირობებულია იმით, რომ სამოქალაქო სექტორი, სამოქალაქო მოძრაობები საკმაოდ აქტიურად არიან ჩართულნი ქვეყანაში მიმდინარე სოციალურ პროცესებში. ეკოლოგიურ, ქალთა, რელიგიურ, საგანმანათლებლო და სხვა არსებულ მოძრაობებს ყავთ მომხრეებისა და აქტივისტების სოლიდური რაოდენობა. ესაა საფუძველი იმის, რომ სამოქალაქო მოძრაობები მსკ-ში დამოუკიდებელ აქტიურ კამპანიებს ატარებენ, რითაც ფართოვდება განსხვავებული აზრის გამოთქმის სპექტრი და ხდება მოსახლეობის ცნობადობის გაზრდა.

მთლიანობაში ტელეკომუნიკაციები, განსაკუთრებით ინტერნეტი, დღეს უზრუნველყოფენ აუცილებელ გლობალურ კავშირს. ინტერნეტ საშუალებები, რომლებიც ადაპტირებულნი არიან სხვადასხვა ჯგუფების მოთხოვნებთან, უზრუნველყოფენ ინფორმაციული რესურსების წვდომას, ურთიერთობას და გაცვლას სხვადასხვა ადამიანებთან სხვადასხვა ქვეყანაში. კომუნიკაციის ასეთი სახის სარგებელი ამკარაა: ის ძლევს დროით და გეოგრაფიულ ბარიერებს; ინტერაქტიური და მოქნილია; არ ექვემდებარება ცენზურას; მინიმალური დანახარჯით უზრუნველყოფს ინფორმაციის გადაცემის მაღალ სიჩქარეს; ამცირებს კომუნიკატორთა სტატუსურ განსხვავებებს; ინტერნეტ-კავშირის განვითარებითა და მისდამი წვდომის გაზრდით საზოგადოებაში ინფორმაციული პლურალიზმის ხარისხი იზრდება.

ამრიგად, მასობრივი კომუნიკაციის ქვეშ იგულისხმება სოციალური კომუნიკაციის სახესხვაობა, რომლის დროსაც ინფორმაციის მიმღები არის დიდი, არაერთგვაროვანი და შესაბამისად, მრავალფეროვანი და სივრცეში „განფენილი“ აუდიტორია<sup>136</sup>.

---

<sup>136</sup> ის ფაქტი, რომ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები უდიდეს გავლენას ახდენენ ადამიანის სოციალურ ქცევაზე და დიდ წილადაც განაპირობებენ მისი ქცევის მოდელს, ამის შესახებ საინტერესო აზრს აწვითარებს სტენფორდის უნივერსიტეტის პროფესორი ალბერტ ბანდურა. იხ. Bandura Albert. (2001) Social Cognitive Theory of Mass Communication. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. pp. 266-293.

## 2.2. მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების სოციოდინამიკური თეორია აბრაამ მოლის მიხედვით

აბრაამ მოლი (1930-1992) გახლავთ მსოფლიო სახელის მქონე ფრანგი მეცნიერი. იგი სოციოკულტურულ პროცესების შესწავლას ინტეგრირებული ანალიზის მეთოდით ცდილობდა. თავის პრაქტიკაში წარმატებით შეათავსა საბუნებისმეტყველო და ჰუმანიტარული ცოდნა (იყო ფიზიკოსი, ფილოსოფოსი, კულტუროლოგი). სადოქტორო დისერტაცია დაიცვა 1966 წელს თემაზე „ინფორმაციის თეორია და ესთეტიკური აღქმა“.

აბრაამ მოლი იმთავითვე ხაზს უსვამდა კულტურის ქმნადობაში კომუნიკაციის განსაკუთრებულ როლს. კულტურა გვეძლევა ორი სექტორის ურთიერთქმედებით, ესენია კულტურის მომხმარებლები და კულტურის შემოქმედნი. კულტურის შემოქმედი, მხოლოდ საზოგადოების მოთხოვნილებების გათვალისწინებით რომ ქმნიდეს პროდუქტს, საზოგადოება პროგრესისაკენ მიმავალ გზაზე ჩიხში შევიდოდა. კულტურის შემოქმედები არიან თავისებურად მესაჭეები, გემის მიმართულებას ისინი განსაზღვრავენ. თუმცა ზედმეტი დეტერმინირებულობის დაშვებით „თავისუფლებისთვისაც“ არ უნდა გამოგვრჩეს ნიშის დატოვება. მის გარეშე „ღია საზოგადოება“ ცარიელ ცნებად დაგვრჩება.

ეს პრობლემა არის საგანი კულტურის სოციოდინამიკური შესწავლისა. ჩვენს ეპოქაში, როდესაც კულტურის დიდი წილი გადაეცემა და ვრცელდება მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების მეშვეობით, იგი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას შეიძენს. ადამიანები, რომლებიც დგანან მასობრივი კომუნიკაციის სათავეებში უნდა ფიქრობდნენ ამ საშუალებების შემდგომ ბედზე და განსაზღვრავდნენ „პოლიტიკას“, დოქტრინას, რომლითაც უნდა ხელმძღვანელობდნენ თავიანთი მოღვაწეობისას. მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები იმყოფება ხელმძღვანელების ხელში, პირთა ვინრო წრეში, „პატრონაჟის ჯგუფები“ (gates keepers). მათ აქვთ შესაძლებლობა ზეგავლენა მოახდინონ საზოგადოების განვითარებაზე. ეს ზეგავლენა ნაწილობრივ ფულის ძალაუფლებასთანაც არის დაკავშირებული.

აბრაამ მოლი ამბობს, პირველ შეკითხვას, როგორ ფუნქციონირებენ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები, მოჰყვება მეორე,

როგორ უნდა მოვეპყროთ მათ. რადიო და ტელევიზია, კულტურის ეს უმსხვილესი მანქანები, ტექნოკრატის ერაში აღმოჩნდა მენარმეების და მენეჯერების ხელში. გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ რომ ტექნოკრატებს ხშირად არ ესმით მათთვის დაკისრებული როლის სიმძიმე. ისინი ხშირად არათანმიმდევრულ პოლიტიკასაც ატარებენ. გავრცელებული შეხედულების საპირისპიროდ, მიუხედავად იმისა, რომ განეკუთვნებიან ელიტას, აუცილებელი არაა იყონ ფულის ძალაუფლებით შერყვნილი. სრულიად მოსალოდნელია რომ იყონ „კეთილი ნების“ ადამიანები. მაგრამ აქ იბადება შეკითხვა, რაზეა მათი კეთილი ნება მიმართული? ეს ეხება მასობრივი კომუნიკაციის ყველა სახეობას. განსაზღვრული მიზნით და მთელი კაცობრიობის მასშტაბით მათგან მცირედი თუ ახორციელებს გადამჭრელ ქმედებათა რიგს. საპირისპირო იდეალების გავრცელების გამო აღმოცენდება უნესრიგობა, რასაც ერთგვარი დაცვითი ფუნქცია აკისრია და განმუხტავს ტექნოკრატის დიქტატურას.

აბრაამ მოლი მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებიდან უპირატესად მიიჩნევს რადიოსა და ტელევიზიას და სურს მათი მნიშვნელობა მოაქციოს რიგ დოქტრინებში. ესენია:

1. დემაგოგიური დოქტრინა.
2. დოგმატიკური დოქტრინა.
3. ეკლექტიკური ანდა კულტურალისტური დოქტრინა.
4. სოციოდინამიკური დოქტრინა.

აბრაამ მოლი ცალკე აჯგუფებს რადიოსა და ტელევიზიის არხებს.

რადიოს წინაშე მდგარი ერთერთი მეტნაკლებად მუდმივი და მთავარი პრობლემაა, მისი საკუთარი მიზნებისა და ღირებულებათა საკუთრივი ტაბულის განსაზღვრა. ეს პრობლემა განსაკუთრებულ აქტუალობას შეიძენს განვითარებადი ქვეყნების კულტურათა დიდი რიცხვის აღორძინების კვალდაკვალ. რადიომაუნყებლობის ტექნიკური პრობლემები დღეისთვის მეორე პლანზე გადადიან. ინჟინერს თუკი ეუბნებიან, „გვინდა გვეკონდეს“ და მიუთითებენ ამისთვის რა სახსრებს გამოუყოფენ, მას შესწევს უნარი შეიმუშაოს და დააფუძნოს შესაბამისი ტექნიკური პროექტი. იგი განსაზღვრავს რადიო-სადგურების რაოდენობას, მათ სიმძლავრეს, გაცემებისათვის საჭირო დროის მოცულობას, ტალღების სიგრძეს, გეოგრაფიულ განლაგებას და ა.შ. დღეს მთავარი პრობლემა სხვა

რამეში მდგომარეობს. უფრო მნიშვნელოვანია როგორ გავიგოთ თუ რა გადავცეთ! ესაა პროგრამასა და რადიომსმენელებს შორის მიმართების პრობლემა, საბოლოო ჯამში ესაა კულტურის პრობლემა. ჩვენ უნდა გავარკვიოთ, როგორ უნდა იყოს ორგანიზებული „რადიონარმოების“ სისტემა. სხვა სიტყვებით ამას ქვია რადიოსა და ტელევიზიის თეორიის პრობლემა.

რადიოს ზეგავლენა საზოგადოებაზე ბოლომდე მაინც არაა დადგენილი. დიდი ხანია, რაც რადიო შეისწავლის შესაძლებლობათა ველს, რომელიც განისაზღვრება მისი პროდუქციის სტილითა და ჟანრით. რაღაც ეტაპზე რადიოსთვის არსებითი იყო ტელევიზიის მხარიმხარ მისი როლის განსაზღვრება. რადიო ესაა კომუნიკაციის ველი, რომელიც უზრუნველყოფს ინდივიდუუმებსა და საზოგადოებას შორის მუდმივი ანდა „ფაკულტატიური“ კავშირის რეალიზებას.

საინტერესოა თუ როგორ განსაზღვრავს აბრაამ მოლი ე.წ. დემაგოგიურ დოქტრინას. პირველი დოქტრინა, რომელიც რადიოსთან ერთად აღმოცენდა, ატარებდა ძალზედ დემაგოგიურ ხასიათს. რადიოს მოსმენით თრობის პერიოდმა (დისტანციაზე ურთიერთობის ამ ახალი მოვლენით) მალე ჩაიარა. რადიო გადაიქცა ინდივიდუუმის სოციალურ ველთან კავშირის სისტემად, გახდა ელემენტი ამ ველისა. რადიოს ტექნიკური ასპექტი გადავიდა მეორე პლანზე. თავისი სოციალური როლის თვალსაზრისით რადიომიმღები არაფრით არ განსხვავდება რადიოპროდუქტისაგან, რომელიც სისტემას მავთულების საშუალებით არის მიერთებული.

რადიოს როლის პირველი ინტერპრეტაცია უკავშირდება სარეკლამო ველის გაგებას. ამ თვალსაზრისით, რადიო წარმოადგენს სისტემას, რომლის დანიშნულებაცაა ინდივიდუუმში სიამოვნების გრძნობით გამყარებული ეკონომიკური მოტივაციების ფორმულირება<sup>137</sup>. იგია საშუალება ხანგრძლივობის „მკვდარი სივრცეების“ შევსებისა. კაპიტალისტურ ქვეყნებში კერძო რადიომაუწყებლობის მექანიზმი მხარს უნდა უჭერდეს პროგრამის „მიმზიდველობის კოე-

---

<sup>137</sup> სიამოვნების გრძნობით გამყარებული ეკონომიკური მოტივაციების ფორმულირებაზე ფრანგი სოციოლოგი და პოსტმოდერნისტი ჟან ბოდრიარი საუბრობს თავის ნაშრომში, „ნივთთა სისტემა“ (Бодрийяр Жан, „Система вещей“, 2001, Москва, Издательство “Рудомино“). ის აქ აკონკრეტებს, რომ რეკლამის დანიშნულებაა ხიბლში ჩაგვაგდოს და შემდეგ კი გვაცდუნოს გავხდეთ რაიმე კონკრეტული პროდუქტის მომხმარებელი.

ფიციენტსა“ და სარეკლამო შეტყობინებას შორის მუდმივ წონასწორობას, რომელიც იქმნება ე.წ. „გრძნობათა ინჟინრების“ მიერ. აბრამ მოლი შენიშნავს, რომ „გრძნობათა ინჟინრები“ ემოციებზე ზემოქმედების კარგი სპეციალისტები არიან.

ზემორე ინტერპრეტაცია გვეხმარება გავიგოთ რადიომაუწყებლობის პრობლემები და უშუალო პოლიტიკა. რა გზით შეიძლება მოვიზიდოთ და შემდეგშიც შევინარჩუნოთ მსმენელთა დიდი ოდენობა? წარმატების სიდიდეს განსაზღვრავენ შემდეგი მაჩვენებლები, „სმენის დრო X მსმენელთა რიცხვი“. აუცილებელია ვიცოდეთ როგორი უნდა იყოს რადიოს პოლიტიკის საბოლოო მიზანი. შემდეგ ცხადია შეიძლება რადიოგადაცემების საზოგადოებრივ აზრზე და რადიომსმენელების ქცევაზე ზეგავლენის შესწავლა. ისეთი ფაქტორების ერთობლიობა, როგორცაა რადიოპროდუქტის ზოგიერთი სახეების წარმატების დონე, რადიომსმენელთა ფოსტა, წამყვანების ზეგავლენა და მსგავსი, ქმნიან სისტემის ჯანმრთელობის მდგომარეობის შესახებ მუდმივ ბიულეტენს.

„დემაგოგიური დოქტრინის“ კრიტერიუმი არის მსმენელთა უმეტესობის მეტნაკლებად დაკმაყოფილება. სწორედ ამ დოქტრინას ვიქონიებთ მხედველობაში, როდესაც რადიოს განვიხილავთ სარეკლამო ველის მარტივ ტექნიკურ საშუალებად, დაახლოებით ისეთივედ, როგორცაა სარეკლამო ფურცლები და აფიშები. ისმის შეკითხვა, ამ თვალსაზრისიდან გამომდინარე რაში მდომარეობს რადიოსა და ტელევიზიის არსი? რადიომსმენელებისა და ტელემაყურებლების გონებაში უნდა ჩაიბეჭდოს სტერეოტიპული შეტყობინებების რალაც რაოდენობა, მათი ყურადღება უნდა მიიზიდოს “Features” – გასართობი ელემენტების დახმარებით. ეს უკანასკნელნი შემდეგი პრინციპით არიან არჩეული – ადამიანთა დიდ უმრავლესობას სიამოვნება უნდა მიანიჭონ. სტიქიური უბედურებები, რევოლუციები, პასტორალური სიმფონიები ანდა ატომური ენერგია – ეს ყველაფერი ამ აუდიოვიზუალურ აფიშაზე დადებული ფერადი საღებავებია. რადიოს მოღვაწეობის რეალური საფუძველი (patern) არის „სარეკლამო სტრუქტურა“. იგი მთელი დროის მანძილზე არის მსხვილი მასშტაბით ერთადერთი და მუდმივი „გეშტალტი“, რომელიც წყაროდან მიმღებს მართლაც უნდა გადაეცეს.

ცხდია, ეს დოქტრინა შეზღუდულ ხასიათს იქონიებს. ის წმინდა სახით არცერთ ადამიანში არ არსებობს, ადამიანში, რომელიც

მართავს კომუნიკაციის მოცემულ საშუალებებს. ამ დოქტრინამ ყველაზე ფართო გავრცელება ჰპოვა ამერიკის შეერთებულ შტატებში, კერძო რადიომაუწყებლობის პროგრამებში, რომელთა მიზნები წმინდა ეკონომიკურ ხასიათს ატარებდნენ. თუმცა მისი რეალიზაციის ბევრი მაგალითი ევროპაშიც მოგვეპოვება.

აბრაამ მოლის თანახმად, რადიომაუწყებლობისთვის მნიშვნელოვანია:

1. შეტყობინებაში დაცული იყოს სიცხადის კრიტერიუმი. იგი უნდა იყოს იმ სოციალური ფენის, რომელიც გახლავთ შეტობინების ადრესატი, ინტელექტის საშუალო დონეზე 10 პუნქტით დაბალი.
2. რადიომსმენელისაგან კატეგორიულად არ შეიძლება მეხსიერების დაძაბვის მოთხოვნა, რაიმე ძალისხმევის მოთხოვნა.
3. პროგრამა იმგვარად უნდა იყოს ორგანიზებული, რომ ნებისმიერ რადიომსმენელს ნებისმიერ მომენტში შეეძლოს მიუერთდეს ან „გავიდეს“ მისგან 6-8 წამის შუალედში, ვინაიდან მომენტალური მეხსიერების მოცულობა სწორედ რომ 6-8 წამია.

აქედან გამომდინარეობს შემდეგი: ნებისმიერი პროგრამა არის მიკროიდების მოზაიკა, რომლებიც არის 6-10 წამში გამოთქადაი. ამ მოზაიკის ელემენტებს შორის კავშირი ძალზედ მსუბუქია...

რადიომაუწყებლობის პროგრამების შედგენასთან დაკავშირებულ კულტურულ მოღვაწეობას ბუნებრივია აბსოლუტურად არ ახასიათებს შემოქმედითობა. ავტორები საკუთარ სფეროში მას ძალზედ იშვიათად მიმართავენ. თუმცაღა, ცნობილია, რომ ინტელექტუალური შემოქმედება არის მნიშვნელოვანწილად აზროვნების ფორმების „ექსპლუატაციის“ სისტემა, ერთი სფეროდან მეორეში გადატანის ხელოვნება. შემოქმედი ინდივიდები – ხდება ხოლმე – სესხულობენ იდეებს, ანუ აკოპირებენ ორიგინალებს მათი სფეროდან და გადაისვრიან სხვა სფეროში, სადაც ადრე ბანალური იდეები ასეთებად უკვე აღარ ჩანან. ეს აბრაამ მოლის თანახმად მოზაიკური კულტურის ერთ-ერთი დადებითი ასპექტია.

მოვიყვანოთ მაგალითი მუსიკის სფეროდან. აღიარებული გახდა ჯონ ჯეიჯის კონცერტი რამდენიმე ინსტრუმენტისა და 17 რადიომიმღებისთვის (თითოეული დამონტაჟებული იყო საკუთარ სადგურზე და ჩაირთო დირიჟორის მიერ საჭირო მომენტში). აქ ჩვენ ვაწყდევ-

ბით ანალოგიას შვიტერსისა<sup>138</sup> და დადაისტების კოლაჟებთან და დეკოლაჟებთან. ხაზი უნდა გაეუსვათ, რომ აქ ხმოვანი შეტყობინება სრულიად შორდება თავდაპირველ მიზანს, რომლისთვისაც იგი შეიქმნა და დაყვანილია ნედლეულის მდგომარეობამდე.

როდესაც მუშაობს კულტურის ელემენტებთან, ცხადია მსგავსი „დემაგოგიური პროგრამების“ გამოყენების სხვაგვარი საშუალებაც ეძლევა შემოქმედს. ის ემგვანება ხელოვანს, რომელიც მეძველმანის დუქანში შესულა და ძველი ნივთების გროვაში ეძიებს „დაკარგულ მარგალიტებს“. რადიოსადმი შემოქმედებითი მიდგომა სწორედ რომ კულტურის ბაზარზე „მარგალიტების ძიებაა“.

მთავარი მახასიათებელი ზემოხსენებული შემოქმედებითი მანერისა არის მასობრივი კომუნიკაციის სისტემის მისი უშუალო მიზნისგან განყენება. თუმცა სწორედ ეს აცდენა მათი მოქმედების დადებით კოეფიციენტს დაბლა სწევს. ე.წ. შემოქმედებითი მანერის შედეგი საბოლოო ჯამში მხოლოდ ნახევარფაბრიკატია. თანამედროვე სიმფონიური მუსიკის მხატვრული ნაწარმოებები გაცოცხლებული პოპულარულ რადიოპროგრამებში წარმოადგენენ იშვიათად გამონაკლისს, რომლებიც მუსიკის განვითარებაზე არავითარ ზეგავლენას არ ახდენენ.

შემდეგ ჯერზე აბრაამ მოლი უკვე განიხილავს დოგმატიკურ დოქტრინას. მეორე დოქტრინა, რომელსაც ჩვენ ვაწყდებით რადიომაუწყებლობის პროგრამების შესწავლისას, არის სწორედ დოგმატიკური. კომუნიკაციის სისტემა იმყოფება ადმინისტრაციული საბჭოს ხელში. იგი ფლობს ღირებულებათა ზუსტ შკალას, რომელიც საკმაოდ განსხვავებულია უბრალოდ რეკლამის რუპორად ყოფნისგან. რადიომაუწყებლობა ემსახურება პოლიტიკურ პარტიას, რელიგიურ მიმდინარეობას თუ სახელმწიფოს. მათ კი სურთ სამყაროს შეცვლა განსაზღვრული იდეოლოგიის შესაბამისად.

ეს სისტემა (იგულისხმება დოგმატიკური ასპექტი რადიომაუწყებლობისა) განსაზღვრული სახით წინა სისტემის (დემაგოგიურის) მხოლოდ უმნიშვნელოვანესი კერძო შემთხვევაა. ღირებულებათა შკალა აქ ისევე აპრიორულადაა დადგენილი, თუმცაღა ეკონომიკური კრიტიერიუმებით არ განისაზღვრება. რადიომუწყებლობის ერთადერთი მიზანი არ არის იყოს მოსმენილი დიდი ხნის მანძილზე მე-

---

<sup>138</sup> კურტ შვიტერსი (1887-1948), გერმანელი მხატვარი და მწერალი.



ტი რაოდენობის ადამიანის მიერ. არც ფული, რასაც გამოიმუშავენ ადამიანებისგან რადიოში რეკლამის გავრცელებისათვის. რეკლამა, ესაა საშუალება ადამიანები ვაიძულოთ იხელმძღვანელონ განსაზღვრული მოტივებით თავიანთ ეკონომიკურ ქცევაში. თუკი რადიომაუწყებლობის ამ მხარეს მივანიჭებთ უკიდურეს დატვირთვას, ჩვენ შედეგად მივიღებთ პროპაგანდის სისტემას. თუკი ღირებულებათა შკალა თავის თავში ძირითადად მოიცავს პროპაგანდის ელემენტებს, ამ შემთხვევაშიც კი შეინიშნება განსხვავებული მიზნების აღრევა. ჩვენ უნდა გავითვალისწინოთ კულტურული და სოციალური ელემენტები, რომლებიც რადიომსმენელებს მათთვის შეთავაზებული გადანყვებილების მიღებაში უწყობენ ხელს. ჰოლანდიაში, მაგალითად, რადიომაუწყებლობის პროგრამები დაყოფილია ძირითად რელიგიურ მიმდინარეობებს შორის, რომლებიც მოქმედებენ ქვეყანაში. გამომდინარე აქედან, ჰოლანდიაში რადიომაუწყებლობა უნდა დაექვემდებაროს განსაზღვრული რაოდენობის ზოგად იმპერატივებს.

სარეკლამო ხასიათის ლოზუნგების დოგმატიკურით შეცვლა არის ერთერთი უკიდურესი მეთოდი, რომელიც შეიძლება გამოიყენოს პროპაგანდისტულმა რადიომაუწყებლობამ. დოგმატიკურ პრინციპებზე აგებული რადიოპროგრამის წარმოდგენა მარტივად შესაძლებელია. იგი შეეცდება ამოვიდეს „მიმზიდველობის კრიტერიუმიდან“ და ყოველ 10 წუთში უმეოროს მსმენელს „მხოლოდ X მაცივრები მოგიტანენ ბედნიერებას“, ანდა ააგოროს თემა „შაქრის სასარგებლო თვისებები“, „ადამიანების მხსნელი ღმერთი“, „აფრიკის ხალხებზე მცირეაზიური აზროვნების ზეგავლენა“...

მეორე მსოფლიო ომის პერიოდში ტოტალიტარული რადიომაუწყებლობა საფრანგეთისადმი სწორედ ასეთ მიდგომას იყენებდა. თუმცაღა, „დოგმატიკური დოქტრინა“ – სწორედ თავისი მონოლითურობის ძალით – მნიშვნელოვანი სახსრების დახარჯვის გარეშე რეალიზებული ვერ იქნება. „კოლექტიური გონი“ თავს შეიგრძნობს თავისუფლად უთვალავი შემოთავაზების პირობებში. ამ შემოთავაზებებში განადიდებულია ზეთში სარდინის ღირსება, კონკრეტული ფირმის მარგარინის, საპნის თუ მანქანის. დახვავებულია ლოზუნგები, რომელთა შორისაც ვერანაირ შინაგან კავშირს ვერ ხედავს. ასეთ დროს ტექსტების დაფარული შემცველობა

გარეთ გამოდის. მაგალითად, ეს შეიძლება იყოს პარტიის რაიმე დამსახურება. დამატებითი ასიგნაციები სწორედ რომ საჭიროა. „დოგმატიკური დოქტრინა“ დოგმის მარტივი რეკლამირების გზას გვერდს უვლის. ის იყენებს ე.წ. ზღურბლქვეშა კულტურულ მოვლენებს, რომლებიც აღქმის ასევე ზღურბლქვეშ არიან განლაგებული. ასეთია „ირიბი“ ზემოქმედების არსი.

დოგმატიკური დოქტრინების მოქმედების მექანიზმი დაფუძნებულია „სოციოკულტურული ტაბულის“ გამრუდებაზე. თუკი გეომეტრიის ტერმინს გამოვიყენებთ, ის არის რალაც შუალედური „ცენზურას“, ამ სიტყვის პოლიტიკური აზრით, და „ცენზურას“ ამ სიტყვის ფსიქოლოგიური აზრით. აქ იგულისხმება თუ ერთი ელემენტის დათრგუნვა როგორ ხდება სხვა ელემენტების გაძლიერების პარალელურად, შემდეგ კი ამ პროცესის სტატისტიკური აღწერა. მოცემულ შემთხვევაში აბრაამ მოლი სწორედ ამ სტატისტიკურ ასპექტზე ამახვილებს ყურადღებას.

ისმის შეკითხვა: რადიომაუნყებლობაში „დოგმატიკური დოქტრინის“ მოქმედება რაში მდგომარეობს? პასუხი ასეთია: ელემენტები, რომლებიც ვრცელდება ექვემდებარებიან სპეციფიკურ ფილტრაციას. ტრანსილირებადი ელემენტები დამოუკიდებლად იმისგან, იქონიებენ თუ არა კულტურულ ხასიათს, ყოველთვის სახეზე არიან შეტყობინებებში, თუმცაღა პოლარიზებული არიან სასურველი მიმართულებით. სასურველი მიმართულებით პოლარიზება ხორციელდება, ძალიან დახვნილი აქცენტირების მეშვეობით. აქ მთავარია ელემენტები განიხილებოდნენ მიღებული დოგმის შუქში, ანუ როგორც მასთან თანხმობაში ან წინააღმდეგობაში მყოფნი. ამით აიხსნება რელიგიური რადიომაუნყებლობის მისწრაფება იყოს სრულყოფილად მაინფორმირებელი, სრული, „ყოველმხრივი“ და ა.შ. ის მისთვის მიწოდებული ინფორმაციის ყველა ელემენტს გაავრცელებს სუსტი პოლარიზაციის პირობებში. ისმის შეკითხვა, რამდენად სუსტი? \_იმდენად, რომ საშუალო მიმდების სემანტიკური აღქმადობის ზღვარს ქვემოთ აღმოჩნდეს. მსგავსი პოლარიზაცია შეიძლება ეხებოდეს მთელ ინფორმაციას, ანდა მისი ელემენტების მნიშვნელოვან ნაწილს. კომუნიკაციის საშუალებათა ისტორიაში ამ ხერხის გამოყენების მრავალი მაგალითი არსებობს.

ისინი ახაისათებენ ყველა ეპოქის მსხვილ პოლიტიკურ მოვლენას, ოკუპაციებს, ომებს.

აბრაამ მოლი ასევე განიხილავს ეკლექტიკურ, ანუ კულტურა-ლისტურ დოქტრინას. ამ დოქტრინის ძირითადი ცნება არის ცოდნის სისტემის ცნება, ცნება ჰუმანიტარული კულტურისა, სიტყვის ფართე გაგებით.

ეს დოქტრინა აფორმირებს პრინციპულ მიზანს, რომელსაც დემოკრატიულ და ლიბერალურ ეპოქაში მიაწერენ როგორც განათლებას, ასევე მასობრივ კომუნიკაციებს – ნიგნებს, ბეჭდვას და ა.შ. ამ დოქტრინის თანახმად, კულტურა თავად ქმნის ღირებულებების საკუთარ ტაბულას მორალური ღირებულებებისაგან დამოუკიდებლად, რომელთა ნაწარმოები ხასიათი და უძღურება ცხადად იყო ნაჩვენები ბენტამის, ნიცშეს, მარქსისა და სარტრის მიერ.

დემაგოგიური, დოგმატიკური და კულტურალისტური დოქტრინები აბრაამ მოლმა დააჯგუფა კულტურის სოციოსტატიკის ქვეშ. თითოეული ამ დოქტრინათაგან (ცდილობს განსაზღვროს ა) კულტურის მდგომარეობა, ბ) ღირებულებათა ტაბულა ანდა კულტურული პოლიტიკის ძირითადი პრინციპი.

კულტურა წარმოადგენს პროცესს. შესაბამისად არსებობენ კულტურის ციკლები, რომელთა ზეგავლენითაც საზოგადოების განვითარებაში შეინიშნება რალაცვარი „დინამიური ეფექტი“, მისი ცვლილება დროში გარკვეული მიმართულებით. ამ ცვლილებებს ატყვია კვალი ე.წ. შემოქმედი ადამიანების მოღვაწეობისა (სულერთია ცნობიერი იქნება ეს თუ არაცნობიერი). შემოქმედი ადამიანები მასობრივი კომუნიკაციების ველში იჭრებიან და კულტურის ახალ ელემენტებს ქმნიან. მათი მოღვაწეობა და მათი „პროდუქტები“ ადრე აღწერილი სხვადასხვა გზებით კულტურის საერთო ველში ინერგებიან და თავის მხრივ სხვა შემოქმედ ადამიანებზე ზემოქმედებენ.

ბუნებრივია, რომ ზემოთნახსენები დოქტრინები, რომელთა პოზიციიდანაც ღირებულებათა ტაბულები დროში არსებითად არ იცვლებიან, გარკვეულწილად ანგარიშს უნდა უწევდნენ კულტურის დინამიკას, სხვა სხიტყვებით რომ ვთქვათ, მის კუმულაციურ განვითარებას.

თუ კულტურალისტურ დოქტრინაში ცოდნა და შესაბამისად განათლების სისტემა მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებების

მხარდამხარ იყო სოციოკულტურული ტაბულის საფუძველი, ბოლო, ანუ მეოთხე ე.წ. სოციოდინამიკურ დოქტრინაში შემოქმედი ადამიანები არიან კულტურის, როგორც პროცესის კატალიზატორები. Homo novus არის სოციოდინამიკური დოქტრინის გასაღები და შესაბამისად მასმედია მათზე დებს ფსონს, როდესაც მაუნყებლობს.

და ბოლოს, უნდა ავლნიშნოთ, რომ აბრაამ მოლთან თუკი მის ნაშრომს – „კულტურის სოციოდინამიკა“ – საფუძვლიანად გავცნობით, უმთავრესი ყურადღება მაინც ეთმობა მედიის დემაგოგიურ და დოგმატიკურ დოქტრინებს და მათ კრიტიკას, რასაც მოცემულ ქვეთავში შეძლებისდაგვარად მეტი ყურადღება დავუთმეთ.

### 2.3. ინფორმაციული ტექნოლოგიების ზეგავლენა საზოგადოებრივ ცნობიერებაზე

ქვემოთ თავში განვიხილავთ მასობრივი კომუნიკაციის გამოკვლევებში არსებულ ძირითად მიდგომებს, ზემდინვით კი ინფორმაციული ტექნოლოგიების ზემოქმედებას ინდივიდუალურ და მასობრივ ცნობიერებაზე.

ძირითადი ფუნქცია, რომელსაც მასობრივი კომუნიკაცია ასრულებს საზოგადოებაში არის: მიმდინარე მოვლენებზე ინფორმირებულობა; პრობლემების გადაჭრაში საზოგადოების დახმარება; საზოგადოების ერთი თაობიდან მეორეზე ცოდნის გადაცემა (სოციალიზაცია და დასწავლა); გართობა. ფუნქციათა მითითებული სპექტრი იძლევა კონცეპტუალურ საფუძველს მასობრივი კომუნიკაციის უმნიშვნელოვანესი მოდგომების გამოსაკვლევად. მოცემული მიდგომის ჩარჩოებში შესრულებული ნაშრომები პასუხობენ მთელ რიგ შეკითხვებს. მაგალითად, საზოგადოებაში კონკრეტულად როგორ ფუნქციონირებს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები?

ამ ნაშრომებიდან მრავალი ავტორი ცდილობდა აეხსნა საზოგადოებასა და მის წევრებზე რამდენად ეფექტურად და როგორ ზემოქმედებს მასობრივი კომუნიკაცია. მე-20 საუკუნის დასაწყისში სწამდათ, რომ ადამიანის ცნობიერებაზე მასობრივი კომუნიკაციის ზეგავლენა განუსაზღვრელია. ცხადია, თანდათან ასეთი შეხედულებები გაბათილდა. მე-20 საუკუნის 50-იან წლებში სჯეროდათ, რომ პიროვნებათმორისო კონტაქტები საზოგადოებაში ფაქტებისა და მოსაზრებების გასავრცელებლად უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე მასობრივი კომუნიკაცია. საზოგადოებაში მასმედიიდან წამოსული ინფორმაცია თავდაპირველად აღწევს ე.წ. „შეხედულებათა ლიდერებამდე“ (opinion leaders), ისინი კი პიროვნებათმორისო კომუნიკაციის პროცესში მათ შემდგომ სხვა ადამიანებს გადასცემენ. აღმოაჩინეს, რომ ამომრჩევლების გადაწყვეტილებაზე მხარი დაეჭირათ ამა თუ იმ კანდიდატისთვის, უმეტესად ზეგავლენას ახდენდა არა მასმედია, არამედ მეგობრები. ძნელია სხვა ადამიანები

საგან „შეხედულებათა ლიდერების“ განსხვავება<sup>139</sup>. სხადასხვა დროს და სხვადასხვა პრობლემებთან დაკავშირებით ლიდერებად გვევლინებიან სხვადასხვა ადამიანები. ისეთ სფეროებში, როგორცაა ეკონომიკა, მოდა, საზოგადოებრივი ცხოვრება, ესქპერიმენტულად დადგენილია ლიდერების მრავალფეროვნება. ლიდერის უმნიშვნელოვანესი დეტერმინანტია ამათუიმ პრობლემისადმი ინტერესი. თუმცა ამ საქმისთვის თავის გასართმევად ასევე აუცილებელია პრობლემისადმი ინტერესის რალაც დონე ჯგუფის სხვა წევრებშიც. მოცემული პოზიცია შეიძლება გავაკრიტიკოთ და ვთქვათ, რომ მასში პოსტულირებულია ადამიანზე მასობრივი კომუნიკაციის ცალმხრივი მიმართულობა და შესაბამისად ზეგავლენა.

მე-20 საუკუნის 60-იან წლებში მიაჩნდათ, რომ მასობრივი კომუნიკაციის ადამიანთა შეხედულებებზე და გადაწყვეტილებებზე ზეგავლენა გაშუალებულია აუდიტორიის მახასიათებლებით. აუდიტორიაზე მასმედიის შეტყობინების ზემოქმედება გაშუალებულია ზოგიერთი ცვლადის ხასიათით: ჯგუფის პოზიცია, რომელსაც განეკუთვნება რეციპიენტი; ასევე მისი ცალკეული წევრების პოზიცია; სელექციურობა, ე.ი. ადამიანის მიდრეკილება შეარჩიოს ის ინფორმაცია, რომელიც ეთანადება მის ღირებულებებსა და მოსაზრებებს. აქედან გამომდინარე ზემოხსენებული ზეგავლენის დონე არც ისე მაღალია.

თეზისმა, რომლის თანახმადაც მასობრივი კომუნიკაციის ზეგავლენა სულ უფრო იზრდებოდა მასობრივ ცნობიერებაზე მე-20 საუკუნის 70-იანი წლებიდან სულ უფრო მეტი მომხრე შეიძენა. მიაჩნდათ, რომ სწორედ მასობრივი კომუნიკაციები აყალიბებენ ადამიანების მიერ განხილვად თემათა სპექტრს. მასობრივი კომუნიკაცია ადამიანის საუბრის თემაზე უფრორე ახდენს ზეგავლენას, ვიდრე პოზიციაზე ამ თემისა და საკითხისადმი. ამ პოსტულატის დადასტურების მიზნით ნაწარმოები ესქპერიმენტები აჩვენებენ, რაც მეტს საუბრობენ კონკრეტულ თემაზე რადიოთა და ტელევიზიით, პიროვნებათშორისი კონტაქტების დონეზე ის მით უფრო ხშირად განიხილება.

---

<sup>139</sup> 1921 წელს ნიუ იორკში უოლტერ ლიპმანმა გამოსცა წიგნი „შეხედულებების ლიდერები“.

ადამიანის ცნობიერებაზე სოციალური ცხოვრების კონკრეტულ საკითხებთან დაკავშირებით ასევე ზემოქმედებს მასობრივი კომუნიკაცია. ასეთი კომუნიკაცია შემდეგნაირად ხორციელდება: ზოგიერთი ინდივიდი თუკი აცნობიერებს, რომ მისი აზრი ემთხვევა უმრავლესობის აზრს, მას მყისვე ასაჯაროვებს, შესამისად ისინი, ვინც უმრავლესობის აზრისგან განსხვავებულ პოზიციაზე არიან, თავიანთ შეხედულებებს აჩუმათებენ. ეს პროცესი გვაგონებს სპირალს. ზოგიერთი თემა და პოზიცია მოსახლეობის ყურადღების ცენტრში ექცევა, სხვები კი საზოგადოებრივი ინტერესის პერიფერიაში გადაისროლება. მსგავსი „მიჩუმათების სპირალი“<sup>140</sup> როგორც ჩანს იზოლაციის შიშითაა გამონეული. საზოგადოდ მიღებულთან თანხმობა არის არა იმდენად საშუალება მიემხრო „გამარჯვებულ მხარეს“, რამდენადაც მცდელობა, აიროდო ჯგუფისაგან იზოლაცია. ადამიანებისათვის, რომლებმაც აამუშავეს „მიჩუმათების სპირალი“ კრიტიკის საფრთხე თავშეკავების მნიშვნელოვანი ფაქტორია. მასობრივი კომუნიკაცია „მიჩუმათების სპირალში“ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. ადამიანები სწორედ მისი მეშვეობით იგებენ, საზოგადოებაში რომელი პოზიციაა პოლულარული და პირიქით.

ჩვენს დროში ინდივიდუალურ და მასობრივი ცნობიერებაზე მასობრივი კომუნიკაციების მექანიზმების ზემოქმედების ამხსნელი მრავალი თეორია არსებობს. მათ შორის მეტადრე პოპულარულია **გამოყენებისა და დაკმაყოფილების**, ასევე **დამოკიდებულების თეორია**. პირველი ხაზს გაუსვამს ფაქტს, რომლის თანახმადაც ადამიანი არის ინფორმაციის აქტიური ფილტრი და არა პასიური მიმღები. რათა დაიმყოფილოს ზოგიერთი თავისი მოთხოვნილება, ის ეწევა მასმედიის შეტყობინების შერჩევას. ამრიგად, მასმედიის აუდიტორია არის აქტიური და მიზანდასახული, ხოლო ადამიანი თავის სურვილებსა და მოთხოვნილებებში კარგად გათვითცნობიერებული – შეტყობინების შერჩევის ინიციატორი. იცის რა საკუთარი საჭიროებები, ადამიანი ეძიებს მათი დაკმაყოფილების განსხვავებულ საშუალებებს, რომელთაგანაც ერთ-ერთი აღმოჩნდება მასმედია. მასმედია თითქოსდა ეჯიბრება მოთხოვნილებათა დაკ-

---

<sup>140</sup> Э. Ноель Нойман, *Ощественное мнение, открытие спирали молчания*, Москва, Издательство «Прогресс академия», 1996.

მაყოფილების ალტერნატიულ საშუალებებს. მაგალითად ავიღოთ გართობა. გართობის მიზნით შეიძლება ნახვიდე მეგობრებთან ერთად ლუდის ბარში ან საფეხბურთო მატჩზე, ანდა დაკმაყოფილდე ტელევიზორთან ჯდომით.

ყურადღება მიაპყრო რა პიროვნების აქტიურობას შეტყობინების მიღებისას, მოცემულმა თეორიამ მასობრივი კომუნიკაციების გამოკვლევაში შეიტანა დიდი წვლილი. ის წინააღმდეგობაში მოვიდა რეციპიენტის თაობაზე უნინ გავრცელებულ აზრთან, რომელიც მას წარმოაჩენდა პასიურ, ინფორმაციის ბრმად მიმღებ არსებად. მიუხედავად ზემოთქმულისა **გამოყენებისა და დაკმაყოფილების თეორიას** ზოგიერთი სუსტი მხარეც აღენიშნება: ის უგულებელყოფს საზოგადოებაში მასობრივი კომუნიკაციების ზემოქმედების ნეგატიურ მხარეებს. ასევე ახდენს ადამიანის რაციონალურობის გადამეტებულ პოსტულირებას (თითქოს ადამიანს შესწევდეს უნარი აირჩიოს შეგნებულად ის, რაც მისთვის აუცილებელია). მრავალრიცხოვანი გამოკვლევების შედეგები ადასტურებენ, რომ როგორც წესი ადამიანები ბოლომდე ვერ აცნობიერებენ საკუთარი ქცევების მიზეზებს.

**დამოკიდებულების თეორიაში** მასობრივი კომუნიკაციების როლი საზოგადოებაში ოდნავ სხვა კუთხითაა განხილული. მოცემული თეორიის არსი ასეთია: რეციპიენტი იძულებულია დაიკმაყოფილოს ცალკეული მოთხოვნები და მაილწიოს გარკვეულ მიზანს. აქედან გამომდინარე ის დამოკიდებულია მასობრივ კომუნიკაციებზე. მასმედიის აუდიტორიაზე ზეგავლენის ხარისხი ვარირებს. იგი განისაზღვრება თავად საზოგადოების მდგომარეობით (თუკი საზოგადოებაში მიმდინარეობს სოციალური ცვლილებები და აღმოცენდება კონფლიქტი, ეს ადამიანებს აიძულებთ გადააფასონ მათთვის ჩვეული ღირებულებებისა და ნორმების სისტემა. ღირებულებათა გადაფასების საქმეში აქტიურად ჩართულია მასმედია, რითაც იზრდება მისადმი ადამიანების დამოკიდებულების ხარისხი). ასევე მნიშვნელოვანია თავად მედიის ფაქტორი (მედიის ზეგავლენის პოტენციალი დამოკიდებულია ჯგუფის ნორმებთან და ღირებულებებთან ზემოქმედების ობიექტის სიახლოვესა და რაოდენობაზე).



სანდრა ბოლლ-როკინისა და მელვინ დეფლერის აზრით<sup>141</sup>, შეიძლება ვილაპარაკოთ მასობრივი კომუნიკაციების ზემოქმედების კოგნიტურ, ემოციონალურ და ქცევით შედეგებზე ინდივიდუალურ და მასობრივ ცნობიერებასთან მიმართებაში. ისინი ზემოქმედების კოგნიტურ შედეგებს მიაკუთვნებენ გაურკვევლობის მოხსნას (მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებით მოგვეწოდება დამატებითი ინფორმაცია, რაც გვაძლევს საშუალებას შევიქმნათ წარმოდგენა ახალ, არაერთმნიშვნელოვან მოვლენებსა და პროცესებზე); დადგენილებათა ფორმირებას, ანუ გარე სამყაროს ობიექტებთან (იქნება ეს ფიზიკური, სოციალური, პოლიტიკური თუ რაიმე სხვა) მიმართებაში კოგნიტური, ემოციონალური და ქცევით სისტემების ფორმირებას; ადამიანების მიერ ინტენსიურად განხილვადი თემების მოცვას; შეხედულებათა ახალი სისტემების (იდეოლოგიური, რელიგიური, ეკონომიკური და სხვა) გავრცელებას; მოსახლეობის ღირებულებითი ორიენტაციის დაზუსტებას (მასმედია ღირებულებათა ზოგიერთი სისტემის კონფლიქტზე გვანვდის ცნობებს. მაგალითად ავილოთ სამოქალაქო სამართლის სფერო. ეს აიძულებს მკითხველებს მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით დაიკავონ განსაზღვრული პოზიცია, დააზუსტონ საკუთარი შეხედულებები). მასმედიის ზემოქმედება ემოციონალურ სფეროზე ადამიანებში შიშის, შფოთვის, გაუცხოების გაჩენამდე მიგვიყვანს. ადამიანების ქცევებზე ზეგავლენა ხორციელდება დეაქტივაციის (ზოგიერთ ქმედებათა შეჩერება) და არა აქტივაციის (ამათუიმ მოქმედებათა პროვოცირება) ხაზით.

ვახდენთ რა განხილული მიდგომების სინთეზირებას, შეგვიძლია ავლენოთ მასობრივი კომუნიკაციების ზემოქმედება ინდივიდუალურ და მასობრივ ცნობიერებაზე. სოციალური ინსტიტუტები და მედია, ურთიერთქმედებენ რა აუდიტორიასთან, ხელს უწყობენ ადამიანებში მრავალფეროვანი მოთხოვნილებების, ინტერესებისა და მისწრაფებების ფორმირებას. უკვე ჩამოყალიბებული მოტივაციური სისტემა თავის მხრივ განსაზღვრავს თუ სად და რომელ სფეროში მოიძიებს ადამიანი მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების საშუალებებს. ადამიანი, ირჩევს რა მოთხოვნილების დაკმაყოფი-

---

<sup>141</sup> იხ. Социология (Редакторы Осипов Г.В. Москвичев Л.Н.). 2002. Издательство НОРМА.

ლების ერთ კონკრეტულ საშუალებას, შესაძლოა გახდეს მასზე დამოკიდებული. ხანშიშესული ადამიანებისთვის გადაადგილება წარმოადგენს პრობლემას, რის შედეგადაც მათი კონტაქტები სხვა ადამიანებთან ანუ კომუნიკაციები იზღუდება. რათა შეინარჩუნოს სოციალურობა, საბოლოო ჯამში ადამიანი ხდება მედიაზე დამოკიდებული და ეჯაჭვება ტელევიზორს. მოზარდებისთვის დიდია ვიდეოინსტრუქციის ზეგავლენის ქვეშ მოქცევის რისკი. მსგავსი გატაცებები შესაბამისობაშია მოცემული სოციალური ჯგუფის ნორმებთან.

შემდეგ საკითხად განვიხილოთ ინდივიდუალურ და მასობრივ ცნობიერებაზე მასობრივი კომუნიკაციების ზემოქმედების შედეგები.

მასობრივი კომუნიკაცია, ესაა ფენომენი, რომელიც აბსოლუტურად განმსჭვალავს თანამედროვე საზოგადოების ყველა მხარეს, სრულიად ერთმნიშვნელოვნად და ყველაზე მრავალფეროვანი საშუალებებით ზემოქმედებს მასობრივ და ჯგუფურ ცნობიერებაზე.

მასობრივი კომუნიკაცია კავშირშია სოციალურ სტერეოტიპებთან (საზოგადოებაში ფართედ გავრცელებული სქემატური და გამრტივებული წარმოდგენები სოციალურ ობიექტებზე). მასობრივი კომუნიკაცია აფორმირებს და ამყარებს სოციალურ სტერეოტიპებს. სტერეოტიპები შეიძლება ასახავდნენ სხვა ერებთან, კლასებთან, ჯგუფებთან და ა.შ. დამოკიდებულებას. სტერეოტიპების მეშვეობით სხვისი, უცხო ჯგუფის აღქმა იქონიებს ორ მხარეს: პოზიტიურს (სტერეოტიპი სწრაფად გვანფორმირებს, გვაძლევს საშუალებას ჯგუფი მოვლენათა უფრო ფართე კლასს მივაკუთვნოთ) და ნეგატიურს (სტერეოტიპის ნეგატიური მახასიათებლებით გადატვირთვა ჯგუფთაშორის მტრობის ფორმირებას უწყობს ხელს).

დადგენილია, რომ მედიაში ქალსა და კაცს არაერთგვაროვნად გამოსახავენ. ამის უკან სტერეოტიპები დგას. ჟურნალებში განთავსებული ფოტოების ანალიზი მონიშნავს, რომ ქალი, როგორც ნესი, ფოტოსურათზე მამკაცთან შედარებით იკავებს ქვემოთა ადგილს. ქალი გამოისახება ლამაზი არსების როლში, ხაზი გაესმის მის დამოკიდებულებას მამაკაცზე, სექსუალობას. მამაკაცების შემთხვევაში ფოტოზე ჩანს უფრორე სახე და თავი (ქალს მთელს სიგრძეზე და ღიად გამოსახავენ). მასმედიაში მამაკაცის ძალაფუ-

ლებას, დომინანტობას, აგრესიულობას გაესმის ხაზი; ის ბრგე, დაჟინებული, რაციონალური და მეტადრე ჭკვიანია. ქალი მეტადრე მიმზიდველი, ალტრუისტი, კონტაქტური და ახალგაზრდა ჩანს. მთლიანობაში ქალებს გამოსახვენ სტანდარტულ და სტერეოტიპულ როლებში, ურთიერთობებსა თუ ვითარებებში.

მასობრივ კომუნიკაციებში მოხუცებულთა დემოგრაფიული ჯგუფი ასევე ექვემდებარება სტერეოტიპიზაციას. მათი წარმომადგენლები იშვიათად ხდებიან ფილმებისა თუ გადაცემების გმირები. მოხუცებულების არ დაფასება ხელს უწყობს მათზე შესაბამისი წარმოდგენების ფორმირებას. იყო მოხუცი, ნიშნავს მიეკუთვნებოდე საზოგადოების შემცირებად სეგმენტს. მოხუცეში მონაწილეობენ უმნიშვნელო, ვიწრო და იაფფასიანი როლებში. ფილმებში 2/3 მოხუცებული ქალი და 1/2 მოხუცებული მამაკაცი წარმოგვიდგება როგორც არაჯანსაღი აზრის მქონე, ბრიყვი და ექსცენტრიული. აღმოჩენილია ტელეფილმების „აქტიურ“ ყურებასა და მოხუცებულების ნეგატიურ აღქმას შორის გარკვეული კავშირი. ისეთი ფილმები, როგორცაა „Honig im Kopf“<sup>142</sup> სამწუხაროდ იშვიათად კეთდება და შესაბამისად იშვიათადვე მიენოდება მაყურებელს.

მასმედიას ასევე შესამჩნევი როლი ეკუთვნის ეთნიკური ჯგუფების სტერეოტიპულ აღქმაში. ქვეყნის ძირძველ მოსახლეობასთან შედარებით ეთნიკურ უმცირესობათა წარმომადგენლები მედიაში გაცილებით იშვიათად ჩნდებიან.

სტერეოტიპიზაციისგან დამცავი წარმატებული საშუალებაა კვლავაც მედიის მიერ დაპროექტებული სპეციალური პროგრამები, რომლებშიც სტერეოტიპიზაციის ობიექტები გამოსახული არიან განსხვავებულ მრავალფეროვან რაკურსში. სპეციალურად ორგანიზებული ჯგუფთაშორისო ურთიერთობა, რომელიც ორიენტირებულია სხვადასხვა სოციალური და ეთნიკური ჯგუფების წარმომადგენელთა გაცნობასა და თანამშრომლობაზე, არცთუ იშვიათად გამოიყენება სტერეოტიპებთან ბრძოლაში.

---

<sup>142</sup> გერმანული კინემატოგრაფი, 2014 წელი, „თაფლი თავში“. რეჟოსორი ტილ შვაიგერი. ეხება ხანშიშესული ადამიანის ოჯახში ინტეგრირების პრობლემას.

მასობრივი კომუნიკაცია ასევე შეიძლება განვიხილოთ კავშირში პოლიტიკურ პროცესებთან. მასობრივი კომუნიკაციის ზეგავლენა პოლიტიკურ პროცესებზე მრავალმხრივია: ესაა მისი წვლილი პოლიტიკურ სოციალიზაციაში; მისი ადგილი წინასაარჩევნო ბრძოლებში; მისი როლი პოლიტიკური ლიდერებისა და პოლიტიკური სტრუქტურების მოღვაწეობის შეფასებაში.

მასმედია ზრდის პრეტენდენტების ცნობადობის ხარისხს, მოსახლეობის თვალში აფორმირებს მათ განსაზღვრულ ხატებას, ზემოქმედებს არჩევნების შედეგებზე. ამომრჩევლებზე მასმედიის ზეგავლენა ხორციელდება არა მხოლოდ წინასაარჩევნო კამპანიის დროს, არამედ დიდი ხნით ადრე. ცნობილია, რომ მედია მოსახლეობაში მუდმივად აყალიბებს პოლიტიკური რეალობის განსაზღვრულ სქემას.

უკანასკნელი ათი-ოცი წლის მანძილზე იკვეთება ტენდენცია, რომელიც მოწმობს საზოგადოებაში მასმედიის როლის ზრდაზე. მედია აქტიურად გამოიყენება საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაში, განსაკუთრებით თუკი ეს შეეხება პოლიტიკური სფეროს ობიექტების შეფასებას. მე-20 საუკუნის 60-იანი წლებიდან დაწყებული შეერთებული შტატების ყველა პრეზიდენტის მოსახლეობის მიერი შეფასება დამოკიდებული იყო არ ქვეყნის რეალურ ეკონომიკურ მდგომარეობაზე, არამედ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების პოზიციაზე მათ მიმართ. საგულისხმოა ის ფაქტი, რომ ეკონომიკური განვითარების სვლა პრესითა და ტელევიზიით არცთუ ადეკვატურად შუქდებოდა.

1968 წლიდან 1988 წლამდე ნამყვანი ამერიკული ტელეკომპანიების ეთერში პოლიტიკოსების „ცოცხალი“ გამოსვლა 5-ჯერ შემცირდა და გაიზარდა თავად ჟურნალისტების, მათი კომენტარებისა და შეფასებების როლი. ეს ფაქტი კვლავაც მასმედიის როლის გაზრდაზე მეტყველებს.

მასმედია პოლიტიკური სოციალიზაციის უმნიშვნელოვანესი წყაროა (პოლიტიკის სფეროში მონაწილეობის ფორმათა, ცოდნის, დადგენილებების, ღირებულებების გათავისების პროცესი). ამ კუთხით უმნიშვნელოვანესია საინფორმაციო უწყებები, ე.წ. მოამბე. მაყურებლები, მსმენელები, განსაკუთრებით ახალგაზრდები მედიის საშუალებით ღებულობენ პოლიტიკასთან დაკავშირებული ინფორმაციის უმეტეს ნილს. პოლიტიკური ინფორმირებულობის

დონე, მშობლებთან და თანატოლებთან შესაბამის თემებზე დისკუსიები მჭიდროდ უკავშირდება მასობრივ კომუნიკაციებს. პოლიტიკურ ფაქტებთან და შეფასებებთან მიმართებაში მედიის ზეგავლენა უფრო აშკარაა, ვიდრე ადამიანების რეალური პოლტიკური ქცევების შემთხვევაში, იქნება ეს მონაწილეობის ესათუის ფორმა, ხმის მიცემა და რაიმე სხვა.

შეიძლება ვილაპარაკოთ მასობრივი კომუნიკაციების ნეგატიურ ზეგავლენაზე. ნეგატიური ზემოქმედების რაგვარობაა რეციპიენტებში საკუთარი მოთხოვნილებებისა და სურვილების მყისიერი დაკმაყოფილებისადმი ჩვევის გამოშუშავება, შემოქმედებითი და კითხვითი უნარჩვევების შესუსტება.

მასობრივი კომუნიკაციების ტოტალურმა ზემოქმედამ შესაძლოა უარყოფითად იმოქმედოს ბავშვთა პიროვნებათმორისი ურთიერთობების ხარისხზე და შეამციროს თანატოლებთან თამაშის ინტენსივობა. ბავშვის ყურადღებას იზიდავს მულტფილმები, სადაც სწრაფად იცვლება ვიზუალური და აუდიო სტიმულები. მათ შესწევთ ძალა შეამცირონ პიროვნებათმორისი კონტაქტები.

ზოგიერთ ადამიანს ტელე და ვიდეოფილმების გმირები რაღაც დოზით ოჯახის წევრებს ჩაუნაცვლებენ. ტელეფილმების „დღის სიზმრებში“ ჩაძირვით გვეძლევა საშუალება თავი ავარიდოთ და დავემალოთ რეალური ცხოვრების სიძნელეებსა და პრობლემებს, რაც რიგ შემთხვევაში ამძაფრებს სოციალურ დეზადაფტაციას და აძლიერებს მარტოობას. ტელევიზორისა და ვიდეოსადმი გადაჭარბებული ინტერესის ხარჯზე ყალიბდება ადამიანთა განსაკუთრებული გვარი „ვიდეოტები“ (იდიოტთან ანალოგიით).

დამნაშავეობისადმი არაადეკვატური შიში ბავშვებში ასევე განპირობებულია მასმედიით. შიშს ჰბადებს დანაშაულის გაშუქების მანერა, ხასიათი: შიში და შფოთვა განსაკუთრებით მაღალია, თუ იძლევიან ინფორმაციას ადგილობრივი დონის დანაშაულობაზე, ასევე დანაშაულზე, რომლის პროვოცირებაშიც მსხვერპლს წვლილი არ მიუძღვოდა, და ბოლოს უმრავლესობისგან განსხვავებულ „სენსაციურ“ დანაშაულზე.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში ძალადობა ძალიან ხშირად გვხვდება. შეერთებულ შტატებში 1957 წლიდან 1985 წლამდე ტელევიზიით ნაჩვენები ძალადობის სცენების რაოდენობა 4-ჯერ გაიზარდა. ცხადია მასმედიით ძალადობის მსგავსი დემონ-

სტრირება აგრესიულ ადამიანებზე მისი ზემოქმედების პრობლემას ქმნის.

მოცემული პრობლემის ირგვლივ დიდი მოცულობის ემპირიული მონაცემებიც კი ვერ ჰყვენს საკითხს ნათელს. გვეუბნებიან სატელევიზიო აგრესიის ძლიერ ეფექტზე, ამავდროულად გვიმტკიცებენ, რომ ბავშვების აგრესიულ ქცევაზე მხოლოდ უმნიშვნელო ზეგავლენას იქონიებს ძალადობა ტელევიზორის ეკრანზე, ან ზოგიერთ ჯგუფში სულაც ინვესს აგრესიის შემცირებას.

ლაბორატორიული გამოკვლევების შედეგებში მეტი ერთიანობაა: ლაბორატორიულ პირობებში აგრესიული ფილმების ნახვისას, როგორც წესი თავს იჩენს აგრესიული ქმედება.

ისმის შეკითხვა, რითია შედეგების „მრავალგვარობა“ განპირობებული? მასმედიის ზეგავლენა ადამიანების აგრესიულობაზე გაშუალებულია მრავალი ცვლადით. მათ განეკუთვნება:

**1. რეციპიენტის თავისებურებები** – სქესი, ასაკი, აგრესიისადმი დამოკიდებულება; ტელემაცურებლის სოციალური და შემეცნებითი სიმნიფის დონე. ბავშვები როგორც წესი ქცევების მოტივებსა და შედეგებს ერთმანეთთან არ აკავშირებენ, ისინი სპონტანურად ახდენენ აგრესიული ქმედების იმიტირებას. სატელევიზიო ძალადობა მაქსიმალურად ნეგატიურ შედეგს იქონიებს 8-დან 12 წლამდე ასაკში. სატელევიზიო ძალადობა ვაჟების ქმედებებზე უფრო აისახება. გოგონები ნაკლებად სენსიტიურები არიან. ზემოჩამოთვლილი ცვლადების გვერდით ასევე მნიშვნელოვანია სოციო-ეკონომიკური სტატუსი: ბავშვები უფრო დაბალი სტატუსის მქონე ოჯახებიდან ხშირად უყურებენ და იწონებენ ძალადობას, ღებულობენ მისგან დიდ სიმოვნებას და თავს ცხადად აიგივებენ ტელეგმირთან, ასევე ჩამორჩებიან სკოლაში. ასევე, იმთავითვე აგრესიული ადამიანები გაცილებით მეტად ექცევიან მედიით ტრანსლირებული ძალადობის ზეგავლენის ქვეშ.

**2. ტელეეკრანზე ნაჩვენები ძალადობის აქტის კონტექსტი** (მინოდების მანერა, ტელეგადაცემის ჟანრი). თუკი ტელეეკრანზე აგრესორი ისჯება, ნაჩვენებია აგრესიის ნეგატიური შედეგები და აგრესორი გამოყვანილია ნეგატიურ გმირად, მაცურებელში რეალური აგრესია მინიმუმზე დაიყვანება; თუკი აგრესია ტელეეკრანზე მხარდაჭერილია, არ იქონიებს ნეგატიურ შედეგებს და სოცია-

ლურად მოწონებულია, იზრდება მაყურებელში რელაური აგრესიის გამოვლინების მაჩვენებელი.

**3. გარე სამყაროს თავისებურებები** (სოციალური კონტროლის შესაძლებლობები, ოჯახური ურთიერთობები). საზოგადოებაში სატელევიზიო აგრესიის ზემოქმედება მცირდება სოციალური კონტროლის ეფექტური მეთოდების არსებობისას. პოზიტიური ურთიერთობები ოჯახში, ფამილარული ურთიერთდამოკიდებულება ბავშსა და მშობლებს შორის ამცირებს ტელე-ძალადობის ეფექტს.

აგრესიას ხელს უწყობს ძალადობის რეალური აქტის ყურება, ასევე შეტყობინებები მსგავსი სახის ქმედებებზე. გამოვლენილია კავშირი მედიით ხმამაღალი დანაშაულობებისა და სასამართლო პროცესების ჩვენებასა და დამნაშავეობს დონეს შორის. ასეთი კანონზომიერება ვლინდება: თუკი მხოლოდ დანაშაულს აშუქებენ, ასეთი შემტყობინებიდან რამდენიმე დღეში დანაშაულთა რაოდენობა იზრდება; თუკი დანაშაულთან ერთად სასჯელსაც ახსენებდნენ, მაშინ დანაშაულობანი მცირდება.

ბოლო დროს მეცნიერთა უმრავლესობა ემხრობა შეხედულებას, რომლის თანახმადაც მასმედიის მიერ აქცენტირებული ძალადობა ახდენს რეალურ ცხოვრებისეულ პირობებში აგრესიულ ქმედებაზე გარკვეულ ზემოქმედებას.

ცხადია, შეიძლება ლაპარაკი მასობრივი კონუმნიკაციების პოზიტიურ ზემოქმედებაზეც. მასობრივი კომუნიკაცია მასობრივ ცნობიერებაზე ახდენს არა მარტო ნეგატიურ ზემოქმედებას. მან შეიძლება შეასუსტოს ეთნიკური და სქესობრივი სტერეოტიპები. მისი პოზიტიური შედეგების ჩამონათვალში ექცევა გათვითცნობიერების მასშტაბის ზრდა, ცოდნისმოყვარეობის მატება, სამეტყველო უნარ-ჩვევების დახვეწა-გაუმჯობესება. მასობრივი კომუნიკაცია ხელს უწყობს დიდსულოვნების ზრდას, მეგობრული განწყობის შექმნას, კოოპერაციისა და თავშეკავების უნარ-ჩვევების გამომუშავებას, სოციალური ნორმების მკაცრ მიდევნებას, შფოთვისა და შიშის შემცირებას. ჰუმანურად ორიენტირებული ფილმების ჩვენების შემდგომ ბავშვებს უიოლდებათ ურთიერთობა თანატოლებთან, მეტი შესაძლებლობა არსებობს ურთიერთგაგებისთვის, უჩნდებათ სხვა ადამიანებისადმი დახმარების სურვილი. მსგავსი ტიპის გადაცემების პოზიტიური ზემოქმედება დამოკიდე-

ბულია გმირის ხასიათისა და ქცევების ურთიერთმიმართებაზე. თუკი ჰუმანისტი გმირი, როგორცაა მაგალითად სუპერმენი, მაინც იქცევა აგრესიულად, მაყურებელში ის უკვე არ იწვევს სხვების დახმარებისა და მხარდაჭერის წყურვილს.

როდესაც ვლადიმერ პუტინი მასობრივი კომუნიკაციების განვითარების თანამედროვე ტენდენციებზე, უნდა ვახსენოთ მიმართება მასობრივ კომუნიკაციასა და რეკლამას შორის. მასობრივი კომუნიკაციების კომერციული ინტერესებისადმი დაქვემდებარების ტენდენცია სოციალურად მნიშვნელოვან პრობლემად იქცა. საერთო დრო მრავალრიცხოვანი სარეკლამო რგოლით ივსება, ისინი მაყურებელს კონკრეტული შესყიდვისაკენ აქეზებენ.

ჩვენს დროში რეკლამა აქტიურად ვითარდება. ასე, რომ საქონლის სარეკლამო სახე უკვე თავად საქონლის მნიშვნელოვანი ნაწილია (მყიდველისათვის შესაძლოა „სარეკლამო სახე“ უფრო მნიშვნელოვანიც კი იყოს). ბევრ ქვეყანაში „ქონა“ „არსებობის“ სინონიმად განიხილება. როგორც აკაკი ყულიჯანიშვილი აღნიშნავს წიგნში „კულტურის თეორია“<sup>143</sup>, „ადამიანის სინამდვილისადმი ასეთი მიმართების შემთხვევაში, ადამიანი, მსგავსად ცხოველისა, ხდება შიშველი მომხმარებელი, მისთვის მთავარია არა ყოფნა, არამედ ქონა. მისთვის მთავარია ბიოლოგიური სიცოცხლის შენახვა და განმტკიცება და არა აღიარების „თიმოსის“ სურვილი. ასეთ ადამიანს აინტერესებს ის, რისი ფლობაც და მოხმარებაცაა შესაძლებელი“. რეკლამა სწორედ მომხმარებლურ ინსტიტუტებს ამძაფრებს. ის ყოველ ჯერზე გვაცდუნებს<sup>144</sup>.

ზოგიერთი ატრიბუტი, მაგალითად რაღაც კონკრეტული მოდელის ავტომობილი, ადამიანს სჭირდება საკუთარი სოციალური სტატუსისათვის ხაზგასასმელად. ადამიანს გარკვეული საგნების შეძენა ესახება კონკრეტულ სოციალურ ჯგუფში მოსახვედრ თავისებურ გზად. „არაპრესტიჟული“ საქონლის მომხმარებლის იარაღი (იმისი არ ცოდნა, რაა ამჟამად მოდური და მიმზიდველი) შე-

---

<sup>143</sup> ყულიჯანიშვილი აკაკი, კულტურის თეორია, თბილისი, 2009, „უნივერსალი“. გვ. 133

<sup>144</sup> რეკლამის ფუნქციაზე აცდუნოს მომხმარებელი საუბრობს ჟან ბოდრიარი წიგნში „ნივთთა სისტემა“ (Бодрийяр Жан, “Система вещей”. Москва. “Рудомино”. Глава III – Рекламный императив и индикатив ).



იძლება გახდეს მიზეზი სოციალური ანტიკონსერვატიზმისა, რაც სრულიად ბუნებრივად ადამიანში შობს შიშს. რეკლამა გვანვდის ნორმატივებს, მისაბამი სახეებს, ადამიანში აფორმირებს „ნორმალური მოხმარების“ სტერეოტიპებს და გვამცნობს, თუ რისი ქონა ითვლება დღეს სავალდებულოდ.

მომხმარებლის ფსიქიკაზე რეკლამის ზეგავლენის გავრცელებული მოდელების თანახმად, ზეგავლენა შეიძლება დაიყოს შემდეგ ეტაპებად: თავად რეკლამა; ყურადღება; ინტერესი; მოტივი; სურვილი; მოქმედება<sup>145</sup>.

**მომხმარებლის ფსიქიკაზე რეკლამის ზემოქმედების ეტაპები:**

რეკლამა >	ყურადღება >	ინტერესი >	მოტივი >	სურვილი >	მოქმედება
-----------	-------------	------------	----------	-----------	-----------

იგულისხმება, რომ რეკლამის ზემოქმედება იწყება ყურადღების მიპყრობით. შემდგომ ე.წ. რეკლამისტი ცდილობს რეციპიენტში აღძრას ცნობისმოყვარეობა, თანმიმდევრულად კი მოტივი, სურვილი და დასასრულს – რეკლამირებული საგნის შესაძენად საჭირო ძალისხმევა.

ცხადია, რეკლამის ეფექტურობა დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორზე. უპირველეს ყოვლისა, უნდა არსებობდეს მოთხოვნილება, საჭიროება რეკლემირებულ საქონელში. ასეთი საჭიროების გარეშე თუნდაც კარგად დაგეგმილი, ყველასთვის მიმზიდველი რეკლამა ვერ უზრუნველყოფს საქონელზე მოთხოვნის გაზრდას, ვინაიდან ცნობილია, რომ ადამიანისათვის აუცილებელი პროდუქტები ცუდი რეკლამის პირობებშიც იყიდება.

ესა თუ ის საქონელი ყოველთვის გათვლილია რაღაც კონკრეტულ სოციალურ ჯგუფზე. სარეკლამო კამპანიის ეფექტურობისათვის აუცილებელია ამ ჯგუფის ფსიქოლოგიური, ღირებულებითი და კულტუროლოგიური თავისებურებების გათვალისწინება. წინააღმდეგ შემთხვევაში მოსალოდნელია სარეკლამო აქციის კატასტროფული ჩავარდნა. მაგალითად, 1965 წელს ცნობილმა დასავლურ გერმანულმა ავიაკომპანია „ლუფტჰანზამ“ ჩაატარა საკმაოდ წარუმატებელი სარეკლამო კამპანია. რეკლამაში აქცენტი კეთდე-

<sup>145</sup> Сендидж Ч. Фрайбургер В. Ротцолл К. “Реклама: Теория и практика“. 1989. Москва.

ბოდა გერმანელების ისეთ მახასიათებლებზე, როგორცაა სიზუსტე, მეთოდურობა, აკურატულობა. რეკლამის მესიჯი იყო ასეთი: „თუკი თქვენ იცნობთ გერმანელებს, გამოდის რომ თქვენთვის ცნობილია რამდენად ზუსტნი და მეთოდურები არიან ისინი! წარმოიდგინეთ მექანიკოსების სამაგალითო გერმანული აკურატულობა, რომლებმაც მოამზადეს თქვენი რეისი ასაფრენად.“

საპასუხოდ მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხიდან მოდიოდა საპროტესტო წერილები. ისინი ადანაშაულებდნენ „ლუფტჰანზას“ უგემოვნობაში. „სანიმუშო აკურატულობით, ხომ გაზის კამერებსაც აპროექტებდით თავის დროზე“, – ზოგიერთი მკითხველი ასეთ კომენტარსაც ტოვებდა. როგორც ვხედავთ, ერთი კონკრეტული ერის პრიორიტეტის ხაზგასმამ, მაშინ როცა არცთუ შორეულ წარსულში, სწორედ მათ საკმაოდ ნეგატიური ხატება ქონდათ, უზრუნველყო სარეკლამო კამპანიის ჩავარდნა.

სარეკლამო ფორმები და რეკლამიორი კომპანიები განსაკუთრებით სერიოზულ პრობლემებს აწყდებიან ბავშვებთან მიმართებაში. როგორც წესი, რეკლამის მესიჯი, რომელიც რეკლამიდან მოგვეწოდება უსაფუძვლოა (საქონლის მახასიათებლებზე ყალბ, გაზვიადებულ წარმოდგენას გვიქმნის) და შეცდომაში შეყავს ბავშვი. მაგალითად ავიღოთ მშრალი სასმელი „იუპი“. რეკლამაში გამოიყენება სახეები და ფორმულირებები, რომლებიც გვიმტკიცებენ, რომ მოცემული პროდუქტის გარეშე მიუწვდომელია სიხარული („დაბადების დღე დღესასწაულს არ ჰგავდა“), ხოლო მისი მოხმარება შეგმატებთ ენერჯიას და კარგ განწყობას. არადა, კარგად ვიცით, რომ კონცენტრატები რომლებითაც გაჯერებულია „იუპი“ შეიცავენ ბევრ მავნე ნივთიერებას, რის გამოც „იუპის“ დადებითი ეფექტი ფრიად საეჭვოა.

სარეკლამო რგოლების სტრუქტურა, როგორც წესი რეკლამირებულ საქონელზე მცირე პრაგმატულ ინფორმაციას შეიცავს, უპირატესობა კი ენიჭება ჭყეტელა სურათებსა და ფრაზებს, რომლებიც მიმართულნი არიან დასამახსოვრებელი სახეებისა და შესაბამისი განწყობის შექმნაზე. ერთ-ერთი ყველაზე მეტად გავრცელებული ხერხის თანახმად, საბავშვო რეკლამებში გამოიყენება პოლულარული ტელეპროგრამებისა და მულტფილმების (მაგალითად „ადამიანი ობობა“, „სპანჩ ბობი“, „მაგადასკარის პინგვინები“ და ა.შ.) თემებთან და ხასიათთან მისადაგებული საქონელი. მულ-

ტილმების პერსონაჟები გააცოცხლეს თოჯინებში, გაჩნდა ფერადი საკრავები გმირების მთელი ალბომებით, შესაბამისად მოხატული მაისურები და ზურგჩანთები. საქონლის მთელი ეს ასორტიმენტი მულტფილმის ჩვენებასთან ერთად ავტომატურად რეკლამირდება. ხანდახან გვექმნება შთაბეჭდილება, რომ მულტფილმი იმიტომაც იქმნება, რომ შემდეგში იოლად გაიყიდოს ზემოხსენებული საქონელი, და არა შემეცნებითი და გართობის მიზნით.

გამოკვლევები აჩვენებს, რომ რეკლამის ზეგავლენა ბავშვის ფსიქიკაზე არაერთგვაროვანია. რეკლამის შემცველობა მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ბავშვის შეხედულებებსა და ქცევაზე. რეკლამის ყურება ამაღლებს ბავშვის ინფორმირებულობის ხარისხს. ხშირად შედეგები განსხვავებულია, რაც განპირობებულია თავად ბავშვის ფსიქოემოციური განვითარების თავისებურებით! 7-8 წლის ასაკამდე ბავშვი, როგორც წესი, გაჭირვებით იგებს სარეკლამო რგოლის შინაარსს, მითუმეტეს ფარულ მესიჯს. სკოლამდელი ასაკის ბავშვისთვის რეკლამა ძირითადად ესაა ის, რაც პერიოდულად ნყვეტს პროგრამის მსვლელობას. ბუნებრივია რეკლამა არ აქეზებს მცირეწლოვან ბავშვს კონკრეტული ნივთის შესყიდვაზე, მაგრამ ხდის მგრძნობიარეს მის მიმართ. მხოლოდ 8-9 წლის ბავშვი აცნობიერებს რეკლამის მესიჯს და ადეკვატურად რეაგირებს მასზე.

ბავშვების ცნობიერებაზე რეკლამის გადაჭარბებული ზემოქმედება შეიძლება დავაბალანსოთ საკანონმდებლო პრაქტიკით. ამ კუთხით მრავალ ქვეყანაში მკაცრი საკანონმდებლო რეგულაცია არსებობს. რეკლამაში ბავშვებისადმი პირდაპირი მონოდება, გააკეთოთ შენაძენი, როგორც წესი აკრძალულია! ასევე აკრძალულია რეკლამით ბავშვის წაქეზება, მოსთხოვოს მშობელს რეკლამირებული ნივთი.

რეკლამიორ კომპანიებს ასევე ეკრძალებათ ბავშვის გაუთვით-ცნობიერებლობის, მიამიტობისა და მიმნდობლობის სათავისოდ გამოიყენება. ზოგიერთ ქვეყანაში კრძალავენ საქონლის შეთავაზებას, რომელიც თანატოლებში უზრუნველყოფს გარკვეულ სტატუსს. ანუ, რეკლამა არ უნდა აისახოს ბავშვის ფიზიკურ, გონებრივ და მორალურ მდგომარეობაზე!

რეკლამას ზეგავლენა აქვს ინფორმაციული პოლიტიკის მთლიან შემცველობაზე. იგი ხორციელდება სხვადასხვა ფორმით, ძალზე

ხშირად სრულიად ამკარადაც. რეკლამის დამკვეთს შეუძლია დაი-  
წინოს მასმედიიდან რიგი მასალის ამოღება (და არცთუ უშედე-  
გოდ), თუკი მას შესწევს უნარი საქონლის წარმოებას მიაყენოს ზი-  
ანი. რეკლამის დამკვეთები პერიოდულ გამოცემებში აფინანსებენ  
მასალებს, რომლებიც საქონელზე დადებით ინფორმაციას შეიცა-  
ვენ. ასე რომ გამოიყენება ე.წ. ფარული რეკლამა.

ქალები და ახალგაზრდობა – რეკლამის ორი მეტადრე სარფია-  
ნი სამიზნე – ნაკლებად ინტერესდებიან პოლიტიკითა და ზოგად-  
სოციალური პრობლემების შესწავლით. ამიტომაც პოლულარული  
გადაცემებიდან, პრაიმ-თაიმებიდან ამოაქვთ პოლიტიკა და ად-  
გილს უთმობენ უფრო ინტიმურ, საოჯახო და საშინაო თემებს.

უპრინაია განვიხილოთ კომუნიკაციის ახალი საშუალებები,  
ამასთან კონტექსტში საზოგადოებასთან. მე-20 საუკუნის მიწუ-  
რულს ფართედ გავრცელდა მასობრივი კომუნიკაციის საშუალე-  
ბები: სატელევიზიური და საკაბელო ტელევიზია, ვიდეო, კომპიუტერ-  
ები.

ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიები იძლევიან საშუალებას  
ეფექტურად გამოვიყენოთ ეროვნული და ზოგადსაკაცობრიო ინ-  
ფორმაციული რესურსი, რაც ცივილიზაციის განვითარების ერთ-  
ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია.

ინფორმაციული პროცესები საზოგადოების სხვადასხვა სფე-  
როში იმგვარად ვითარდება, რომ მოსახლეობა შრომის პროდუქ-  
ტად აღიქვამს არა იმდენად მატერიალურ ღირებულებას, რამდე-  
ნადაც ინფორმაციასა და მეცნიერულ ცოდნას. შეერთებულ შტა-  
ტებში მოსახლეობის 60% დაკავებულია ინფორმაციის დამუშავე-  
ბითა და გადაცემით, რაც შეადგენს მათი მოღვაწეობის ამოსა-  
ვალს.

განათლებაში აქტიურად ჩაინერგება ახალი ინფორმაციული  
ტექნოლოგიები. ტელეკომუნიკაციური საგანმანათლებლო პროექ-  
ტების რეალიზება ყველაზე ხშირია. სატელეკომუნიკაციო ქსელი  
Janet ინგლისის ყველა უნივერსიტეტს აერთიანებს, ხოლო სატელე-  
კომუნიკაციო პროექტ “Campus – 2000”-ის ფარგლებში გაერთიანე-  
ბული აღმოჩნდა სხვადასხვა ქვეყნიდან 2000 სკოლა. სატელეკომუ-  
ნიკაციო პროექტების თემები საკმაოდ მრავალფეროვანია: „თეატ-  
რი“, „ქიმიური პროექტი“, „პროგრამირების რუსულ-ამერიკული  
კურსი“ და ა.შ. მსგავსი პროექტების მიზნებში შედის სხვადასხვა

ქვეყნის ხალხთა შორის კულტურული დიალოგის განვითარება, უცხო ენების გათავისება, შემეცნებითი ინიციატივის განვითარება და სხვა. ვინაიდან ტელეკომუნიკაციები ინფორმაციის თავისუფალ გაცვლას ეფუძნებიან, ისინი ასტიმულირებენ მოსწავლეთა შემეცნებით მოღვაწეობას, ხელს უწყობენ სწავლების ჰუმანიტარული ასპექტების გაღრმავებას, აიოლებენ კულტურათშორის კონტაქტებს.

ინფორმაციის გადაცემის „ძველი“ საშუალებები – რადიო, ბეჭდური სიტყვა, ტელევიზია – რადიკალურად განსხვავდება ახლისგან, განსხვავებულია ადამიანის ფსიქიკაზე მათი ზემოქმედების სპეციფიკა. ახალი ტექნოლოგიები შეუზღუდავად გვაკავშირებენ ინფორმაციის უზარმაზარ მასივებს. უზრუნველყოფილია ინფორმაციის ნყაროსთან ურთიერთქმედების ინტერაქტიურობა, რაც ფსიქოლოგიური გამოკვლევების თანახმად ამარტივებს რიგი ახალი უნარჩვევების ათვისებას.

მედიის დახმარებით შესაძლებელი გახდა „მიუკაკუნო“ მცირე, უჩინარ აუდიტორიებსაც, რომელთა სპეციფიური ინტერესები უკვე მხედველობაში მიიღება. სატელიტური და საკაბელო ტელევიზიის სპეციალიზირებული არხები, ინტერნეტი მოცემულ შემთხვევაში მსახურობენ თვითპრეზენტაციის საშუალებებად.

ახალი ტექნოლოგიების გავრცელებასთან ერთად წარმოიშობა მათი მისაწვდომობის პრობლემა. კომპიუტერის ანდა სატელიტური თეფშის ღირებულება საკმაოდ მაღალია და ხელმისაწვდომი არაა ყველასთვის. თუმცა ისიც არ უნდა გამოგვრჩეს, რომ ადგილობრივი მთავრობები მოსახლეობის ინფორმაციული ტექნოლოგიებით აღჭურვისათვის მთელ რიგ პროექტებს უძღვებიან. მაგრამ შედარებით უზრუნველყოფილი მოსახლეობა ინფორმაციული მასივების მიღებისას ფლობს პრიორიტეტებს. საბოლოო ჯამში მივიღებთ ასეთი ვითარებას: ერთ მხარეს „ინფორმაციულად უზრუნველყოფილი“ და მეორე მხარეს „ინფორმაციულად გარიყული“ ინდივიდები, რომლებიც ურთიერთშორის ძიძგილაობენ.

დღეს დრო და სივრცე არ წარმოადგენენ ბარიერს ინფორმაციის მიმღებისთვის, რაც საზოგადოების განვითარების ახალ პერსპექტივებსა და ასევე ახალ პრობლემებსა და სირთულეებს ქმნის.

ზეგავლენა, რომელსაც უახლესი მედია ადამიანთა, განსაკუთრებით მოზარდ ახალგაზრდათა ცნობიერებაზე ახდენს ჯერაც არაა ბოლომდე გაანალიზებული.

ყურადღებას იმსახურებს მოზარდებისა და ახალგაზრდების წრეში ერთობ პოპულარული CD და DVD დისკების კატეგორია და ვიდეომუსიკა. ვიდეომუსიკამ ფეხი მოიკიდა უკვე 1980 1990-იან წლებში. მე-20 საუკუნის 80-90 წლების ვიდეომუსიკა შეიძლება განვასხვავოთ მე-20 საუკუნის 60-იანი წლების მოჯანყე როკ-მუსიკისგან, ვინაიდან მას ახასიათებს არსებული სოციალუ-პოლიტიკური სისტემის მიმართ დამთმენობა. აღნიშნულ 60-იანებში მუსიკა პროტესტისა და ნონკონფორმიზმის მუხტს ატარებდა. დღევანდლობაში მუსიკა სომნამბულურ მდგომარეობაში უფრო გავგდებს, ვიდრე გვიბიძგებს გარკვეული ქმედებისაკენ. ის ინვეს ეიფორიას, სიზმრისეულ ჩვენებებს აღძრავს, ფანტაზიის იმიტირების საშუალებას გვაძლევს. ვიდეომუსიკა მოვლენათა თანმიმდევრულობით არ გამოირჩევა, მასში არც ყოფითი ლოგიკა და სიუჟეტიკა. არის კაშკაშა ფერები, ნიღბები და მოდური ტანსაცმელი.

ხდება ხოლმე, ვიდეომუსიკა ძალადების ელემენტებსაც შეიცავს. სხვადასხვა მუსიკალური არხების, მათ შორის MTV-ს, VIVA Polska-ს ტრანსლაციებში ადვილად ნავაწყდებით მტრულ და აგრესიულ ქმედებებს. ვიდეომუსიკის სიზმრისეულ ზმანებებში ხშირად მსხვერპლისა და აგრესორის როლები გადათამაშდება. ჩვეულებრივი სატელევიზიო პროგრამებისაგან განსხვავებით, აქ ქალები და ხანდაზმულები აგრესორის ამპლუაშიც გვხვდებიან. ასევე ვიდეოკლიპების გავრცელებული თემაა სექსუალური ურთიერთობები. ზოგიერთი კრიტიკოსის თანახმად ვიდეომუსიკაში მსგავსი დისბალანსი აუდიტორიაზე (ვიდეომუსიკაში ღრმად ჩაფლობის დროს) ნეგატიურ ზემოქმედებას იქონიებს. ისინი სწავლობენ აგრესიულობას, უპასუხისმგებლობას, ეჩვევიან უყაირათო ცხოვრების წესს.

როცა ვცდილობთ შევაფასოთ მოზარდის ცნობიერებაზე ვიდეომუსიკის ზეგავლენა, კლიპის აღქმისას მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ გენდერული და კულტურათშორისი განსხვავებები. მაგალითად, ახალგაზრდობის მიერ ცნობილი პოპ-მომღერლის მადონას კლიპების აღქმა დამოკიდებულია მათ სქესსა და რასობრივ

კუთვნილებაზე (თეთრი/აფროამერიკელი), მომლერალისადმი პირად დამოკიდებულებაზე (თაყვანისმცემელი/კრიტიკოსი).

მოზარდებს შორის რატომაა აგრერიგად პოლულარული ვიდეომუსიკა? რა უბიძგებთ უსმინონ მას? ჩატარდა 600 ამერიკელ მოზარდს შორის გამოკითხვა და გაირკვა, რომ ვიდეომუსიკისადმი ინტერესის ძირითადი მოტივია მუსიკისადმი სიყვარული, მისწრაფება მიიღო სიამოვნება, მოეშვა, მოთხოვნილება „გაიყვანო დრო“, მისწრაფება გაექცე რეალური ცხოვრების პრობლემებს, იგრძნო თავი უკეთ. ვიდეოკლიპების ნახვაზე დახარჯულ დროსა და სკოლაში მოსწავლეების თვითგანწყობას შორის მნიშვნელოვანი კორელაცია იყო აღმოჩენილი: მოსწავლეები, რომლებიც სკოლას სიამოვნებით სტუმრობენ, ვიდეომუსიკას არ ეტანებიან. ხოლო ისინი, ვისთვისაც სკოლა უარყოფით ემოციებს უკავშირდება, ხშირად უყურებენ მუსიკალურ არხების პროგრამებს და უსმენენ YouTube-ს. მაღალი სოციო-ეკონომიკური კლასის წარმომადგენლები განსხვავებით მათი ღარიბი თანაკლასელებისაგან, ასევე ნაკლებად ინტერესდებიან ვიდეომუსიკით.

როგორც იკვეთება ვიდეომუსიკა ახალგაზრდობისთვის სინამდვილიდან გაქცევის საშუალებად იქცა. ესაა მცდელობა შექმნას საკუთარი სამყარო, სადაც ყველაფერი კარგადაა<sup>146</sup>, არაა რთული პრობლემები, სამყარო, რომელიც იძლევა შესაძლებლობას დაიმუხტო ენერგიით და დაისვენო. ვიდეომუსიკის ეს ფუნქცია არ შეიძლება ცალსახად ნეგატიური იყოს. თუკი ვიდეომუსიკა სამყაროდან დროებით გაქცევის საშუალებაა, ის გვეხმარება რეალურ ცხოვრებაში პრობლემების გადასაჭრელად საჭირო ენერჯის დაზოგავაში და შესაბამისად თამაშობს პოზიტიურ როლს.

ბოლო დროს მსოფლიოში პოლულარული გახდა კომპიუტერული ვიდეოთამაშები. შესაბამისად ამ თემაზე დებატებიც მოხშირდა. აინტერესებთ მათი ზეგავლენა ბავშვებისა და მოზარდების ფსიქიკაზე. დიკუსიები გამოწვივა თავად ვითეოთამაშების შემცვე-

---

<sup>146</sup> შარლ ბოდლერის პროზად დაწერილი ლექსის დარად, „ორმაგი ოთახი“ (ქართულ სივრცეში გამოიცა ზვიად გამსახურდიას შესანიშნავი თარგმანით). „ორმაგ ოთახში“ სიზმრისეულ ზმანეებს აღძრავს ჰამიში. ჩვენს შემთხვევაში კი „ახალგაზროდობის ოპიუმი“ ვიდეომუსიკაა.

ლობამ, სადაც მოთამაშე ასრულებს მრავალრიცხოვან აგრესიულ ქმედებებს.

ზოგიერთი კრიტიკოსის აზრით ვიდეოთამაშებში უმღერიან ძალადობას და აპროვოცირებენ ანტისოციალურ ქმედებებს. ვიდეოთამაშებით ძლიერ გატაცებული ადამიანი, მათი აზრით, მოსალოდნელია რეალურ ცხოვრებაშიც მოიქცეს აგრესიულად. მსგავსი შიშები არცთუ უსაფუძვლოა, ვიანიდან აგრესიულ ქცევასა და ვიდეოთამაშებისადმი ინტერესს შორის არსებობს კორელაცია. და ისიც მართალია, რომ ბავშვებში აგრესიული ვიდეოთამაშების შემდეგ ნამდვილად მატულობს აგრესიულობა.

განსხვავებული თვალსაზრისით ვიდეოთამაშების ნეგატიური ზეგავლენისადმი შიში გაზვიადებულია. პირიქით, შესაძლოა ვიდეოთამაშებმა საზოგადოებაში არასასურველი ქცევებიც კი დათრგუნონ. ვიდეოთამაშები შეიძლება სასარგებლო იყონ პერცეფციული და მოტორული უნარჩვევების განვითარებასათვის. კომპიუტერის აქიური მომხმარება პოზიტიურადაა დაკავშირებული იმპულსურობის რეიტინგულ შეფასებებთან, ხოლო სასკოლო მოსწრებასთან კი ნეგატიურად.

საჭიროა ვილაპარაკოთ ინტერნეტის სოციალურ ასპექტებზეც. ვინაიდან იგი საყოველთაოდ ხელმისაწვდომია, ინტერნტს შესწევს უნარი ადამიანებში შეასუსტოს უთანაბრობა. ელექტრონული კომუნიკაციების ახალი სახეობების განვითარება ტექნიკურ საფუძველს ქმნის პოლიტიკური სისტემის ტრანსფორმაციისათვის. შეუზღუდავი რაოდენობის ადამიანს ეძლევა შესაძლებლობა ონლაინ გაეცნოს კანონპროექტების ტექსტებს და მიიღოს მაქსიმალური ოდენობის ანალიტიკური ინფორმაცია. პრაქტიკულად საზოგადოების ნებისმიერ წევრს ძალუძს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა ავტორად ყოფნა. ზოგიერთი ინდივიდი ცალკეულ საიტს უფრო ხშირად სტუმრობს, ვიდრე მრავალი ორგანიზაცია ან რიგი ეროვნული მთავრობა. ინტერნეტი პოლიტიკაში ითრევს რიგით მოქალაქეებს და აძლევს მათ შესაძლებლობას დააფიქსირონ თავიანთი მოლოდინები თუ საჩივრები. ინტერნეტში კომუნიკაციისთვის უცხოა ძალაუფლება და დომინირება. იგი ელიტასა და ჩვეულებრივ ადამიანებს შორის უთანაბრობის ელიმინირებას ახერხებს.



ზემოაღნიშნული ოპტიმისტური მოლოდინები ცხადია ყოველთვის როდი მართლდება. სწავლულები ბოლო დროს საუბრობენ ე.წ. ციფრულ განხეთქილებაზე (digital divide). საზოგადოების გახლეჩილობიდან გამომდინარე (განსხვავება შემოსავალში, წარმოშობასა და განათლების დონეში და ა.შ.) მოსახლეობის გარკვეულ ნაწილს ხელი არ მიუწვდება ინტერნეტზე. მაგალითად, საქართველოს მაღალმთიან რეგიონებში. გამოდის რომ ასეთი ვითარებაში თანამედროვე ინფორმაციული და კომუნიკაციური ტექნოლოგიებიც კი სრატიფიცილების იარაღია.

ინტერნეტი გვაძლევს აუდიტორიაზე ინფორმაციული ზემოქმედების ფართე შესაძლებლობას. იგულისხმება მომხმარებლური ქცევის სტერეოტიპების ტრანსლაცია, როდესაც კონკრეტული პოლიტიკოსებისა და პოლიტიკური პარტიების პროპაგანდისტული კამპანიები ტარდება. ინტერნეტიდან ხორციელდება ზემოქმედება როგორც მასობრივ აუდიტორიაზე, ასევე ექსპერტებზე, რომლებიც გადამჭრელ გადაწყვეტილებებს იღებენ.

ინტერნეტი არის წყარო ახალი, პოსტმოდერნისტული საზოგადოების ფორმირებისა. ბექდური (ინდუსტრიული) საზოგადოება უპირისპირდება ელექტრონულს. ელექტრონულ საზოგადოებაში როლები მკვეთრად უკვე აღარ არის გამიჯნული (როგორც ეს იყო ბექდურ საზოგადოებაში). ინტერნეტ-კომუნიკაციების დროს ანონიმურობა და ფიზიკური პრეზენტაციის ზედმეტობა მთელი რიგი ბარიერების მოშლას იწვევენ (ბარიერები განპირობებული იყო ინდივიდების ისეთი მახასიათებლებით, როგორიცაა სქესი, ასაკი, სოციალური სტატუსი, გარეგნობა). ელექტრონული კომუნიკაციის ზემოაღნიშნული თავისებურებანი ურთიერთობებს ანიჭებენ ახალ ხარისხს. კომუნიკაციის სუბიექტი ხდება უფრო გაბედული. მას ეძლევა თვითპრეზენტაციისთვის უკეთესი შანსები.

ინტერნეტით ნორმებისა და ღირებულებების ტრანსლაციაც ხდება. თუკი მომხმარებლები უცხო ენებს ფლობენ, ქსელში ნორმატიული ცივილიზაციური ორინტირების შეჯახებაცაა მოსალოდნელი. ამ შეჯახების შედეგია „სხვა“ საზოგადოების ნორმების მიმართ მეტი ტოლერანტობა. ასევე მეტი დამოუკიდებლობა საკუთარი კულტურული სივრცისგან.

ახალი კომუნიკაციური საშუალებები ხელს უწყობენ „ტრანსნაციონალიზაციას“. შესაძლებელია შორ დისტანციაზე სამუშაოს

შესრულება, ანუ მუშაობა „ვირტუალურ ოფისში“. შედეგად იზრდება სამუშაო ძალის მობილურობა. ბაზრის გლობალიზაცია, კვალიფიცირებული სამუშაო ძალები, განვითარებული განათლების ელექტრონული სისტემა – შესაძლებელს ხდის ჩამორჩენილი ქვეყნების განვითარებას. კომპიუტერული და ინფორმაციული ტექნიკის სწრაფი პროგრესი, მათზე დაბალი ფასები ქმნიან ერთიანი ეკონომიკური სივრცის შექმნის წინამძღვრებს, ასევე შანსს მასში განვითარებადი ქვეყნების ჩართვისა.

ინტერნეტი ადამიანური პრაქტიკის მრავალ სფეროში პოვებს გამოყენებას, ადამიანის მოღვაწეობას სახეს უცვლის და ზეგავლენას ახდენს მის ფსიქიკაზე. ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენების შედეგებს ამბივალენტური ხასიათი აქვთ: კომპიუტერულ ქსელში ნებისმიერმა საქმიანობამ (თამაში, კომუნიკაცია, შემეცნება) შეიძლება როგორც ხელი შეუწყოს პიროვნების მრავალმხრივ განვითარებას, ასევე მიიყვანოს არასასურველ შედეგებამდე. ინტერნეტით ზედმეტი გატაცების შედეგი შეიძლება იყოს სუბიექტის მოტივაციურ-პიროვნული სფეროს შეცვლა, ე.წ. ინტერნეტ-დამოკიდებულების გაჩენა.

ინტერნეტის გამოყენების სოციალური და ფსიქოლოგიური შედეგები საკმაოდ დინჯად უნდა შევაფასოთ. სხვადასხვა ქვეყნებისა და სოციალური ჯგუფების წარმომადგენელთა შორის გაცვლითი პროცესის ინტენსიფიკაციას, რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებას, მომხმარებელთა მრავალი კატეგორიის (ვინც გადაიტანა ფსიქოლოგიური ტრამვა, მარტოხელები, ინვალიდები) ფსიქიკურ სიჯანსაღეს ცხადია პოზიტიური მნიშვნელობა აქვს. თუმცა, ნეგატიურ შედეგებზეც არსებობს მონაცემები. როცა საქმე ეხება გადანყვეტილებების შემუშავებასა და მიღებას, ორგანიზაციაში კომპიუტერული ქსელების აქტიურ გამოყენებას სულაც არ მიყვავართ პროცესების დემოკრატიზაციამდე. არსებული მონაცემების თანახმად ინტერნეტის ინტენსიური გამოყენება იწვევს სოციალური კონტაქტების შემცირებას სრულ მარტობამდე, ოჯახში ურთიერთობების დაძაბვას, დეპრესიულ მდგომარეობას. ზემოთქმულიდან გამომდინარე ინტერნეტმა მისთვის განკუთვნილი სოციალური ნიშა უნდა დაიკავოს. კაცობრიობისა და ცალკეული ადამიანისთვის ინტერნეტის მნიშვნელობის გადაფასება საჭიროებს კორექტირებას.

შემდეგი განხილვის საგანია **ჭორები საზოგადოებაში** (წყაროები და დინამიკა; ჭორების განსაზღვრება და კლასიფიკაცია). ჭორები ესაა ამბები, ცნობები, რომელთა სარწმუნოობაც დადგენილი არაა. ჭორები სხვადასხვა დისციპლინებში არაერთგვაროვნად ინტერპრეტირდებიან. ამ ფენომენის სოციოლოგიური გაგება წარმოდგენილია ტ. შიბუტანის ზოგიერთ ნაშრომში. იგი ჭორების ფუნქციონირებას აკავშირებდა კომუნიკაციების ეფექტურ განვითარებასთან, კერძოდ კი ფორმალურ (ოფიციალურ) კომუნიკაციასთან. დეფინიციის სოციოლოგიური ასპექტი ასევე გამოკვეთილია ნ. სმელზერთან. სმელზერი ჭორებს ბრბოში კოლექტიურ ქცევებთან აკავშირებს. ბრბო, მოგეხსენებათ, ესაა ადამიანთა ფართო ჯგუფი, რომელშიც ერთმანეთთან უშუალო კონტაქტში იმყოფებიან. იგი არაორგანიზირებული და სტიქიურია. იქვე ჭორები წარმოდგენილია კომუნიკაციის ყველაზე გავრცელებულ სახეობად. ჭორები ხომ რალაც დოზით ახსნიან ვითარებებს, რომლებშიც ადამიანები ვერ გარკვეულან.

ურიგო არ იქნება მოვიყვანოთ გ. ოლპორტისა და ლ. პოსტმანის განსაზღვრებები: ჭორები ესაა სპეციფიურად, ანდა ბოროტად გამოთქმული შეხედულება, რომელიც ადამიანიდან ადამიანს გადაეცემა ზეპირი მეტყველების საშუალებით, სარწმუნო, საიმედო სტანდარტების წარდგინების გარეშე.

სხვადასხვანაირი ჭორები არსებობს, შესაბამისად მათი კლასიფიცირების მრავალი საფუძველი. ჭორებს ანსხვავებენ მათი შემცველობით (პოლიტიკური, ეკონომიკური, ეკოლოგიური და ა.შ.); დროითი ორიენტაციით (ჭორები, რომლებიც ეხებიან წარსულს და წინასწარმეტყველურნი); წარმოშობის ტიპით (სპონტანურნი, მიზანდასახულნი და წინასწარგანზრახულნი) და რეალობასთან მათი დამოკიდებულებით (რაციონალურნი, ფანტასტიკურნი).

ჭორების კლასიფიკაცია შეიძლება ადამიანთა იმ მოთხოვნილებების საფუძველზეც, რომლებსაც ისინი აკმაყოფილებენ (Knapp R.H. Psychology of Rumor // Public Opinion Quarterly. 1944. Vol. 8). ამ კრიტერიუმის თანახმად სამი სახის ჭორს გამოყოფენ: ჭორი-ოცნება, ჭორი-საფრთხობელა, ჭორი-დამშორებელი. ჭორი-ოცნება იმ ადამიანების იმედებსა და მისწრაფებებს ასახავს, ვის წიაღშიც ის ცირკულირებს. ჭორი-საფრთხობელა გამოხატავს საზოგადოე-

ბაში გავრცელებულ შიშებსა და შფოთს. ასეთი ჭორები სოციალური დაძაბულობისა და მწვავე კონფლიქტის დროს ხშირად აღმოცენდება. ჭორი-დამშორებელი ეფუძნება სხვა სოციალურ ჯგუფებთან დაკავშირებით საზოგადოებაში გავრცელებულ ნეგატიურ ცრურწმენებს, რაც ამ ჯგუფებისადმი აშკარა ნეგატიურ (აგრესიულსაც კი) დამოკიდებულებას იწვევს.

განვიხილოთ ჭორების აღმოცენებისა და გავრცელების ფაქტორები. ჭორების დახმარებით რეალობის ცვლილებებთან ადაფტაციის ხარისხი იზრდება. მოგვეხსენება, რომ საზოგადოება მუდამ ვითარდება, იცვლება. შესაბამისად, ზოგიერთი ახალი მოვლენა შეუძლებელია აიხსნას უკვე არსებული კონცეფციის პოზიციიდან. ახალ რეალებთან ადაფტაცია კი სწორედ ჭორების გადაცემისა და განხილვის გზით ხდება. ამრიგად, ჭორები პრობლემის გადაჭრაზე ორიენტირებული კოლექტიური ურთიერთქმედების საშუალებებია. კატასტროფებისა და სოციალური მღელვარებების დროს ჭორების აღმოცენება განსაკუთრებით არის მოსალოდნელი. ჭორები შეიცავენ ცნობებს, უფრო სწორედ, ჭორები ესაა ცნობები, რომელთათვის არ მოიძებნა ადგილი მაუწყებლობის ოფიციალურ საშუალებებში. ინფორმაციის გაცემის დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა, დისონანსი მასმედიით გაშუქებული უწყებათა და ცნობებს შორის რომლებიც გვეხმარებიან სინამდვილის გაგებაში, ქმნიან ჭორების გავრცელებისა და ცირკულაციის საფუძველს.

ხაზი უნდა გაესვას ჭორების აღმოცენების ციკლურ ხასიათს. ისინი დამოკიდებული არიან დროების სულზე, საზოგადოებაში შემდგარ შეხედულებათა სისტემაზე. ციკლურად აღმოცენებულ ჭორებს განეკუთვნება ჭორები რიტუალურ მკვლევობებზე, რომლებიც წარმოადგენენ კონკრეტულ ილუსტრაციას ე.წ. ფანტასტიური ჭორებისა (კ.გ. იუნგი). მაგალითად, მე-17დან მე-20 საუკუნემდე გავრცელებული იყო ჭორები, რომლებშიც მსგავსი მკვლევობები მიენერებოდათ ებრაელებს. მათ აღმოცენებას მნიშვნელოვანად უწყობდა ხელს მუდმივი შიშები, ცრურწმენები, მტრული განწყობა და ამ ებრაელი ერის თავისებურებების არცოდნა.

მიუხედავად ჭორების მაკროსოციალური მნიშვნელობისა, არანაკლებ როლს თამაშობს კომუნიკანტების პიროვნული თავისებურებანიც. უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი, რომელიც ხელს უწყობს ჭორებისადმი ინტერესს, არის ინფორმაციული გაურკვეველობა,

ე.ი. ამათუიმ თემასთან დაკავშირებით ინდივიდში ინფორმაციის უკმარობის სუბიექტური განცდა. ქორების აღმოცენების მეორე დეტერმინანტი არის ადამიანისათვის ქორების თემის მიმზიდველობა, როდესაც ქორის თემატიკა პიროვნების ღირებულებებთან და ინტერესთა სისტემასთან რელევანტურია.

ორი მითითებული ფაქტორი (გაურკვეველობა და მიმზიდველობა) შევიდა ენ ქორების კანონის ფორმულაში. აღნიშნული ფორმულა შემოგვთავაზა გ. ოლპორტმა დაა ლ. პოსტმანმა. ამ კანონის შესაბამისად, ქორების ინტენსივობა დამოკუთმებულია აუდიტორიისათვის ქორების თემატიკის მიმზიდველობასა და ინფორმაციული ბუნდოვანების დონეზე. თუმცა, გამოკვლევების შედეგები ყოველთვის როდი ადასტურებენ ზემოხსენებულ დამოკიდებულებას. მაგალითად, სუბიექტისთვის თემის მიმზიდველობა გადამჭრელი ფაქტორი არაა. ხანდახან ადამიანები ავრცლებენ ქორებს, რომლებიც მათზე უფრო სხვებისთვისაა მიმზიდველი.

შეგვიძლია კიდევ ერთი ცვლადი დავასახელოთ, რომელიც ზემოქმედებს ქორებისადმი ინტერესზე. ესაა ინდივიდის შფოთვის დონე, აფექტური მდგომარეობა, რაც გამონვეულია არასასურველ მოვლენათა წინასწარგანჭვრეტიტ. უფრორე ალტყინებული ადამიანები ხშირად განიხილავენ და ავრცელებენ ქორებს. ქორის სინამდვილეში რქმენა, ასევე ხელს უწყობს მის გავრცელებას.

გადაეცემა რა ერთი ადამიანიდან მეორეს, ქორი ექვემდებარება სხვადასხვა სახის ტრანსფორმაციებს. შესაძლებელია ამ პროცესის სამ ტიპის მონიშვნა: შერბილება, გაბუქება და მისადაგება. შერბილებისას ფაბულა მიიღება იმ დეტალების შეკვეცის ხარჯზე, რაც მოცემული აუდიტორიისთვის არ იყო მიმზიდველი. გამძაფრებისას ხდება იმ დეტალების მნიშვნელობის გაზრდა, რომელიც აუდოტორიისთვის არსებითია. მიმზიდველობისა და ნაკლებდმიმზიდველობის შეფასება აბსოლუტურად სუბიექტურია და დამოკიდებულია ქორის გადამცემი ადამიანის ინტერესებსა და მოთხოვნილებებზე. მისადაგებისას შეინიშნება ქორის ფაბულის მიახლოვება აუდიტორიის ფსიქოლოგიურ, კულტურულ, ეთნიკურ თავისებურებებთან. თუმცაღა, შესაძლოა ასევე ქორის სტრუქტურის გართულება. დამახინჯების მითითებული მექანიზმები ჩვეულებრივ ერთდროულად მოქმედებენ და ხშირად მიგვიყვანენ ქორის პირვანდელი მოცელობისა და შემცველობიდან დაშორებამდე.

ჭორების გავრცელებაზე აქტიურ ზემოქმედებას ახდენს მასობრივი ინფორმაციული საშუალებები. მედიაში რაიმე თემის ირგვლივ ინფორმაციის უკმარობა, ან სულაც ინფორმაციული ვაკუუმი ხელს უწყობს ამ თემატიკის ირგვლივ ჭორების აგორებას და მათ ცირკულაციას. ისინი ვითომდა ცხადყოფენ საქმის ვითარებას.

მასმედია აქვეყნებს რა გადაუმონმებელ ინფორმაციას, შეიძლება იყოს ჭორების უშუალო წყარო. ამას გარდა, ტელევიზია და პრესა დროდადრო ჭორების ჩახშობაშიც თამაშობენ მნიშვნელოვან როლს (წარმოგვიდგენენ რა ნათელ და დეტალურ ინფორმაციას ჭორების თემატიკის ირვლივ).

ყველა ჭორს აქვს თავისი „სასიცოცხლო ციკლი“, ანუ მოქმედების ვადა. ზოგიერთი ჭორი ბუნებრივი სიკვდილით „კვდება“. ისინი იფუშებიან, რადგანაც ადამიანები უბრალოდ იღლებიან მოცემული თემით და თავიანთ ყურადღებას ახალ მოვლენებს მიაპყრობენ. ჭორება ქრება, თუკი მათგან განპირობებული შიშები და დაძაბულობა ჩაცხრა. ჭორის გასაბათილებლად მიღებული ღონისძიებები ასევე შეიძლება იყოს მისი სიკვდილის მიზეზი.

შემდეგ საკითხად განვიხილოთ ჭორების ზემოქმედების შედეგები. ეს შედეგები შეიძლება სამ დონეზე იყონ განხილულნი (ინდივიდუალური, ჯგუფური და ეროვნული). ცელკეული ინდივიდის დონეზე, ჭორი შესაძლოა ემოციონალური დაძაბულობის მოხსნის საშუალება იყოს, ვინაიდან ჭორის განხილვის დროს ადამიანი ანთხევს ბოლმას. თუმცა ცალკეულ შემთხვევაში არათუ განმუხტავს დაძაბულობას, როგორც ვიტყვით ქართველები, „ნავთზე ცეცხლაც ასხამს“. ჭორები გაურკვევლობისაგან გათავისუფლებაში გვეხმარება, ის შეავსებს და ასრულებს რეალობის სურათს. ჭორები შეიძლება გართობის მიზნითაც აიტაცონ, ის შეიძლება მავანთათვის დროის სასიამოვნოდ გატარების საშუალება იყოს.

ხშირად ჭორები ზეგავლენას ახდენენ უშუალოდ ადამიანების ქცევებზე. სამოქალაქო უწყისრიგობის კუთხით მომუშავე კომისიამ შეერთებულ შტატებში დაადგინა, რომ მე-20 საუკუნის 60-იან წლებში ჭორები ამერიკულ საზოგადოებაში აძლიერებდნენ დაძაბულო-

ბას და იყვნენ მიზეზი მასობრივი მღელვარებებისა. მაგალითად თუნდაც ქორები კუ-კლუქს-კლანის<sup>147</sup> საიდუმლო მოღვაწეობაზე.

ქორების ზემოქმედება ჯგუფის დონეზე ვლინდება ჯგუფური და კლასობრივი საზღვრების მხარდაჭერის ფორმით: სოციალური ჯგუფები ქორების დახმარებით ხაზს უსვამენ მათსა და „სხვებს“ შორის არსებულ განსხვავებებს, რაც თავისებურად ხელს უწყობს ჯგუფური იდენტურობის ფორმირებას. ქორების ორომტრიალში ჩართვა ჩალკეული ადამიანში ჯგუფში ინტეგრირების საშუალებაა. იზიარებს რა ჯგუფში გავრცელებული ქორის შემადგენელ ინფორმაციას, ადამიანს უძლიედება „ჩვენ-ჯგუფის“ ცხადი შეგრძნება. ქორები „სოციალური ბარომეტრის“ ფუნქციას ასრულებენ. ისინი მსახურებენ ჯგუფში შექმნილი სოციალური კლიმატის ინდიკატორად. ქორები განსაზღვრულ საკითხთან დაკავშირებით ჯგუფის შეხედულებას გამიხატავენ. ისინი შეახსენებენ ჯგუფის წევრებს კონკრეტულ საკითხთან დაკავშირებით რა პოზიცია უნდა ეკევიოთ.

ზოგადსოციალურ, ეროვნულ დონეზე ქორები სხვადასხვა მიზნებს ემსახურებიან. ისინი თითქოსა ასრულებენ „საცდელი ბუშტების“ როლს: ჩაუშვებენ რა შესაბამის როლს, არკვევენ, ვინ და როგორ რეაგირებს მათზე. გარკვეული ჯგუფის რეაქციის წინასწარ ცოდნა გარკვეულ გამღიზიანებლებზე სამომავლო სტრატეგიის შემუშავების წინაპირობაა. ქორები მოსახლეობის თვალში პოლიტიკური ან სხვა სახის ოპონენტების დისკრედიტაციის მიზნითაც გამოიყენება. განსაკუთრებით ხშირია მსგავსი ქორები საარჩევნო კამპანიის წინ. ქორები პოლიტიკური მოძრაობის ანდა პოლიტიკური პარტიის მოკავშირეთა კომპრომენტირებისთვისაც გამოიყენება. ამისი გაკეთება აშკარად, მედიით უხერხული და მიუღებელია. მოგვეხსენება, რომ „წინა პლანზე“, სცენაზე ერთსულოვნების დემონსტრირება უფრო სარფიანია. აი, ქორები, რომ სწორედ ზედგამოჭრილია მსგავსი ბინძური საქმისთვის. მათი ავტორი ხომ უცნობია.

---

<sup>147</sup> *Ku Klux Klan*. შეერთებული შტატების ულტრამემარჯვენე ორგანიზაცია. ის იცავს თეთრების უპირატესობის იდეას, თეთრ ნაციონალიზმს. მე-20 საუკუნის შუა წლებში კუ-კლუქს-კლანი ასევე გამოდიოდა კომუნიზმის წინააღმდეგ. ამ ორგანიზაციასთან აკავშირებენ *ლინჩის სასამართლოს* ცნების გაჩენას.

ჭორების დახმარებით შეიძლება მოსახლეობის პროვოცირება, მოსახლეობის იძულება მოიქცნენ კონკრეტული სახით (თუკი ეს კონფლიქტის ერთი მხარისთვის მომგებიანი აღმოჩნდა). მხედველობაში გვაქვს მასობრივი უნესრიგობა, გაფიცვები, პროდუქტებზე მოთხოვნის აჟიოტაჟი და მსგავსი აქციები. ამ მეთოდს ჯერ კიდევ ჩინგიზ ხანი იყენებდა. თავისი არმიის სიდიდეზე მის მიერ გავრცელებული ჭორი მონინალმდეგეთა საომარ სულს და გამბედაობას იმთავითვე აკნინებდა.

საინტერესოა როგორ ხდება ჭორების პროფილაქტიკა და დეზავუირება<sup>148</sup>. მიმოვიხილავთ რა ჭორების გენეზისსა და სტრუქტურას, არ შეიძლება არ შევეხოთ მათი კონტროლის საშუალებებს. პერიოდულად სხვადასხვა ქვეყნებში ცდილობენ ჭორების გავრცელების საწინააღმდეგოდ შემოიღონ ნეგატიური სანქციები. თუმცა ისიც ცხდია, რომ ჭორებთან ბრძოლის ძალისმიერი მეთოდების ეფექტურობა დღემდე არ დადასტურებულა.

ჭორების ძალისმიერი მეთოდით გადაჭრის სირთულეებმა გვაიძულა ყურადღება გაგვემახვილებინა მათ პროფილაქტიკაზე (მდედველობაში გვაქვს ის სფერო, რომლითაც იკვებება ჭორები). საპროფილაქტიკო ზომები უნდა იყოს მიმართული საზოგადოებაში შფოთვისა და გაურკვევლობის განცდების წინასწარ ამოცნობასა და ლიკვიდაციაზე; ინფორმაციული ღიაობისა და სიმართლის მხარდაჭერაზე; ადამიანებში ჭორების დესტრუქციული ბუნების რწმენის დანერგვაზე.

ძირითადად ჭორებთან ბრძოლას მაშინ იწყებენ, როცა მათ უკვე სრულად მოიცვეს საზოგადოება. ჭორებთან საბრძოლველად იყენებენ ოფიციალური პირის საჯარო განცხადებას დეზავუირებით (უარყოფით). დეზავუირების ეფექტურობა დამოკიდებულია ინფორმაციის წყაროს ავტორიტეტზე, საზოგადოებაში მისადმი ნდობის ხარისხზე. ჭორების ნეგატიური შედეგების შემცირება მსგავსი მანევრითაც არის შესაძლებელი: აცხადებენ, რომ არსებობს ვიღაც მიჩუმათებული მტერი და სწორედ იგი ზარალის მიყენების მიზნით ავრცელებს ამ ჭორებს (განსაკუთრებით ომიანობის დროს მიმართავენ ამ ხერხს). გამოიყენება ისეთი ხისტი მეთოდიც, როგორიცაა პასუხისგებაში მიცემა.

---

<sup>148</sup> დეზავუირება, ანუ გან-ცხადება. სინონიმად გამოდგება უკუგდება.



ჭორების კონტროლზე სხვადახვა ორგანიზაციული ფორმებითაც ხარჯავენ ძალისხმევას. მათ განეკუთვნება ჭორების უარყოფა ნდობით მოსარგებლე ადამიანების მიერ, ცენზურის დანესება... რამდენადაც არარეალურად არ უღერდეს, არსებობს მთავრობის მიერ შექმნილი ჭორების კონტროლის სპეციალური ცენტრები. მათი ძირითადი ფუნქციაა ჭორების განეიტრალება მათი შესწავლის გზით. ისინი როგორც წესი დაკავებულნი არიან სარწმუნო იფორმაციის შეკრებითა და გავრცელებით.

დომინიკ კოლა „პოლიტიკურ სოციოლოგიაში“ საუბრობს ე.წ. „თვითქმნად წინასწარმეტყველებაზე“. ჭორების განეიტრალების ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა გასაქანი არ მიეცეს „თვითქმნადი წინასწარმეტყველების“ მანქანის ამუშავებას<sup>149</sup>.

---

<sup>149</sup> მაგალითად, კონკრეტული ბანკის ირგვლივ აგორებული ჭორები, რომ იგი გადახდისუნარიანი არაა. მეანაბრებს სჯერათ მოცემული ჭორის და გააქვთ ანაბრები. შედეგად ბანკი მართლაც შეიქმნება გადახდის უუნარო. სწორედ ასე მოხდა ოიდიპოსის შემთხვევაში. ორაკულმა იწინასწარმეტყველა, რომ ვაჟი მოკლავდა მამას და ცოლად შეირთვდა დედას. წინასწარმეტყველება ირწმუნეს და ბავშვი განარიდეს მშობლებს. შედეგად კი მოგვეცა მთელი ეს დრამა.

### III ნაწილი.

## კომუნიკაციის სოციოლოგიური თეორიები

### 3.1. საზოგადოება -კომუნიკაციათა ერთობლიობა

ჩვენს ნაშრომში კომუნიკაციის სოციოლოგიური თეორიების შესახებ უდაოდ უნდა დაგვეთმო ადგილი სისტემური ფონქციონალიზმის წარმომადგენლის, გერმანელი სოციოლოგის ნიკლას ლუმანისათვის, რადგან ლუმანის სოციოლოგიურ თეორიებში ამოსავალი სწორედ კომუნიკაციის თემაა. კომუნიკაციათა ერთობლიობაა მისთვის სწორედ საზოგადოება. ძალაუფლებაც სიმბოლურად გენერალიზირებული სპეციფიური კოდია, რომლითაც იმართება კომუნიკაცია პოლიტიკა. ანუ, პოლიტიკა კომუნიკაციის რაგვარობაა და სხვა არაფერი, ისევე როგორც ეკონომიკა ან მეცნიერება. კომუნიკაციები ლუმანის მიხედვით მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ ავტოპოიეზისში, რაც არის საზოგადოების, როგორც სისტემის სიცოცხლისუნარიანობის გარანტი.

ტრადიციულად საზოგადოებას განიხილავდნენ, როგორც ერთიერთი მართებში მყოფ ადამიანთა ერთობლიობას. საზოგადოების კომუნიკაციურმა თეორიამ – რომლის შემოქმედიცაა ნიკლას ლუმანი – აბსოლუტურად საწინააღმდეგო თვალსაზრისი შემოგვთავაზა. თანამედროვე კომუნიკაციურ თეორიებში, ამბობს ლუმანი, ადამიანი (ადამიანები) უკვე აღარაა საზოგადოების ნაწილი, რამეთუ მიეკუთვნება საზოგადოებისთვის გარე სამყაროს (Umwelt). საზოგადოება ინტერპრეტირდება როგორც კომუნიკაციათა ერთობლიობა, რომლებიც ერთმანეთს ცვლიან დროში. საზოგადოების სტრუქტურა წარმოდგენილია დანესებულებებით, რომლებთაც შესწევთ უნარი დააკავშირონ ეს წამიერი მოვლენები, ხოლო სტრუქტურირების პრინციპი მდგომარეობს კომუნიკაციათა დიფერენცირებაში. თანამედროვე საზოგადოებაში დიფერენცირდება არა ადამიანთა ჯგუფები, არამედ კომუნიკაციათა ტიპები, რომლებშიც – თამაშობს რა როლს ამომრჩევლისა, მოსწავლისა, მყიდველისა და ა.შ.- ჩართულია ადამიანი. ადამიანი, როგორც მთელი, არის გარე სამყაროს სისტემის რეალი, ის დამკვირვებელია. არის „მშენებელი“ თეორიისა. თუმცა საზოგადოების ნებისმიერი თეორია – რამდენადაც უნივერსალური არ იყოს იგი – ეკუთვნის

საზოგადოებასვე. ანუ, არის „შემდეგი“ და თემატიზირდება კომუნიკაციის პროცესში. ამ აზრით ის მიმართულია თავის თავზე, არის თვითშემცვლელი და თვითრეფერენცირებადი „პიესა პიესაში“. აქედან კი მოგვეცემა „სინამდვილის გაორების“ მუდმივი პარადოქსები. ასეთი მიდგომით (ე.ი. კომუნიკაციური თეორიის ძირითადი პოსტულატების გაზიარებით) მიუღებელია საზოგადოების ცნებასთან რამენაირი ერთჯერადი წარმოდგენების დაკავშირება. ისიც კი, რასაც ჩვეულებრივ მოვიხსენიებთ „სოციალურად“, სულაც არ აღნიშნავს მხოლოდ რაღაც ერთ ობიექტს. თუმცა საზოგადოების აღწერის მცდელობა შეუძლებელია განხორციელდეს საზოგადოების მიღმა. საქმე რაშია – აღწერისას გამოიყენება კომუნიკაცია, აქტივირდება სოციალური ურთიერთობები. მცდელობა საზოგადოების აღწერისა გამოჩნდება დაკვირვებადი, როგორც დაც არ უნდა განისაზღვროს საგანი, თავად დეფინიცია უკვე გახლავთ საგნის ოპერაცია. თავად აღწერადი განხორციელებს არწერას. ამგვარად, არწერის მსველობაში აღწერა უნდა აღწერდეს ასევე საკუთარ თავსაც. ის უნდა შეიცნობდეს თავის საგანს, როგორც თავად თავის აღმწერს საგანს.

საზოგადოება სულაც არ უდრის ერთად აღებული ყველა ადამიანის მოცულობას და ის ყოველ დაბადებასთან და სიკვდილთან არ იცვლის თავის იერსახეს. საზოგადოების კვლავ წარმოება არაა კავშირში ადამიანთა უჯრედებში მიკრომოლეკულათა ცვალებადობასთან ან კიდევ ცალკეულ ადამიანთა ორგანიზმში მიმდინარე უჯრედთა ცვლასთან. ამრიგად, ის არ „ცოცხლობს“. ასევე სერიოზულად შეუძლებელია ვინმემ განიხილოს ცნობიერებისათვის მიუწოდებელი ტვინის ნეიროფიზიოლოგიური პროცესები საზოგადოებრივ პროცესებად.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, არასწორად მიგვაჩნია „საზოგადოების“, როგორც ასეთი დეფინიციისას ადამიანის მარტივი ფორმულით ოპერირება, რითაც მავანნი ვითომ და ჰუმანურობას მატებდნენ მოცემულ ცნებას. მსგავსი დაჟინების მიზეზია შიში, რომ სხვაგვარი მიდგომის შემთხვევაში მოუნევთ საზოგადოების ნებისმიერ შეფასებაზე უარის თქმა და ამავედროულად მოსალოდნელია უარი საზოგადოების „ადამიანურად მონყობის“ ნებისმიერ მოთხოვნაზე. ასეც რომ იყოს, საჭიროა დავადგინოთ –

კერძოდ, რას ქმნის ადამიანებისაგან საზოგადოება და რა მექანიზმები ფუნქციონირებენ ადამიანთა „მექანიზაციის“ პროცესში.

ადამიანის მარტივი ფორმულის უკუგდების შემდგომ საჭიროა გავთავისუფლდეთ საზოგადოების ტერიტორიალური გაგებისაგან. მეტად, ვიდრე ოდესმე, სოციალურის ყველა დეტალში იჭრება მსოფლიო მასშტაბის ტერიტორიალური ურთიერთდამოკიდებულებანი. ვინც მოცემული ფაქტის იგნორირებას ცდილობს, საზოგადოების კულტურულ-ნოსტალგიურ გაგებას უნდა მიუბრუნდეს. მათ ჩასაჭიდებლად გლობალურ სისტემებზე საუბრებილა დარჩენიანთ. მაგრამ ეს ცნება („გლობალური სისტემები“) ტრადიციული სამოქალაქო საზოგადოების ცნებისგან არაფრით არ განსხვავდება. საზოგადოების ცნება აღმოჩნდება დაკავშირებული სახელმწიფოთა ხელოვნურად გავლებულ საზღვრებთან, რის გამოც ორიენტაცია გაკეთდება რეგიონალური კულტურის ენებსა და სხვა მსგავს კომპონენტებზე.

იმ შემთხვევაში, როცა საზოგადოების ცნება უკავშირდება ადამიანს, მასში იგულისხმება ზედმეტად ბევრი; ხოლო საზოგადოების ტერიტორიული გაგებისას – საკმაოდ მცირე. ორივე შემთხვევაში ალბათ იმიტომ უჭერდნენ მხარს არახელსაყრელ ცნებებს, რომ საზოგადოებაზე სურდათ ეფიქრათ, როგორც რაღაც გარედან დაკვირვებადზე.

ამრიგად საზოგადოების კომუნიკაციურ თეორიაზე არჩევანის შეჩერებით ვრისკავთ შევიმუშაოთ საზოგადოების თავისებურად „ანტიჰუმანისტური“ და „ანტირეგიონალური“ გაგება. რაც ცხდია სულაც არ უარყოფს, რომ ადამიანები არსებობენ, არ უარყოფს დედამიწის ზურგზე სიცოცხლის პირობებში ყველაზე მკვეთრი წინააღმდეგობების არსებობას, მსგავსი მიდგომა უარს ამბობს მხოლოდ საზოგადოების ცნების დეფინიციის გამოყვანას ზემოთ დასახელებული კრიტერიუმებიდან გამომდინარე.

საზოგადოების თეორია უნდა წარმოადგენდეს სისტემათა თავისებურ მეტათეორიას, რომელიც თავისი ინტერპრეტაციების ნაკადში მოაქცევს ყველა არსებულ სოციალურ ქვესისტემას. ამგვარად, საზოგადოება უპირველეს ყოვლისა განიხილება როგორც სისტემა, ხოლო ფორმა სისტემისა სხვა არაფერია, თუ არა განსხვავება სისტემას და გარემომცველ სამყაროს შორის. საზოგადოება, როგორც გარემომცველი, შემომგარსველი სისტემა არ იც-

ნობს (არცნობს) მის საზღვრებს გარეთ არანაირ სოციალურ სისტემებს.

ჩვენ თავიდანვე შევეხეთ ზოგიერთ „საჭირო“ ტერმინთა აუცილებელი განსაზღვრის საჭიროებას. საზოგადოების კომუნიკაციურ თეორიაში თვალშისაცემად ფიგურირებს ცნება „ავტოპოიეზისი“. მასზე საავტორო უფლებები ჰუმბერტო მატურანს ეკუთვნის, ხოლო სოციოლოგიაში მისი გააქტიურება ნიკლას ლუმანის დიდი დამსახურებაა. რა მოაზრება ავტოპოიეზისის, როგორც პროცესის ქვეშ და რას ნიშნავს საერთოდ „ავტოპოიეზისი“ კომუნიკაციურ ველში? საზოგადოება, როგორც მოგვეხსენება ოპერატიულად დახურული თავის თავში ჩაკეტილი, თვითრეფერენცირებადი, ავტოპოიეტური სისტემა. ავტოპოიეტური სისტემა – ეს ისეთი სისტემაა, რომელიც აწარმოებს არა მხოლოდ საკუთარ სტრუქტურას, არამედ საკუთარ ელემენტებსაც, სწორედ ამ ელემენტების ქსელშივე. ელემენტები (დროით აქსპექტში ელემენტებად გვევლინება ოპერაციები), რომელთაგანაც შედგება ავტოპოიეტური სისტემა, არანაირ დამოუკიდებლობას არ იქონიებენ.

ისინი არიან არა მხოლოდ შეთანადებულნი, სისტემაში დაკავშირებულნი, არამედ ინარმოებიან მხოლოდ სისტემაში და სისტემის მიერ. ელემენტები გამოიყენებიან როგორც განსხვავებანი, ინფორმაციები, რომელთა მეშვეობით ხერხდება სისტემის სტრუქტურირება.

როდესაც ლაპარაკია საზოგადოებრივი სისტემის დახურულობაზე, ეს ისე არ უნდა გავიგოთ, თითქოს საუბარი გვექონდეს მის თერმოდინამიურ იზოლირებულობაზე. აქ საუბარია მხოლოდ ოპერაციულ დახურულობაზე. საკუთარი ოპერაციების დონეზე მას (საზოგადოებას) არ აქვს კონტაქტი გარემომცველ სამყაროსთან, ის კომუნიკაციურად ჩაკეტილია – კომუნიკაციებს აწარმოებს თავად კომუნიკაციების მეშვეობით.

ნებისმიერი კომუნიკაცია მიჯაჭვულია ცნობიერებასთან. ცნობიერების გარეშე კომუნიკაცია შეუძლებელია. მაგრამ ცნობიერება არც „სუბიექტი“ კომუნიკაციისა, არც რაიმე სხვა აზრით კომუნიკაციის „მატარებელი“. ამიტომაც კლასიკურ მეტაფორებზე მოგვინევს უარის თქმა, რომლებიც კომუნიკაციების თაობაზე მეტყველებენ, როგორც სემანტიკურ შემცველობათა ერთი ფსიქო-

ლოგიური სისტემიდან (რომელიც უკვე ფლობს მათ) მეორეში გადატანაზე. მხოლოდ კომუნიკაციას და არა ადამიანს ძალუძს „კომუნიცირება“. კომუნიკაცია ქმნის ემერჯენტულ რეალობას *sui generis*.

ცნობიერების სიტემები, ზუსტად ისევე, როგორც კომუნიკაციური სისტემები (ხოლო მსგავსამდე – სხვა მხრივ – ტვინიც, უჯრედებიც და ა.შ.), არსობრივად არიან ოპერატიულად დახურული სისტემები და არ ძალუძთ ურთიერთშორისი კონტაქტების მხარდაჭერა. არაა არანაირი კომუნიკაცია ცნობიერებიდან ცნობიერებისაკენ და არ არსებობს კომუნიკაცია ინდივიდსა და საზოგადოებას შორის.

მხოლოდ ცნობიერებას ძალუძს „აზროვნება“, თუმცა, ამისთვის არ საჭიროებს თავისი აზრის სხვა ცნობიერებაში გადატანას. შესაბამისად მხოლოდ საზოგადოებას ძალუძს კომუნიცირება. ორივე შემთხვევაში საუბარია ოპერატიულად დახურული სტრუქტურულად დეტერმინებული სისტემის კერძო ოპერაციებზე.

ამგვარად ვასკვნიტ, რომ საზოგადოების ცნების შემუშავებისას ამოვდივართ სისტემის ცნებიდან. სისტემა ესაა ფორმა განსხვავებისა, რომელსაც გააჩნია ორი მხარე: სისტემა (ფორმის შიდა მხარე) და გარემომცველი სფერო (ფორმის გარეგანე მხარე). სისტემა არის წარმოებადი ნაწარმოები. სისტემას არ შეუძლია ოპერირება თავის საზღვრებს მიღმა და ყოველი მისი ოპერაცია არის შინაგანი, აღინერება სისტემის ოპერატიული ჩაკეტილობის ცნებით, რაც არავითარ შემთხვევაში არ ნიშნავს სისტემის ავტარქიას, ან კოგნიტურ სოლიფსიზმს. აღნიშნულიდან გამომდინარე, ავტოპოიეზისური სისტემის ცნება საზოგადოების ცნების „მაინტერპრეტირებელია“, მისი წყალობით საზოგადოებრივი სისტემიდან გამოირიცხებიან ადამიანები და ქვეყნები, თეორიის ინტერესი მიმართულია ცალსახად თვითდაკვირვებისა და თვითაღწერის ოპერაციებზე. თუმცა მისთვის (ე.ი – თეორიისათვის) ადამიანები, ქვეყნები, მათი დემოგრაფიული და გეოგრაფიული განსაკუთრებულობანი არ კარგავენ მნიშვნელობას, რამდენადაც წარმოადგენენ გარემომცველი სამყაროს რეალიებს, სისტემის სფეროს (როგორც განსხვავების უცილო კომპონენტს). ე.წ მეორადი რეალიები, ანუ ისინი რომლებიც ზემოთ ჩამოვთალეთ – უბრალოდ იმყოფებიან არა იქ სადაც ჩვეულებრივ მათ მოიაზრებენ თეორიისათვის ფატარუ-

ლი შედეგებით, ანუ არინ არასაზოგადოებაში, არამედ მისთვის გარეგან თემატურად სრულიად განსხვავებულ სამყაროში. აქ ლაპარაკია ფიზიკურ და სოციალურ სფეროთა დუალობაზე .

საზოგადოება ესაა თვითაღმწერი ობიექტი, საზოგადოებრივი თეორიები წარმოადგენენ საზოგადოებაში საზოგადოების თეორიებს. სოციალური მოქმედების ცნება არ გამოდგება ბაზისის საზოგადოების კორექტული ცნების დიფერენციისათვის. მოქმედება უკავშირდება არასოციალურ ცვლადებს – სუბიექტს, ინდივიდს, ცოცხალ ორგანიზმს, ანუ ადგილს სივრცეში. კომუნიკაციის ცნება, პირიქით იძლევა საშუალებას წარმოჩინდეს სოციალური სისტემა როგორც ოპერატიული დახურული, ავტოპოიეტური სისტემა, რომლის ელემენტებიც – კომუნიკაციები, კვლავ აწარმოებენ თავის თავს ამ ელემენტთა ქსელების მეშვეობით. საზოგადოების კომუნიკაციათა ავტოპოიეზისურ სისტემად წარმოდგენა რომლის კვლავ წარმოების ოპერაციებადაც გვევლინებიან კომუნიკაციები, კომუნიკაციის ცნებას ანიჭებს საზოგადოების ცნების განსაზღვრისას უპირატესობას . აქედან გამომდინარე საზოგადოების თეორია უნდა აიგოს სისტემურ და კომუნიკაციურ თეორიულ მიდგომებზე დაყრდნობით. მხოლოდ ამგვარად შეიძენს ის საჭირო სიზუსტეს. კომუნიკაციის ცნება, მოცემულ შემთხვევაში არ დაიყვანება ჰაბერმასისეული კომუნიკაციურ მოქმედების გაგებაზე, სხვისი მონანილეობის კონსტატაციაზე, არც ინფორმაციის ერთი ადგილიდან მეორეზე გადატანაზე, რამდენადაც ინფორმაცია არაა დაკავშირებული მათ მატარებლებთან, ისინი კომუნიკაციის მიღმა არიან კონსტრუირებულნი. სისტემური და კომუნიკაციური თეორია მოიტხოვს კომუნიკაციის ისეთ გაგებას, რომელიც მოგვცემს საშუალებას განვაცხადოთ: ყველა კომუნიკაცია ინარმოება მხოლოდ კომუნიკაციით გარემოცულ სფეროში, რომელიც უშვებს და უზრუნველყოფს მას.

კომუნიკაციის ცნება ეფუძნება ინფორმაციის განსხვავებასა და სინთეზს, შეტყობინებასა და გაგებას. ინფორმაციის განსხვავება, შეტყობინება და გაგება არის განსხვავება, რომელიც აწარმოებს განსხვავებას. განხორციელდა რა ერთჯერადად, იგი მხარს უჭერს სისტემურ ფუნქციონირებას.

სოციალურულად სამყაროს ევოლუცია ენის, დამწერლობისა და ტელეკომუნიკაციის მეშვეობით იმდენად ამცირებს სივრცი-

თი ურთიერთობების მნიშვნელობას, რომ სადღეისოდ კომუნიკაციით განისაზღვრება სივრცის მნიშვნელობა და არა პირიქით.

კომუნიკაციის წყალობით საზოგადოებას ძალუძს თავისი თავის თემატიზირება, ინფორმირება საკუთარი კომუნიკაციების თაობაზე; ძალუძს ინფორმაცია დაუქვემდებაროს ეჭვს, უარყოს იგი, მოახდინოს კომუნიკაციის ნორმირება როგორც დაშვებადს ან დაშვებულის და ა.შ. სწორედ ასე აშკარა ხდება მოვლენათა ორობითობა; საზოგადოება არის თვითაღმწერი და თვითდაკვირვებადი სისტემა. მას არათუ შეუძლია საკუთარი ოპერაციების ქსელში სოციალურ ცვლადთა წრებრუნვის უზრუნველყოფა, არამედ მან ეს უნდა აკეთოს კიდევ აუცილებლობით (საზოგადოება ხომ სოციალური რეალობის მუდმივი კვლავწარმოების პროცესით არეგულირებს საკუთარ ყოფიერებას).

სისტემის კვლავწაროება მოითხოვს სისტემასა და „გარედან სფეროს“ შორის განსხვავების უნარს. კომუნიკაციებს ძალუძთ საკუთარ სფეროს შემცენება და „სხვა“ ვითარებების განსხვავება.

არსებობს რა განცალკავებით, კომუნიკაციისა და ცნობიერების ინდივიდუუმისა და საზოგადოების სტრუქტურულ დაკავშირებას უზრუნველყოფს ენა. ენა საზოგადოების სისტემურ-თეორიულ გაგებიდან ამოსვლით არ უნდა მოვიპოვოთ სისტემად ვინაიდან შეუძლებელია ერთდროულად ენისა და საზოგადოების სისტემად აღიარებაა. ენა არის სტრუქტურული შემაკავშირებელი. ბგერათა აკუსტიკურ სფეროში თავისებურებებისა და დამწერლობის სფეროში ნიშანთა განსხვავების წყალობით ენა უზრუნველყოფს ცნობიერებისა და კომუნიკაციის მეშვეობით საზოგადოების აღგზნებადობას. ენა ამავედროულად გამორიცხავს სოციალური სისტემის სხვა აღმგზნებ წყაროებს: ენა უზრუნველყოფს საზოგადოებების იზორილებას გარემომცველი ფიზიკური სფეროს თითქმის ყველა მოვლენისაგან, მათ შორის ქიმიური ხასიათის მოვლენებისაგან, რომელთა მეშვეობითაც ხდება სიცოცხლის იერსახის ფორმირება. საზოგადოების ამგვარი, თითქმის სრული იზოლაცია, არის გარანტი მისი ოპერაციული ჩაკეტილობისა და საკუთარი სირთულის აგების მაღალი შესაძლებლობა. საზოგადოებაში ინდივიდის „მონანილეობაც“ კატეგორიულად უნდა გამოვრიცხოთ. მათ შორის (ანუ საზოგადოებასა და ინდივიდს შორის) არაა არანაირი კომუნიკაციები, რამდენადაც კომუნიკაცია მუდამ საზოგადოებრივი სის-



ტემის შინაგანი ოპერაციაა. ამიტომ, საზოგადოებას არასპოდეს არ ძალუძს საკუთარი ოპერაციები მეშვეობით თავის საზღვრებს მიღმა გასვლა და ინდივიდუუმთა მოცვა. ეს აშკარა, თუმცა გაუგებარია, რატომ არ აღიქვავენ ამ ფაქტს. ზემო თქმულის მიუხედავად ინდივიდი საზოგადოებას წარმოადგენს თავისთვის, ანუ აღიქვავს მას საკუთარი ყოფიერების ველად და ამავდროულად პროდუქტად, ხოლო კომუნიკაცია პიროვნებას გამოიყენებს ადრესატის სახით და სწორედ აქედან გამომდინარე ურთიერთობს ის არა ადამიანებთან, არამედ სახელებთან. თითოეული არაა „მე“ ზუსტად ისევე, როგორც სიტყვა „ვაშლი“ არაა ვაშლი. ინდივიდუალურობა-ესაა ინდივიდთა მოღვაწეობის საკუთარი პროდუქტი.

შესაბამისად, საზოგადოებაში არ არსებობს ადამიანის არანაირი ნორმატიული ინტეგრაცია, არის მხოლოდ დაკვირვების შესაბამისი ფორმები (მაგალითად: კულტურა, ტრადიციები, სასამართლო სტრუქტურები, ასევე მასობრივი ინფორმაციის საშუალებანი – როგორც კომუნიკაციური სისტემები), რომლებიც განსაზღვრავენ ეთანადება თუ არა ქცევა ნორმას. რეალური საფუძველი ნორმისა თუ კონსესუსისა დამკვირვებლისათვის მათზე რეფლექსიისას ასე თუ ისე ღიავდება და თუ უარს ვიტყვით ღმერთის, როგორც საკუთარ სამყაროს დამკვირვებლის ინსტანციიდან ათვლაზე, მაშინ დამკვირვებლის პოზიციითა განსაზღვრის მრავალი სხვა შესაძლებლობა დაგვრჩება. ამრიგად სტრუქტურული შეკავშირების ცნება გვაჩვენებს რომ მიუხედავად ოპერაციული დახურულობისა, სამყაროში არ ხდება ყველაფერი, რაც დასაშვებია. ანუ პოტენცია არაა გარანტი ამა თუ იმ მოვლენის მატერიალური ობიექტივირებისა. რეალურობის სტრუქტურული შეკავშირება აწარმოებს ალგზნების სელექციას და უზრუნველოფს სტრუქტურის თვითდეტერმინაციის შესაბამისი ტენდეციების განვთარებას, რაც დამოკიდებულია ალგზნების რელევანტურ სახეებზე. მაგალითად, ბიოლოგიური ორგანიზმები დედამიწის მიზიდულობის ძალით არიან მოწყობილნი, ხშირად ძალიან სპეციფიკურადაც. ადამიანი იმყოფება მუდმივად განსაკუთრებულ ხმაურში რომელსაც ეწოდება „ენა“ და თითქმის ავტომატურად სწავლობს მეტყველებას. ყოველი საზოგადოება უზრუნვეყოფს ინდივიდთა სოციალიზაციას. ენა არის ბინარულად კოდირებული და მას ძალუძს თითოეულ შეტყობინებას უპასუხოს ან დადებითად ან უარყოფითად. თითოეული

ნორმა მიმართულია უარყოფითი ქცევის წინააღმდეგ. ამდაგვარად, საზოგადოება სრულიად უკონროლოდ ინდივიდუუმებს განაბნევს ოფციონარულ სქემაში, მაგრამ თანახმაა იმაზე, რომ ის რისი შეცვლაც არ შეიძლება არის თავისუფლება და ამას აკეთებს იმდენად სქემატური ფორმით, რომ კომუნიკაციის გაგრძელება შესაძლებელი ხდება „დიახ“ და „არა“ გამონათქვამების მეშვეობით (წარმოებს შედარება კონფორმულ და გადახრად ქცევათა ეტალონებს შორის) იმისგან დამოუკიდებლად, როგორ გადაწყვეტს ინდივიდუუმი. ევოლუციის თვალსაზრისით ამაშია აზრი უკიდურესად უცნაური ძალზედ მაღალი სელექტიურობის მქონე მექანიზმების დანაწილებისა, თავისუფლებისა და წესრიგის სისტემის ევოლუციური შეერთებისა.

ჩვენ ზოგადად განვიხილეთ თანამედროვე საზოგადოების კომუნიკაციური თეორიის ძირითადი პოსტულატები. საზოგადოების კომუნიკაციური თეორია თავის ჩარჩოებში მოიცავს ძალაუფლების იმ გაგებას რომელსაც საფუძველი გასული საუკუნის დასასრულს „ახალი ფრანგული ფილოსოფიის სკოლის“ ტრადიციებში ჩაეყარა. საზოგადოების კომუნიკაციური თეორია ძალაუფლებას წარმოაჩენს კომუნიკაციის საშუალებად, რომელიც საზოგადოებას „წარეგზავნება სიმბოლურად გენერალიზირებული კოდის მეშვეობით როდესაც ძალაუფლების ცნებას უკავშირდება კომუნიკაციის ცნება იბადება შეკითხვა – შეიძლება ძალაუფლება ჩაითვალოს ზემოქმედებად, მოსალოდნელ წინააღმდეგობაზე რეაქციად? არის ის არასასურველი გარემოების კაუზალური შედეგი? იქნებ ძალაუფლება გაცვლითი სიდიდეა ან თამაში მონინააღმდეგეთა შორის? ნებისმიერ ამ შეკითხვაზე წარგზავნის საზოგადოების თეორიისაკენ რომელიც ეფუძნება სიმბოლურად გენერალიზირებული კომუნიკაციური საშუალებების ანალიზს.

საზოგადოების თეორია შეისწავლის თუ როგორაა ადამიანური სივრცე ფაფუფებად და ფუნქციონალურ ქვესისტემებად დიფერენცირებული (1), ასევე საზოგადოების როგორც ასეთის სოციოკულტურული ევოლუცია ზრდის დიფერენციაციის ხარისხს. სწორედ ეს ამოსავალი პუნქტი აერთიანებს საზოგადოების თეორიის ორივე რგოლს.

ვინაიდან სოციალური სისტემები წარმოიშობიან კომუნიკაციათა საფუძველზე, კომუნიკაციათა ნებისმიერი თეორია უნდა გან-

თავსდეს ჯგუფებად და ფუნქციონარულ ქვესისტემებად დიფერენციაციის კატეგორიაში (ვგულისხმობთ საზოგადოების თეორიის პირველ მიმართულებას, რაზეც ზემოთ მიუთითებდით).

ნებისმიერი სოციალური სისტემა ჰორიზონტალურად კონფლიქტურია. არც თუ ისე შემთხვევით თქმულა: *bellum omnium contra omnes*. სისტემათა ერთერთ განსხვავებულ კრიტერიუმად შეიძლება ავიღოთ კონფლიქტთა ხარისხი. თავის მხრივ, კონფლიქტთა ხარისხს განსაზღვრავს სისტემის დიფერენციაციისა და საზოგადოებრივი ევოლუციის დონე.

კონფლიქტი მიმართულია არჩევანზე „დიახ“ და „არას“ შორის. იგი ცხადია ვერ იქნება მართული მხოლოდ ენის საშუალებით. ენა თავის საზღვრებში ორივე შესაძლებლობას იტევს. არჩევანს ვერც „შემთხვევა“ გადაწყვეტს. ყოველ საზოგადოებაში არსებობს „რეალობის კონსტრუქცია“ – როგორც თარგი სელექციის განსახორციელებლად ნებისმიერ „დიახსა“ და „არას“ შორის. რეალობის კონსტრუქცია კონკრეტულ საზღვრებში ეფუძნებას ენას, კულტურას, ჩაფესვებულთა ისტორიის სიღრმეებში და სუნთქავს ამ საზოგადოების საუკუნოვანი გამოცდილებით.

როდესაც ვსაუბრობთ საზოგადოებაზე, ანალიტიკურ შკალაზე ილუსტრაციულად განვალაგებთ შემდეგ დაყოფებს: პრეისტორიული საზოგადოება ე.წ ისტორიული და თანამედროვე.

კონფლიქტი არის ის ელემენტი, რომლის ხარისხის დასაშვებ ნორმაზე გადაჭარბება ნებისმიერ სისტემას აბრუნებს პრეისტორიულ დონეზე. ლოგიკურია, აქ საუბარი არაა ისტორიულ დროში უკუცვლაზე, არამედ ევოლოციური პროცესის შეფერხებაზე. კომუნიკაცია კი გახლავთ ელემენტი, რომელიც აერთიანებს ორმაგი კონტინგენციის სხვადასხვა პოლუსებს. ენა კომუნიკაციის საშუალებაა, ანალოგიურად – ძალაუფლება. ძალაუფლება არ უდრის მისი ჭეშმარიტი გაგებით ზემოქმედებას, იგი უფრო თანამოქმედებაა. სწორედ ამიტომ ძალაუფლება არაა ავტონომიური, მისი გავრცელების სფერო მთელი საზოგადოებაა. მასში როგორც კომუნიკაციის აქტში ყველა მონაწილეობს, თუმცა არა ერთი და იმავე სტატუსით.

კომუნიკაცია გულისხმობს სოციალურ სიტუაციას, რომელიც სახეზეა მისი თითოეული მონაწილისათვის არჩევანის შესაძლებ-

ლობა, ანუ სიტუაცია ორმხრივი კონტინგენტური სელექციურობით.

სელექცია საჭიროებს სიმბოლოებს, ესაა მოქმედებებში აბსტრაგირებისა და გამარტივების საშუალება. ამიტომაც ზოგადი ორიენტაციისათვის კომუნიკაცია ავითარებს სიმბოლურად გენერალიზირებულ კოდებს. კომუნიკაციის საშუალებანი აჯგუფებენ, ერთის მხრივ, ორიენტაციათა ზოგადობას და მეორეს მხრივ – სელექციათა ინდივიდუალურობას. ძალაუფლება როგორც კომუნიკაციის ერთი გამოვლინება, ფუნქციონირებს მხოლოდ ამ ძირითადი პირობების უზრუნველყოფით.

ძალაუფლება აწესრიგებს სოციალურ სიტუაციებს თავის მრავალგანზომილებიანი სელექტიურობით. სოციალური სისტემის ღიაობა ზრდის ძალაუფლების მასშტაბს. სწორედ აქედან გამომდინარე უნდა განვასხვავოდ ძალაუფლება ამა თუ იმ კონკრეტული იძულებისაგან. იძულებას დაქვემდებარებული მოკლებულია არჩევნის შესაძლებლობას. იძულების უკიდურესი ფორმა ფიზიკური ძალადობაა. ძალაუფლების სამიზნეს არ ძალუძს ძალაუფლების წარმოება, ამ შემთხვევაში ადგილი აქვს სხვა ადამიანთა მოქმედებების მოძალადის მოქმედებით პირდაპირ ჩანაცვლებას. ძალადობის ფუნქციების შექმნით ძალაუფლება კარგავს საკუთარ ფუნქციას. რაც მდგომარეობს ორმაგი კონტინგენციის პოლუსებს შორის ხიდების გადებაში, ანუ ის უკვე აღარაა კომუნიკაცია. იძულება ნიშნავს უარს სიმბოლური გენერალიზაციის უპირატესობაზე. შენ კარგავ უნარს პარტნიორის სელექციის მართვისა. მოძალადე თავის თავზე იღებს ტვირთს სელექციისა და გადაწყვეტილების მიღებისა. უმეტესად ძალადობას მიმართავენ ძალაუფლების უკმარობის შემთხვევაში.

ძალაუფლება მასშტაბურია, თუკი მრავალფეროვანია მისი გატარების საშუალებები, ანუ როცა ძალაუფლების მატარებელი საკუთარი გადაწყვეტილებების რეალიზაციისათვის ფლობს სხვადასხვა ხერხებს. ძალაუფლების მასშტაბურობა გულისხმობს ძალაუფლების ობიექტის შემთხვევაშიც მოქმედებებში ალტერნატივათა სიმრავლეს.

საზოგადოების დიფერენციაცია იწვევს კომუნიკაციური საშუალებების განვითარების აუცილებლობას. ძალაუფლების პლასტიკის (თუ გნებავთ იერარქიების) სწორი შეფარდება მოითხოვს მისი

სუბტიტუტების არსებობას. რანგი შეიძლება გავიგოთ, როგორც სუბტიტუტი. ის უზრუნველყოფს ძალაუფლების ასიმეტრიულ განაწილებას. სუბტიტუტაცია ასევე „სოციალური კაპიტალი“. ცნება ამ უკანასკნელ პერიოდში გაააქტიურა ფრენსის ფუკუიამამ. მან მოცემულ საკითხს მიუძღვნა ნაშრომი „ დიადი განხეთქილება“ . თუმცა აქ ჩვენ არ გვანტიერებს „სოციალური კაპიტალის“ ფუკუიამასეულ კონტექსტში ანალიზი. სოციალური კაპიტალი, როგორც ძალაუფლების სუბტიტუტი, ესაა ფაქტიურად სისტემის ისტორია. კომპლიქტური სიტუაციების წარმატებით გადაჭრის პრეცედენტები ილექებიან მეხსიერებაში, გარდაისახებიან ნორმებად, გენერალიზირდებიან მოლოდინების ფორმით. სოციალური კაპიტალი მნიშვნელობს, ვინაიდან მისი, როგორც ეტალონის, სახეზე ყოფნა გულისხმობს მოქმედებათა თავისებური კალაპოტით დეტერმინაციას. სუბტიტუტთა მაგალითების ჩამოთვლა შორს წავიყვანს. მთავარია მათ არსში გავერკვეთ. ნებისმიერ შემთხვევაში ძალაუფლებისადმი პირდაპირ კომუნიკაციურ მიმართვას ჩანაცვლებს სიმბოლოებისადმი მიმართვა. სიმბოლო მოქმედების ორივე მხარეს აკისრებს ნორმატიულ ვალდებულებებს, იგი უფრო თვალსაჩინოდ წარმოაჩენს ძალაუფლების დონეებს შორის არსებულ ლაკუნებს.

სუბტიტუტები სახეზეა ნებისმიერ საზოგადოებრივ ქვესისტემებში, იქნება ეს კულტურა, ეკონომიკა თუ რომელიმე სხვა. ეკონომიკის სფეროში ორმა სიმბოლიზაციასაც კი აქვს ადგილი. ფასი გახლავთ კაპიტალს სიმბოლო. ხოლო თანამედროვე მარკეტინგში ფასის სიმბოლოც კი აქტიურდება. ესაა რეკლამა . რეკლამა მიზნად ისახავს მოგვანოდოს ამათუიმ საქონლის დახასიათება, რათა ხელი შეეწყოს მის მოხმარებას (გაყიდვას). რეკლამა ინფორმაციიდან გადაიზარდა შთაგონებაში, შემდგომ „უხილავ შთაგონებაში“, რეკლამის ამოცანაა მოხმარების კონტროლი. ინდუსტრიულურ ხანაში მოხმარების მასშტაბის გასაფართოებლად ხშირად მიმართავენ ფასდაკლების ტაქტიკას. პოსტინდუსტრიული ეკონომიკა კი გაცილებით მეტად ზრდის მოხმარებას, თანაც სასურველი მიმართულებით „რეკლამა შთაგონების “ რუპორით. ესაა მაგალითი მინიმალური დანახარჯით მაქსიმალური მოგების მიღებისა. თანდათან რეკლამა, როგორც გენერალიზირებული სიმბოლო, არღვევს საზოგადოების ეკონომიკური ქვესისტემის საზღვრებს და

შეიძენს პოლიტიკურ დატვირთვას. ჩვენ რეკლამის მხოლოდ ექსპლიციტურ ფუნქციაზე არ უნდა გავამახვილოთ ყურადღება. იგი მომხმარებელს უნერგავს არა ამა თუ იმ კონკრეტულ მარკას („ბეკო“, „სონი“, „პანასონიკი“ ან „ნოკია“), არამედ რალაცას, ფუნდამენტალურად უფრო მნიშვნელადს საზოგადოებრივი ნებსრიგისათვის. მასთან მიმართებაში „ბეკო“ და „ნოკია“ მხოლოდ ალიბის ფუნქციას ასრულებენ. ნივთის ფუნქციის რეკლამა თავის თავში შეიცავს ფარულ მნიშვნელობებს., რომელიც ირიბი გზით მკვიდრდება ინდივიდთა ცხოვრებაში. საზოგადოებაში ინტეგრაციის პროცესს ნანილობრივ რეკლამაც უწყობს ხელს.

რაც შეეხება ისევ ძალაუფლებას, იგი უნდა გავიგოთ მხოლოდ როგორც სიმბოლურად გენერალიზირებული კომუნიკაციური საშუალება. სიმბოლურად კონტროლირებად სელექციურ კავშირებზე აბსტრაგირების საშუალებით მიიღწევა ძალაუფლების გამოთავისუფლება მმართველისაგან მართულზე უშუალო ზეგავლენის ქონის ვინრო ჩარჩოებიდან. ყურადღების ცენტრში ექცევა ზოგადად კომუნიკაცია. ანუ რას ვგულისხმობთ: დაქვემდებარებულმა სხვადასხვა შემოვლითი გზებით უწყის ძალაუფლება წარსული თუ მომავლისათვის მოსალოდნელი ძალაუფლებრივი ქმედებების სელექციათა ხასიათის შესახებ. ძალაუფლების გენერალიზაციის ფუნქცია არის სწორედ მსგავსი შემოვლითი გზების გამონახვა ძალაუფლების კოდისა და კომუნიკაციის თემის იდენტურობის შენარჩუნებით.

როდესაც სიკეთეთა (სარგებელთა) რაოდენობა შეზღუდულია, ერთი მოქმედის „ჩარევა“ ხდება პრობლემა მეორისათვის. სწორედ ამ სიტუაციას სჭირდება კომუნიკაციური საშუალებებით დარეგულირება. საჭიროა ვინმე A პარტნიორის (აგენტის) მოქმედებათა სელექცია გადავიყვანოთ B-ს თანაგანცდაში, რათა ის ამგვარად გახდეს უფრო მისაღები ამ უკანასკნელთათვის. ეს პროცესი ჩამოჰგავს ჭეშმარიტების აღმოჩენის პროცესს. ჭეშმარიტება ხომ დაძლეული ეჭვია (კომუნიკაცია კი თანაგანცდით დაძლეული მეტოქეობაა). როდესაც ძალაუფლების აგენტები აღმოაჩენენ, რომ მათი „თამაში“ არ სრულდება არცერთი მხარისათვის ნულოვანი ჯამით თანხმდებიან. ურთიერთქმედების პროცესის სახეს სამი კომპონენტი განსაზღვრავს: 1 – ფაქტი, 2 – ინტერპრეტაცია, 3 – ემოცია, როგორც გადანყვეტილების პრედიკატი. ფაქტინტერპრე-

ტაციამ უნდა განსაზღვროს, უფრო ზუსტად-გამიჯნოს ინტერესები, რაც გამოიწვევს დადებითი ემოციების შემთხვევაში თანამშრომლობის გადანყვეტილებას. ვთქვათ მიმდინარეობს ქალაქში ერთდროულად მერისა და გამგებლის არჩევნები. არის ორი კანდიდატი „დაპირისპირებული“ პარტიებიდან. A შეეცდება B-ს ხელი შეუშალოს მის მცდელობაში, გახდეს გამგებელი. B-ს შეუძლია მოიქცეს ანალოგიურად. ამოქმედდება ე.წ. „დაპატიმრებულის დილემა“ („მე და სემი“). მე და სემი ვართ პატიმრები. შევთანხმდით და დავგეგმეთ გაქცევა. სემს შეუძლია დამასმინოს, ანუ ის „ალასრულებს“ განაჩენს და მე დამსჯიან. ასევე პირიქით, -მე შემიძლია დავასმინო იგი. თუ კი არ ვითანამშრომლებთ – დავრჩებით კვლავ საპატიმროში. როცა ვურთიერთობთ ადამიანთან, რომელსაც სავარაუდოდ ამ კონკრეტული ფაქტის შემდეგ აღარასოდეს შევხვდებით, დიდია რისკი, რომ იგი ჩვენგან განზილებული დარჩეს და პირუკუ. ხოლო თუ თანამშრომლობა დაგეგმილია ხანგრძლივ დროით ინტერვალში, ვინცებთ ანგარიშს: როდის ვიყავით ალტრუსიტი და როდის ეგოისტი, რადგან ეს პარტნიორობა მცხსიერებაში ილექება და განსაზღვრავს მათი უკუშემოქმედების ხასიათს. მსგავს ვითარებაში თანხმობის ნორმა (თუ შეიძლება ასე ითქვას) – წარმოიშობა სპონტარულად, ვინაიდან კეთილსინდისიერი მოთამაშის როლი იქცევა ადამიანის უპირატესობად და მსახურობს ძალაუფლების პაკეტის ზრდის პრედიკატად. როცა გამოცდილება კომუნიკაციის დულაბი ხდება ნორმა გადაიზრდება კულტურულ არტეფაქტში.

მივუბრუნდეთ კვლავ გამგებელი-მერის არჩევნებს. „დაპატიმრებულის დილემის“ ლოგიკით მერობის კანდიდატი ამჯობინებს დაპირისპირებული პარტიიდან გამგებლობის კანდიდატს ხელი არ შეუშალოს თავისი მიზნის მიღწევაში, რადგან ამგვარად „დაზოგავს“ საკუთარ მიზანს. ისინი თუმც სხვადასხვა ბანაკებში იმყოფებიან -ეს ფაქტია, მათი ინტერესები განსხვავებულია, გამომდინარე აქედან მოვლენების ინტერპრეტაციამ უნდა შვას გადანყვეტილება თანამშრომლებისა თუ არანეიტრალიტეტისა მაინც. ინტერესთა განსხვავებულობის იმიტაციას ასევე ძალუძს „დამცავ“ საშუალებად ყოფნა. თუმცა ეს სხვა საკითხია და ამჯერად მას არ შევხვებით.

რაც შეეხება ურთიერთობათა მუდმივი ხასიათის ქონას დროით კონტექსტში კომუნიკაციური პროცესის ნებისმიერი კატეგორიის ეფექტურობისათვის იქნება ეს პოლიტიკა, ეკონომიკა თუ ა.შ., – ამას უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი სისტემა და მისი ქსელე-ბი.

ეხლა კი ორიოდ სიტყვით, რა არის ქსელი მისი ახლებური ინტერპრეტაციით. ესაა არაფორმალური ორგანიზაციის სახე, რომელიც თანამედროვე საზოგადოებაში ჩაანაცვლებს ბიუროკრატიულ ორგანიზაციას. მაქს ვებერი ამტკიცებდა, რომ ბიუროკრატიის ფორმით რაციონალური იერარქიული ძალაუფლება წარმოადგენდა თანამედროვეობის კვინტესენციას. მაგრამ მე-20 დასასრულს ბიუროკრატიულ იერარქიას აღმოაჩნდა ვარდნის ტენდენცია პოლიტიკაში, თუ გნებავთ ეკონომიკაში. მის ადგილს იკავებს ნაკლებად ოფიციალური თვითორგანიზებადი ურთიერთქმედების ფორმები. ქსელი ძლიერად დეცენტრალიზირებულ ორგანიზაციათა კოორდინაციის პრობლემის გადაჭრაა. იგია ფორმა სპონტანური ნესრიგისა, რომელიც აღმოცენდა არა რაიმეგვარი ცენტრალიზებული ძალაუფლების ზეგავლენით, არამედ დეცენტრალიზებული აგენტების მოქმედების შედეგად. ქსელების ეფექტურობა განსაზღვრულია არაფორმალურ ნორმებზე მათი დაფუძნებით. ქსელები ჩაანაცვლებენ ფორმალურ ორგანიზაციებს თანამედროვე სისტემებში. ისინი დამოკიდებული არიან „სოციალურ კაპიტალზე“. სოციალური კაპიტალი კომუნიკაციის ამა თუ იმ კოდის სიმბოლურ გენერალიზაციას წარმოადგენს და იგი შეიძლება იყოს ძალაუფლების ჰომოლოგიურიც, უფრო ზუსტად წარმოადგენს ძალაუფლების გარვეულ იპოსტასს.

ქსელის ქმედითობის საფუძველია (როგორც ნებისმიერი სიმბოლურად გენერალიზირებული კოდისათვის კომუნიკაციაში) ვირტუალური სტრუქტურისათვის მნიშვნელობის მინიჭება; აღიარება არაფორმალური ნორმებისა და ღირებულებებისა და მოქმედებები უბრალოდ „რწმენის“ საფუძველზე.

ქსელური სისტემა მახასიათებელია მაღალ დიფერენცირებადი საზოგადოებისათვის. საზოგადოებრივი დიფერენციაციის ხარისხის ზრდა იწვევს სიტუაციათა ოდენობის ზრდას. კონტინგენციისა და სპეციალიზაციის მაღალი დონის მიუხედავად, სელექციათა ტრანსლაცია აუცილებლობით უნდა განხორციელდეს. მხოლოდ



ასე შენარჩუნდება განვითარების მიღწეული დონე. მნიშვნელოვან ფუნქციონალურ სფეროებში ინტერესთა სიტუააციური კონგრუენტულობა უკვე ვეგარ იქნება უნინდებურად ხშირი და იმდენად სპეციალიზირებული, რომ ჩავთვალოდ თვითკმარად. აი, ამ დროს კი მოცემული პრობლემის გადაწყვეტაზე ორიენტირებული ძალაუფლების სპეციფიური კოდის განვითარება იქცევა შემდგომი ევოლუციის ქვაკუთხედად.

ჩვენ გავეცანით სისტემური ფუნქციონალიზმის წარმომადგენლის, გერმანელი სოციოლოგის ნიკლას ლუმანის ნააზრევს საზოგადოების, როგორც კომუნიკაციათა ერთობლიობის შესახებ. მისი ხედვით საზოგადოება დიფერენცირდება არა ქვესისტემებად, არამედ კომუნიკაციებად, რომლებიც ერთმანეთს ცვლიან დროში. კომუნიკაციაა პოლიტიკა, ეკონომიკა, მეცნიერება... და ისინი იმართებიან სიმბოლურად გენერალიზირებული კოდებით. ასეთი კოდი პოლიტიკისათვის არის ძალაუფლება. კოდს აუცილებლად ზურგს უმაგრებს სუბსტიტუტები. მაგალითად ძალაუფლების შემთხვევაში ესაა პრესტიჟი, ავტორიტეტი. კოდის წარმოებაში, კერძოდ კი სიმბოლურ გენერალიზაციაში დიდ როლს თამაშობს ენა. ენას აქვს უნიკალური თვისება, ყოველი აღმნიშვნელის უარყოფა – ერთგვარი ანტონიმი არის მის წიაღში – რისი წყალობითაც ვანარმოებთ ბინარულ სქემატიზმებს და შესაბამისად კოდებს.

### 3.2. კომუნიკაციის წესები დომინიკ კოლას მიხედვით

დომინიკ კოლა ფრანგი სოციოლოგია. მის ნაშრომებს საფუძვლად უდევს ლექტორის გამოცდილება მიღებული პოლიტიკური კვლევების ინსტიტუტში, პარიზის უნივერსიტეტში და პარიზი-დოფინის უნივერსიტეტში, სადაც ის აგრეთვე კათედრასაც უძღვება. კომუნიკაციის წესები დომინიკ კოლამ პოლიტიკის სოციოლოგიის ქრილში დაამუშავა და გამომდინარე აქედან, ეს თემა ჩვენს წიგნში წარმოდგენილი თავებისაგან განსახვავებით (თუ არ ჩავთვლით ქვეთავს, რომელშიც კომუნიკაციას ნიკლას ლუმანის პოზიციიდან განვიხილავთ) ტენდენციურია.

დომინიკ კოლა თავის ნაშრომში საუბრობს უპირატესად არქიტექტურის ჩართულობაზე ძალაუფლების სამსახურში. ჩვენი შემომგარსველი მატერიალური ნივთები, რომ ავლენენ საზოგადოების სტრუქტურულიზაციის წესს, ამაზე ჯერ კიდევ ფერნან ბროდელი საუბრობდა “მატერიალურ ცივილიზაციაში”, მოგვიანებით კი ჟან ბოდრიარი “ნივთთა სისტემაში”. დომინიკ კოლა მატერიალური ცივილიზაციისადმი ამ ტრადიციულ ინტერესს ფრანგულ აკადემიურ წრეებში უყურადღებოდ არ ტოვებს. კოლა საკათედრო ტაძრების ბარელიეფებს ყურადღებით შეისწავლიდა და ინტერესდებოდა ქრისტესა და მისი მოციქულების ორგანოზომილებიან სივრცეში გამოსახვის წესით. ქრისტე უფრო მაღალი რანგის წესრიგში გამოიხატება და ეს მიიღწევა მისი გამოსახვის მასშტაბების გაზრდით, როდესაც მონაფეები უფრო მცირე ფართობს იკავებენ. მიწიერი წესრიგი შეესატყვისება ზეციურ წესრიგს არქიტექტურის კოლას მიერ განხილულ ნიმუშებში. ბელადების გამოსახულებები, როგორც წესი, ასევე პომპეზურია. ბელადების (ადრე მონარქების) გამოსახვა არქიტექტურაში, ფერწერასა და ფოტოგრაფიაში, ესაა ძალაუფლების განვრცობის ერთ-ერთი ჩვეული მანერა. მაგალითად, საბჭოთა კავშირში ლენინის მონუმენტი ყველა ქალაქის ლამის აუცილებელი ატრიბუტი იყო. საფრანგეთის სამეფო კარზე, როგორც შენიშნავ კოლა, მეფის პორტრეტი ლამის საკრალიზებული იყო და მივარდნილ პროვინციებშიც კი იგზავნებოდა.

2002 წელს, როდესაც შ. კორტავა დასავლეთ საქართველოს ქალაქებში კვლევებს აწარმოებდა, ჯერაც სოციოლოგიის მაგისტრანტის რანგში, აღმოაჩინა ერთი ყურადსაღები ნიუანსი. საჯარო სამსახურებში, პენიტენციარულ დაწესებულებებში ასევე, თანამდებობის პირის კაბინეტის აუცილებელი ატრიბუტი იყო პრეზიდენ-

ტის სურათი და საეკლესიო ხატი. რაც უფრო იერარქიული კიბის მაღალ საფეხურზე იყო რესპოდენტი, ეს ორი “რეგალია”, პრეზიდენტის სურათი და ხატი გვხვდებოდა მეტად ძვირფას ჩარჩოში და მაღალი პოლიგრაფის ნიმუშით. ქართულ რეალობაში მინიერი და ზეციური ძალაუფლება ერთმანეთში გადაიზრდებოდა და ერთგულების გარეგნულად გამოხატულ ნიშნებს საჭიროებდა როგორც ჩანს მსგავსი სახით.

მოცემულ ქვეთავში მაქსიმალურად დაცულია დომინიკ კოლას სტილი.

დომინიკ კოლას თქმით საკომუნიკაციო საშუალებების სამი დიდი ტიპი გვევლინება როგორც პოლიტიკური რესურსი: გამოსახულებები, სალაპარაკო ენა და დამწერლობა. მაგრამ საკომუნიკაციო საშუალებებს თავისთავად ნაკლები მნიშვნელობა აქვთ, ვიდრე ურთიერთობებს, რომლებსაც მათთან სოციალური ჯგუფები ამყარებენ. თავმოყრილია საკომუნიკაციო საშუალებები განსაზღვრული პიროვნების ხელში, თუ ფართოდაა გავრცელებული? ხომ არ წარმოადგენენ ისინი ინდივიდუალური კუთვნილების ობიექტს სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფებში? მონოპოლიზირებულია ისინი ხელისუფლების აპარატით, რომელიც ახდენს აგრეთვე ძალადობის უფლების მონოპოლიზაციას? საკომუნიკაციო საშუალებებს არა აქვთ თავისთავადი მნიშვნელობა ან მუდმივი და უნივერსალური დატვირთვა. ეჭვგარეშეა, გამოსახულებები ასრულებდნენ უფრო მნიშვნელოვან როლს ევროპულ საზოგადოებაში შუა საუკუნეების ბოლოს და აღორძინების დასაწყისში, ვიდრე თანამედროვე მსოფლიოში, სადაც გამოსახულებას კონკურენციას უწევს დამწერლობა და საყოველთაო წერა-კითხვის ცოდნა. თეატრის სტატუსი არ იყო ერთნაირი ინგლისში დედოფალი ელისაბედის ეპოქაში და ანტიკურ საბერძნეთში ან თუნდაც ბალისში, რომელიც შეიძლება დახასიათდეს როგორც თეატრი-სახელმწიფო.

მიუხედავად ამისა, იქამდე, სანამ თავს დავიცავდეთ ტექნიკის-ტური იდეოლოგიისაგან, რომლის თანახმად, ტექნიკა წყვეტს ყველაფერს, შეიძლება დავსვათ საკითხი – ხომ არ არის კომუნიკაციის წესი დაკავშირებული პოლიტიკური სისტემის ბუნებასთან? დომინიკ კოლა ეყრდნობა რა მორის ჰალბვაშს, ამბობს: სრულებითაც არ არის შემთხვევითი, რომ დემოკრატები დაბადებულნი არიან ზღვისპირა ქვეყნებში, პორტების ირგვლივ, ყველგან იქ, სადაც

უფრო ინტენსიურია და ვრცელი სხვადასხვა ეროვნების ადამიანთა ცირკულაცია და ძალიან განსხვავებულია სოციალური პირობები მჭიდრო და ხშირი ურთიერთობებისა და კონტაქტების ვითარებაში. ამგვარად, შეიძლება შევაფასოთ საკომუნიკაციო საშუალებების როლი საპროპაგანდო საშუალებებში (რადიოს გამოყენება ნაცისტების მიერ) და ვაჩვენოთ მაგალითისათვის, თუ როგორ იყო გამოყენებული კინო, რომელიც გაჩნდა როგორც მასობრივი ხელოვნება, ნაცისტებისა და კომუნისტების მიერ; ორივე მათგანმა შექმნა თავისი პირველი საპროპაგანდო ფილმი მსგავსი შინაარსით, სადაც გადაღებული იყო მდიდარი ბურჟუას ბინის დაკავება ღარიბი გარიყული ადამიანის მიერ. ისინი ცდილობდნენ საკომუნიკაციო წესში ეპოვათ თავისი პოლიტიკური სისტემის ერთგვარი მატერიალური საფუძველი ან პირიქით, მიენიჭებინათ ესთეტიური ფორმისთვის პოლიტიკური და სოციალური სისტემის ერთგვარი ექსპრესიის ფუნქცია. პროპაგანდისტული მეთოდების გარდა, ამბობს დომინიკ კოლა, ჰალბვაშსა და სხვათა მსგავსად საჭიროა გავარკვიოთ, ხასიათდება თუ არა საკომუნიკაციო საშუალებების სპეციფიური გამოყენება სხვადასხვა პოლიტიკური ორგანიზაციული ფორმებით; შეიძლება თუ არა, მაგალითად, დავახასიათოთ პოლიტიკური რეჟიმი იმ დამწერლობით, რომელსაც იყენებს?

კომუნიკაციის წესის შესწავლისას დომინიკ კოლასთან განხილულ საკითხებში მეტად საინტერესოა ძალაუფლება და ძალაუფლების წარმოსახვა ელისაბედის ეპოქაში. დომინიკ კოლა ამბობს, იმისთვის, რომ ვაჩვენოთ იმ საკითხების სირთულე და მრავალმხრიობა, რომლებიც დაკავშირებულია წარმოსახვასთან (რომლებიც საფრანგეთში ასე ხშირად დაიყვანება ბრიყვულ დისკუსიებზე ტელევიზიით), ჩვენ ვჩერდებით ძალაუფლების გამოსახულების და გამოსახულების ძალაუფლების, ძალაუფლების წარმოდგენისა და წარმოდგენის ძალაუფლების განსაკუთრებულ ტიპზე, რომლითაც შეიძლება დახასიათდეს თანამედროვე სახელმწიფო, როგორც მაგალითად, ის გვეკლინება იაკობ I-ის და მის შემდგომ ელისაბედ II-ის ინგლისში.

„ქარბუქი“ – შექსპირის ბოლო პიესა, წარმოდგენილი იყო სუვერენის წინაშე, იმ სუვერენის წინაშე, რომელიც იცავდა მონარქიის იდეას, ღვთაებრივ უფლებას და რომელიც იყო სხვადასხვა პოლიტიკური ტექსტის ავტორი: ამ პიესის ერთი ლექსი ამტკიცებს, რომ

„ღმერთმა მეფეებს ტყუილად არ არგუნა ღმერთების სტილი“. ამ ექსტრემალური პიესიდან (რომელსაც აქვს „უფსკრულის“ კონსტრუქცია) გამოვყოთ ამბავი, რომელსაც პროსპერო უყვება თავის ქალიშვილს, მირანდას, როდესაც ისინი მარტონი იმყოფებიან კუნძულზე და მათთან არიან მარტოდენ მონა კალიბანი და სული არიელი. პროსპერო საიდუმლოებას უზიარებს ქალიშვილს, თუ რატომ დაატყდათ თავს ეს უბედურება. ის, პროსპერო ოდესღაც იყო მილანის მეფე, მაგრამ ძმას დაუთმო „სახელმწიფოს მმართველობა“, რათა თვითონ მთელი დრო დაეთმო განათლებისათვის. თავის ბიბლიოთეკაში მან შეიძინა საიდუმლო ცოდნა, რის გამოც ბიბლიოთეკა მისთვის გადაიქცა საკმარისი ზომის სამთავროდ, და ის სულ უფრო უცხო ხდებოდა თავისი საკუთარი ქვეყნისათვის. მისი ძმა ხავსივით მოედო ტახტს, თანდათანობით ხელში ჩაიგდო სამეფოს გასაღები, სულ მალე პროსპერო მიუხვდა მას, გამოიცნო მისი სიცრუე იმ „შენაცვლების“ წყალობით, რითაც მან „გახადა აქტიური და ფაქტობრივი მეფობის ფარული სახე“, „ძალაუფლების დროებითი“ სახე. „ცრუ“ ძმამ თავი დაირწმუნა, რომ ის არის ნამდვილი მეფე და მოკავშირეების ძებნა დაიწყო, რომ გათავისფულებულიყო ძმისგან, ხოლო ნამდვილმა მეფემ ნავით ზღვაში შესცურა თავის ქალიშვილთან ერთად. ამგვარად, პროსპერომ დაკარგა ძალაუფლება, რათა ჩაღმავებულიყო ცოდნაში. კუნძულზე, რომელზეც ის გადავიდა, ის მარტოდენ თავისი ქალიშვილის მასწავლებელია და თავისი უზრდელი უფიცი მონის კალიბანის (კალიბან ანაგრამა) ბატონი. მაგრამ თავისი ცოდნის წყალობით მას აქვს მაგიური ნიჭი, ჯადოქრობის, მომაჯადოებლის უნარი. მარტოდენ ქარიზმატული უნარით ის არაფერს მართავს გარდა ჯადოსნობებისა და ზეციური სულისა, არიელისა, რომელიც მას ემსახურება როგორც ხელმწიფეს. თავისი უზურპატორი ძმის და მისი თანამზრახველის მოგზაურობის დროს, პროსპერო იწვევს ქარბუქს, რომელიც ნეაპოლის ცრუ მეფის გემს დაამსხვრევს. „რა მნიშვნელობა აქვს მეფის სახელს ბობოქარი ტალღებისათვის?“, კითხულობს კატასტროფის წინ მეზღვაური, რომელიც უზურპატორ მეფის გემის წვერზე დგას.

პასუხი არ არის მარტივი, რადგანაც პროსპერომ დაკარგა პოლიტიკური ძალაუფლება როდესაც უარი თქვა მის წარმოსახვაზე,

რათა მიეღო საიდუმლო ცოდნა და სწორედ ეს ცოდნა აძლევს მას საშუალებას მართოს ტალღები და მეხი. ის დაიბრუნებს სამეფოს იმის შემდეგ, რაც გამოიყენებს თავის ჯადოსნურ უნარს მტრების მოტყუებისთვის, როგორც ოცნებობდა კიდეც. ამგვარად, მეფე, რომელმაც დაკარგა თავისი სამეფო, როდესაც თავის ნაცვლად სხვას გადასცა ძალაუფლების საჭე, შემდეგ იბრუნებს მას ცოდნის წყალობით. მაგრამ მარტო ცოდნა არ არის საკმარისი სამართავად. პირიქით, „მატყუარა“ ძმა კარგავს ძალაუფლებას, ვინაიდან მას არა აქვს „ფარული ცოდნა“, რაც საშუალებას მისცემდა გამკლავებოდა ძმას.

შექსპირის ტექსტში გამოდგებით ფიგურირებს ზმნა *performe*, რაც ნიშნავს თავისი როლის თამაშს. მსახიობის მსგავსად მეფესაც აქვს განსახორციელებელი ერთგვარი ტიპის „ნარმოდგენა“: წარმოსახოს ძალაუფლება, რომელსაც ის განასახიერებს. „ძალაუფლება ძალუფლების მტკიცების გარეშე ქრება“.<sup>150</sup>

დომენიკ კოლა ასევე შეისწავლის იდეალურ და რეალურს, არისტოკრატისა და დემოკრატის მხატვრობაში ტოკვილის მიხედვით. ტოკვილის თანახმად, დემოკრატიული საზოგადოება გავლენას ახდენს ტექნიკასა და სახვით ხელოვნებაზე. გამოყენებითი ხელოვნების სახეებში სულ უფრო დიდი რაოდენობით იქმნება ნაწარმოებები, რომელთა ხარისხი დაბალია, ასე აფასებს ტოკვილი ამ ფაქტს და ხშირად მოჰყავს ბუვარის და პეკუშეს<sup>151</sup> სიტყვები: „როდესაც მარტო მდიდრებს ჰქონდათ საათები, ეს საათები ყველა შესანიშნავი იყო. ამჟამად მარტოოდენ მდარე საათებს უშვებენ, მაგრამ ისინი სამაგიეროდ ყველას აქვს“. დემოკრატია უბიძგებს ხელოსანს გააკეთოს სწრაფად და მომხმარებელი კი დააკმაყოფილოს ამ დაბალი ხარისხის პროდუქციით. სახვითი ხელოვნების სფეროში, ისინი, ვინც „აყალიბებდნენ გემოვნებას სახვით ხელოვნებაში“ გაკოტრდნენ და ახალი ღარიბი მოყვარულები ამრავლებენ ნაწარმოებებს, მაგრამ თითოეული ამ ნაწარმოების ღირებუ-

<sup>150</sup> ციტატა ეკუთვნის იულიუს კეისარს.

<sup>151</sup> ბუვარი და პეკუშე – ფრანგი მწერლის, გუსტაფ ფლობერის დაუსრულებელი რომანი, რომელიც 1881 წელს გამოქვეყნდა. ამ რომანში ფლობერი შეეცადა კაცობრიობაზე დაგროვილი მთელი ცოდნა აღებეჭდა და ეჩვენებინა ადამიანური სიბრძნე. მაგრამ ფრანგულ კრიტიკაში რომანი უარყოფითად მიიღეს.

ლება მცირეა. ესთეტიკური ღირებულებებიც შეიცვალა: აღარ არსებობს „დიდი“, არამედ „ელეგანტური და ლამაზი“, და სწორედ ასეთებისკენ მიილტვიან. „არისტოკრატიის დროს იხატებოდა რამდენიმე დიდი ტილო, დემოკრატიულ ქვეყნებში კი უამრავი წვრილი სურათი იქმნებოდა. არისტოკრატიის დროს აღმართავდნენ ბრინჯაოს ძეგლებს და დემოკრატიისას კი ცვენაა თაბამირის ძეგლების“ და ძეგლები, რომელიც ტოკვილმა ნახა თავისი ხანგრძლივი მოგზაურობისას ამერიკაში 1831-1832 წწ. ნიუ-იორკიდან მოშორებით, მათთან მიახლოებისას აღმოჩნდნენ დამზადებული არა მარმარილოსაგან, არამედ აგურისაგან ან შეღებილი ხისგან. მასალის ფაქტურა არქიტექტურაში და ამავე დროს „იმიტაციური ხელოვნება“ (ტერმინი, რომელიც მოიცავს მხატვრობასაც) ცვლის ამოცანებს, რომელსაც აყენებს არსებული რეალობა არისტოკრატიული ინსტიტუტებისა და დემოკრატიული ინსტიტუტების პირობებში: პირველ შემთხვევაში გვაქვს სულის მხატვრობა, მეორე შემთხვევაში – სხეულის მხატვრობა, პირველისთვის არსებითია გრძნობებისა და იდეების გამოხატვა, მეორისთვის – მოძრაობების და შეგრძნებების მხატვრობა. ამგვარად, სახვით ხელოვნებაში დემოკრატია ამკვიდრებს „იდეალის“ მაგივრად „რეალობას“.

დომინიკ კოლა ხაზს გაუსვამს, რომ ტოკვილი ერთმანეთს უპირისპირებს ორ ხელოვანს: რაფაელსა და დავიდს. პირველი ამოდის ესთეტიკურიდან და ეძებს შორს, მაღლა და დიდს, გვაძლევს თავისუფალი წარმოსახვის საშუალებებს, მაშინ როცა მეორე ცხოვრობს იმ დროს, როდესაც ტალანტი მდგომარეობს „კერძო ცხოვრების დეტალების ზუსტ გამოსახვაში“. ერთი მხრივ, დიდი სიუჟეტები, რომლებიც იძლევიან საშუალებას ადამიანებისაგან შექმნან რაღაც, რაც უფრო მაღალია, ვიდრე უბრალოდ ადამიანი; მეორე მხრივ, მცირე ობიექტების კოპირება. იტალიური რენესანსის დროინდელ მხატვარზე (ხელოვანზე) ის წერს, რომ ის ნაკლებად ზრუნავდა ანატომიაზე და სიზუსტეზე, ვიდრე დავიდი, ეს უკანასკნელი ცდილობდა წარმოესახა მოდელები, რომელიც მის თვალწინ იყო, მაშინ როცა რაფაელი ისწრაფვოდა კიდევ უფრო მშვენიერი გაეხადა სილამაზე და ბუნებისთვის კი არ მიებაძა, არამედ „გადაელახა“ ის და მოექცნა კიდევ უფრო მშვენიერი, ვიდრე ის არის. დავიდმა და მისმა მოსწავლეებმა დატოვეს „ადამიანის ზუსტად ამსახველი

მხატვრობა“, რაფაელმა კი თავის ნაწარმოებებში „ღვთაებრიობის კარი შემოგვიღო“. დაპირისპირება ხელოვნების ამ ორ ფორმას შორის ისეთივე მკაცრია და დიხოტომიური, როგორც გლობალური განსხვავება საზოგადოების ამ ორ ფორმას შორის ან დამორჩილების ორ სახესხვაობას შორის, რომელიც მის ასპექტს წარმოადგენს.

დომინიკ კოლას მიხედვით დაპირისპირებათა ცხრილი შემდეგია: განსხვავება სახვით ხელოვნებაში დემოკრატიულ და არისტოკრატიულ საზოგადოებაში

დემოკრატიული სახელმწიფო	არისტოკრატიული სახელმწიფო
თანამედროვეობა	რენესანსი (აღორძინება)
დავიდი	რაფაელი
მცირე მხატვრობა	დიდი ტილოები
ბუნების კოპირება	უმაღლესის წარმოსახვა
ადამიანი	ღვთაებრიობა
აღქმა (პერცეფცია)	წარმოდგენა
მგრძნობელობა	გრძნობა
მოდრაობა	იდეა
პატარა, ელევანტური, ლამაზი	დიდი, ვრცელი, შორეული
სხეული	სული
რაოდენობა	ხარისხი
რეალური	იდეალური

ამგვარად, სახვითი ხელოვნება იძლევა იმის საშუალებას, რომ დავახასიათოთ ის როგორც სხვადასხვა საზოგადოების გამოხატულება. კოლას თანახმად, ტოკვილი ცდილობს არ დაამყაროს იერარქია ამ ორ ფორმას შორის, მიუხედავად იმისა, რომ მისი რიტორიკა ამკვიდრებს ერთადერთს, რაც საკმაოდ აშკარაა, დიდ ხელოვნებასა (რომელიც ჩვენ „გვაზიარებს ღვთაებრიობას“) და დემოკრატიული ეპოქების ხელოვნებას შორის, მაგრამ ის ორივე მათგანს წარმოადგენს როგორც ასახვებს ან მნიშვნელოვან ელემენტებს, რომლებიც იმეორებენ იმას, რაც წარმოჩინდება საზოგადოების ორივე ტიპში. ხელოვნების მარქსისტული სოციოლოგიის ზოგიერთი ტიპისაგან ანუ იდეოლოგიისაგან განსხვავებით, რომელ-



შიც მიჩნეულია, რომ წარმოსახვის სფეროში ხდება დემოკრატია, დომინიკ კოლას თქმით, ტოკვილი უფრო მეტად ცდილობს აჩვენოს ხელოვნებაში (მაგრამ ასევე ტექნიკაში) საზოგადოების სტრუქტურის გამეორება მთლიანობაში. ამ აზრით, ხელოვნება სხვას არაფერს გამოხატავს, თუ არა იმას, რასაც საზოგადოებაში ყველგან ვხვდებით: იერარქია ერთ სოციალურ ფორმაციაში და თანასწორობის ბატონობა მეორეში.

დომინიკ კოლას ინტერესის საგანს წარმოადგენს ასევე არქიტექტურა და პოლიტიკური სისტემა იმპერიულ რომში.

დომინიკ კოლა განიხილავს კომუნიკაციის წესში კიდევ ერთ საკითხს. მას აინტერესებს არის თუ არა დამწერლობა ძალაუფლების აპარატი. ამჯერად კოლა მსჯელობის საგნად აქცევს კლოდ ლევი-სტროსს.

მიუხედავად იმისა, რომ საკომუნიკაციო საშუალებების დაყოფა გამოსახულებად, სიტყვად, დამწერლობად ხელოვნურია, დომინიკ კოლა ამბობს, ჩვენ იძულებულები ვართ დავასკვნათ, რომ საკითხს, რომელიც ეხება დამწერლობის როლს ძალაუფლების მექანიზმებში, მივყავართ მეტყველებასა და დამწერლობას შორის არსებული დამოკიდებულების ანალიზის აუცილებლობამდე, რის შედეგადაც ჩნდება იდეა (ცრურწმენა), რომელიც გულისხმობს იმას, რომ ზეპირი სიტყვა (მეტყველება) თავისუფლების გვერდითაა და დამწერლობა კი ხელისუფლების გვერდით. მსჯელობას ამის თაობაზე აუცილებლად აქვს საერთო ნაწილი, საერთო ადგილები, თავისი საერთო წარმოშობა.

როგორც უკვე ავლინებთ, ამჯერად დომინიკ კოლა ეყრდნობა კლოდ ლევი-სტროსს. „სევდიან ტროპიკებში“ (1956წ) თავი, რომელიც დასათაურებულია როგორც „დამწერლობის გაკვეთილი“, მაგრამ შეიძლება რქმეოდა „გაკვეთილი დამწერლობაზე“, წარმოადგენს ერთგვარად ისეთ ნაწყვეტს, რომელიც საშუალებას გვაძლევს გავიაზროთ დამოკიდებულება ძალაუფლებასა და დამწერლობას შორის.

კლოდ ლევი-სტროსის განაზრებანი ეხება ნაამბობს ექსპედიციაზე, რომელიც მოეწყო ბრაზილიის ტყეში ნამბივარას ინდიელების საცხოვრებელ ადგილებში (1936 წელი); ის იმედოვნებდა, რომ შეხვდებოდა ჯგუფს ტომის ლიდერის მეშვეობით. ამ უკანასკნელ-

მა მოაწყო შეხვედრა ლევი-სტროსისა და მისი კოლეგებისთვის. ეს იყო სარისკო მოგზაურობა, მაგრამ ჰქონდა „გროტესკული ეპიზოდის“ იერი; მახის დაგების ამო შიში, გამყოლის მიერ გზის აბნევა, ნადირობა, რომელიც მარცხით დამთავრდა და აიძულა მოგზაურები მიერთმიათ კალიის კერძი. შეხვედრის ადგილას მათ იხილეს 75 ადამიანი 17 ოჯახიდან. მოსული ადამიანები, კერძოდ ინდიელები, ალელგებული ჩანდნენ და ლევი-სტროსმა გადაწყვიტა მეორე დილას ზედმეტი ყოყმანის გარეშე გასაუბრებოდა მათ.

ლევი-სტროსმა გაანაწილა ქალაქის ფურცლები და ფანქრები. ინდიელებმა დახაზეს კლაკნილი ჰორიზონტალური ხაზები. ისინი „წერდნენ“ ისე, როგორც ამას აკეთებდა ეთნოლოგი თავის ბლოკნოტში. მაგრამ ტომის მეთაური უფრო შორს წავიდა. როცა ის მუშაობდა ლევი-სტროსთან ერთად, ვერბალურად კი არ ატყობინებდა ინფორმაციას, არამედ ხაზავდა ფურცელზე კლაკნილ ხაზებს. რომელსაც გადაცემდა წასაკითხად, თუ შეიძლება ითქვას. ეს იყო კომედია, რომელშიც ლევი-სტროსი მონაწილეობდა, რომლის დროსაც მეთაური აჩვენებდა თავის ნაწხაპნს, თითქოს ცდილობდა მის წაკითხვას, ამას ის თან აყოლებდა სიტყვიერ ახსნას და ისეთი იერი იქმნებოდა, თითქოს ის რაღაცას წერდა და ესმოდა დანერილი. მაგრამ ეს მისტიფიკაცია კიდევ უფრო შორს წავიდა, როცა ტომის მეთაური ისეთ სახეს იღებდა თითქოს ნამბივარელებს შორის მარტომ გაიგო „დანერილის დამიშნულება“, რაც ემსახურებოდა მისი პრესტიჟის და ავტორიტეტის გაზრდას. მართლაც, ეს ინდიელი, რომელსაც ევალეობოდა საჩუქრების დარიცება, როდესაც შეიკრიბებოდა მთელი ტომი, კითხულობდა ქალაქის ფურცელს, დაფარულს ხაზებით (tortille) და იყენებდა მას ისე, თითქოს ეს სია მიაწინებდა, ვის შეხვდეს ხმალი, რომლის საპასუხოდ ამ უკანასკნელმა უნდა გასცეს მშვილდი და ისრები და სხვები კი მძივის მაგივრად მიიღებდნენ მარგალიტებს. ამ გარეგნული მანიპულაციის მეშვეობით, დამწერლობით ის არწმუნებდა თავის ტომელებს, რომ მონაწილეობს თეორიების საიდუმლოებებში და რომ მან იცის მათი საიდუმლოება. შემდეგ ისინი დაშორდებიან და მორიგი მოგზაურობისას მოხდება „სასაცილო ინციდენტი“, როდესაც ეთნოლოგი დაიკარგება, სანამ მის „გზას“ („კვალს“) არ მონახავს ორი ნამბივარელი.

სალამოს ეთნოლოგი იხსენებს გაცვლის სცენას და დამწერლობის დაბადებას ნამბივარელებთან, სადაც ის (დამწერლობა) გამოვლინდება სწავლების გარეშე (ტომის მეთაურს არ უსწავლია წერა, მაგრამ ის მანძი წერს) და ინტელექტუალური ფუნქციის გარეშე, მარგამ აქვს სოციალური მიზნები: აღრიცხვადობა, რომელსაც ფლობს ლიდერი, ემსახურება მარტოოდენ იმას, რომ დამთვლელმა შეიძინოს პრესტიჟი და ავტორიტეტი სხვათა ხარჯზე. იგივე ვითარებაა იქ, სადაც დამწერლობა რეალურად გამოიყენება: აღმოსავლეთ პაკისტანის რეგიონში – ჩიტაგონგაში (ამჟამად ბანგლადეში) – რომელშიც ცხოვრობს წერა-კითხვის უსწავლელი ხალხი, ლევისტროსის ვიზიტის დროს დამწერი წარმოადგენდა არა მარტო იმ ადამიანს, რომელმაც იცის წერა-კითხვა, არამედ „იმას“, ვის „ცოდნასაც ძალაუფლება ემატება“ (ის ხშირად მევახშეა). ამდენად ჩვენ შეგვიძლია უარვყოთ კორელაცია დამწერლობასა და ტექნიკასა და სამეცნიერო ცივილიზაციის განვითარებას შორის და დავეთანხმოთ კონცეფციას დამწერლობის უფრო მეტად პოლიტიკური როლის შესახებ.

დამწერლობა მეტად უცნაური რამ არის. როგორც ჩანს, მის შექმნას თან ახლდა ღრმა ცვლილებები კაცობრიობის არსებობის პირობებში, და ეს ტრანსფორმაციები, სავარაუდოა, იყვნენ ინტელექტუალური ბუნების. დამწერლობის შექმნამ გაზარდა დიდწილად ადამიანთა უნარი შეინახონ ცოდნა. მას ადვილად აღიქვამენ როგორც ხელოვნურ მეხსიერებას, რომლიც განვითარებას თან სდევს წარსულის უკეთესი ცოდნა, ანმყოს და მომავლის მოწყობის (ორგანიზების) უფრო დიდი უნარი („სევდიანი ტროპიკები, თ. XXVIII).

ჩვენ შესაძლოა დაგვეჯერებინა, რომ ხალხების დაყოფა დამწერლობის მქონედ და არამქონედ წარმოადგენს ქმედით კრიტერიუმს ცივილიზაციის და ბარბაროსობის დასაპირისპირებლად იმ აზრით, რომ დამწერლობა იძლევა ისტორიული ცნობიერების წარმოქმნის საშუალებას. მაგრამ ეს ასე არ არის: ნეოლითური რევოლუცია (სოფლის მეურნეობა, ცხოველების მოშინაურება) განხორციელდა დამწერლობის გარეშე, რომლის გაჩენა, როგორც ჩანს, დაკავშირებულია მარტოოდენ არქიტექტურის გაჩენასთან. ამან არ შეუშალა ხელი დასავლური ცივილიზაციის ხანგრძლივ უძრავობას; და მეტიც, თუ დამწერლობა იყო კიდევ გალილეო-კარტეზიანული ეპოქის აუ-

ცილებელი პირობა, ის მაინც არ იყო საკმარისი. ასეთივე კორელაციაა მეცნიერებასა და დამწერლობას შორის.

ერთადერთი ფენომენი, რომელიც მას მუდამ თან სდევს, არის სახელმწიფოებისა და იმპერიების ჩამოყალიბება ანუ პოლიტიკურ სისტემებში ინდივიდთა დიდი რაოდენობის ინტეგრაცია და მათი იერარქიზაცია კასტებად და კლასებად. ყოველ შემთხვევაში ასეთია ტიპური ევოლუცია, რომლის მოწმენიც ჩვენ ვართ დაწყებული ეგვიპტიდან და დამთავრებული ჩინეთით, სწორედ ამ დროს იწყება დამწერლობის განვითარება: დამწერლობამ შეუწყო ხელი ადამიანთა ექსპლუატაციას მანამდე, სანამ მოხდებოდა მათი განათლება. ეს ექსპლუატაცია, რომელიც ხელს უწყობს ათასობით მშრომლის გაერთიანებას, რათა აიძულოს ისინი აწარმოონ დამქანცველი შრომა, საშუალებას გვაძლევს უკეთ გავიაზროთ არქიტექტურის წარმოშობა, რომლის უშუალო კავშირი დამწერლობასთან უკვე განვიხილეთ. თუ დომინიკ კოლას ჰიპოთეზა სწორია, უნდა ვაღიაროთ რომ დამწერლობითი კომუნიკაციის უპირველესი ფუნქციაა დაქვემდებარების გაადვილება. დამწერლობის გამოყენებას მიზნად არა აქვს ინტელექტუალური ან ესთეტიკური განვითარება, ეს მეორადი შედეგია, თუნდაც ის უფრო ხშირად დაიყვანებოდეს ისეთ საშუალებებზე, რომელიც აძლიერებს, აზუსტებს ან ფარავს მეორეს.

ამგვარად, ეპიზოდი, რომელშიც ინდიელი იყენებდა ფსევდო-დამწერლობას კოგნიტური ღირებულების გარეშე, მარტო იმისთვის, რათა დაემკვიდრებინა თავისი ავტორიტეტი ანთროპოლოგის დამწერლობის იმიტაციით, წარმოადგენს დამწერლობის სოციალური დანიშნულების კარგ მოდელს. აქ კარგად არის დაჭერილი დამწერლობის გამოყენების საფუძველი, იმის გარდა, რაც აჩვენა ანთროპოლოგმა, რადგანაც ამან მოიტანა არა მარტო „სევდიანი ტროპიკები“, ლევისტროსის მიერ დაწერილი ნაშრომით, მეცნიერის ნაწერით მის ბლოკნოტში, არამედ ის ფარდას ხდის დამწერლობის ძირითად ჭეშმარიტებას, ძალაუფლებას. ცრუ დამწერლობის ეს მდაბიო ტყუილი (ორმაგად ყალბი, რადგანაც ინდიელმა, რომელიც მისით მანიპულირებს, არ იცის რა წერა და აყალბებს სოციალურ დამოკიდებულებებს) გამოხატავს მთავარ სიმართლეს დამწერლობაზე: ის არის დამორჩილების საშუალება. მთელი სიზუსტით უნდა გავიგოთ ლევისტროსის სიტყვები: დამწერლობა წარმოშობს ბატონობის განმტკიცების საშუალებ-

ბას და არა თავისუფლებას. აფრიკა წარმოადგენს საპირისპირო მაგალითს: ხომ არ არის დაკავშირებული დიდი სახელმწიფოების ხანგრძლივად არსებობა ამ კონტინენტზე დამწერლობის არსებობასთან? და თუ შემოვბრუნდებით ევროპისაკენ, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ევროპული სახელმწიფოების სისტემატურ ძალისხმევას სავალდებულო განათლების დასამკვიდრებლად პარალელურად თან სდევს პროლეტარიზაცია და სამხედრო სამსახურის გავრცელება. ნერაკითხვის სასწავლებელი სკოლები წარმოადგენენ დემოკრატიული საზოგადოების მეტად ტიპიურ მოვლენას, რომელიც ამყარებს დაქვემდებარების სისტემას: „ბრძოლა ნერაკითხვის უცოდინრობის აღმოსაფხვრელად წარმოებს ძალაუფლების მხრიდან მოქალაქეთა კონტროლის გაძლიერებასთან ერთად. აუცილებელია ყველამ იცოდეს კითხვა, რათა ხელისუფლებას შეეძლოს განაცხადოს, რომ არავის არა აქვს უფლება უგულვებელყოს კანონი“. დამწერლობის ამ წყეულ თვისებას აქვს უნივერსალური ქმედითობა, რასაც მოწმობს ახალგაზრდა სახელმწიფოების უბედურებები („სევედიანი ტროპიკები“ და ინერა სწორედ იმ დროს, როდესაც მიმდინარეობდა მასობრივი დეკოლონიზაცია). „აქვთ რა ცოდნის შექმნის საშუალება, რომელიც ნიგნების სახით შეგროვებულია ბიბლიოთეკებში, ადამიანები უმწეონი არიან იმ ტყუილების მიმართ, რომელსაც ავრცელებენ ჯერ კიდევ საკმაო რაოდენობით დაბეჭდილ დოკუმენტებში“. ამდენად, როგორც ჩანს, ხოტბა უნდა შევსახათ ნამბივარას ხალხს იმისთვის, რომ მან უნდობლობა გამოუცხადა თავის ლიდერს, რომელმაც დამწერლობა გამოიყენა თავისი საკუთარი ძალაუფლების გასამყარებლად. როგორც აღნიშნავს დომინიკ კოლა, სხვა ნიგნში ლევი-სტროსი, ნათლად აღნიშნავს, რომ დამწერლობა, დაკავშირებული ადმინისტრაციულ დოკუმენტაციასთან, ხელს უწყობს მთელ მსოფლიოში ისეთი ურთიერთობების დამყარებას ინდივიდთა შორის, რომელთაც აქვთ „არანამდვილი ხასიათი“.

დომენიკ კოლა ბოლო საკითხად განიხილავს ტოტალიტარიზმსა და სხეულზე დამწერლობას. მაგალითებად მოჰყავს საკონცენტრაციო ბანაკების პრაქტიკა ფაშისტურ გერმანიაში და საბჭოთა კავშირი გულაგების პირობებში. მიუხედავად იმისა, რომ სოლჟენიცინის „არქიპელაგ გულაგი“ მხატვრული ჟანრის ნაწარმოებია, იგი კონკურენციის მიღმა რჩება, როდესაც გულაგების კედლებს მიღმა არსებული სინამდვილის არქეოლოგიას მივყოფთ ხელს. თუმცა,

დომინიკ კოლა უფრო რე ბიოგრაფიული ხასიათის მასალაზე აკეთებს თავის არჩევანს, მაგალითად ანა ახმატოვა, ლიდია ჩუკოვსკაია.

### 3.3. ექსკურსი სოციოლოგიისტიკაში (როჯერ ბელის მიხედვით)

მოცემულ ქვეთავში ჩვენ როჯერ ბელის<sup>152</sup> მიხედვით დანვრის-  
ლებით განვიხილავთ ენის ფუნქციონალურ მოდელებსა და კომპო-  
ნენტებს, პირველ რიგში კი სოციოლოგიისტიკის მიზნებსა და  
პრობლემებს.

ბუნებრივია ისმის შეკითხვა, „რატომ სოციოლოგიისტიკა?“. სოციოლოგიისტიკა იკვლევს ენის ფუნქციას, რომელიც უპირვე-  
ლეს ყოვლისა ვლინდება მეტყველების საშუალებით ადამიანის კო-  
მუნიფიცირების უნარში. სოციოლოგიისტიკის სფერო ძალზედ  
ფართოა (ჯერ ერთი ის იყოფა მიკრო და მაკრო სოციოლოგიისტი-  
კად), მაგრამ ჩვენი წიგნის სპეციფიკიდან გამომდინარე დავინტე-  
რესდებით შემდეგი კონკრეტული საკითხებით: 1. ენის ფუნქციო-  
ნალური მოდელები და მისი გამოყენება, 2. კომუნიკაციის არხები  
და შემცველობა, 3. კომუნიკაციური სიტუაციის კომპონენტები, და  
ბოლოს, 4. ენის ფუნქციები.

სოციოლოგიისტიკის ძირითადი ამოცანა უკვე ათწლეულების  
ნინ იყო ნათლად ფორმულირებული: ენობრივი და სოციალური  
სტრუქტურის სისტემური კოვარიაციის<sup>153</sup> და ასევე ზოგიერთი მი-  
მართულებით არსებული მიზეზობრივი კავშირების ჩვენება.  
მსგავსა ამოცანამ, როგორც მოგვითხრობს როჯერ ბელი, მიგვიყ-  
ვანა კორელაციურ მიდგომამდე, რომლის თანახმადაც ენობრივი  
და სოციალური სტრუქტურა წარმოადგენენ ცალკედ გამოკვეთილ  
რეგიონებს, რომლებიც „მშობელი“ დისციპლინების მიერ (იგუ-  
ლისხმება ლინგვისტიკა და სოციოლოგია) ნაწილობრივ უკვე არი-  
ან აღწერილნი.

ენის სოციალურად განპირობებული აღწერისას ორი მიდგომა  
გამოიყოფა, საკუთრივ სოციოლოგიისტიკური და ენის სოციოლო-

---

<sup>152</sup> ცნობილი ბრიტანელი ენათმეცნიერი, წლების განმავლობაში ლანკას-  
ტერის უნივერსიტეტის ენათმეცოდნეობის კათედრის წამყვანი სპეცია-  
ლისტი. საბჭოთა სივრცეში 80-იან წლებში ითარგმნა და სამეცნიერო წრე-  
ებში გავრცელდა მისი მონოგრაფია სოციოლოგიისტიკაში.

<sup>153</sup> იგივე კორელაციური მომენტი – ალბათობის თეორიასა და მათემატი-  
კურ სტატისტიკაში ორი შემთხვევითი ერთეულის წრფივი დამოკიდებუ-  
ლების საზომი.

გისეული. ენის სოციოლოგია ფართე დისციპლინათშორის მიზნებს ისახავს. ენის სოციოლოგია გვთავაზობს ე.წ. ნიშნური თეორიის საზღვრებში ენობრივი და სოციალური სტრუქტურების ინტეგრაციას. სახეზეა მცდელობა ლინგვისტიკა გაერთიანდეს სხვა სოციალურ მეცნიერებებთან. ინტერესის საგანი ხდება სოციალური ცხოვრების კონტექსტში ნიშნების გამოყენების შემთხვევები. „ნიშნების“ ნაცვლად შეგვიძლია სიმბოლოები ვიხმაროთ. ამით ნათქვამის შინაარსი ბევრად არ შეიცვლება. ლინგვისტიკის ზემოხსენებული გაგება თავად სოსიურს ერთობ აკმაყოფილებდა, რაც აისახა კიდევ სემიოლოგიის მისეულ ფორმულირებაში. როჯერ ბელი სოსიურის გვერდით ახსენებს კენეტ ლი პაიკს<sup>154</sup>, რომელსაც ასევე ჰქონდა მცდელობა შეექმნა ადამიანური ქცევის ამხსნელი ინტეგრირებული თეორია. როჯერ ბელი ამბობს<sup>155</sup>, ენის სოციოლოგია შეიძლება განვიხილოთ როგორც ინტეგრირებული, დისციპლინათშორისი, მრავალ მეთოდსა და მრავალდონიან მიდგომაზე დაფუძნებული დარგი, რომელიც შეისწავლის ბუნებრივ, განსაზღვრული თანმიმდევრობით განვითარებად და სოციალური სიტუაციით განპირობებულ ენობრივ ქცევას.

ჩვენ მოცემულ ქვეთავში შევეცდებით ვაჩვენოთ, პირადი ინტერაქციისას ენის საშუალებით როგორ და რა შეტყობინება გადაიცემა. მასალა, რომელსაც ვეყრდნობით თხრობისას, ესაა 1976 წელს გამოცემული როჯერ ბელის ფუნდამენტალური ნაშრომი „სოციოლონგვისტიკა – მიზნები, მეთოდები და პრობლემები“.

თავდაპირველად უნდა განვიხილოთ ენის ფუნქციონალური მოდელები. ენის მოდელების კონსტრუირება რომ დაფუძვემდებაროთ ანალიზს, ჩვენ დაგვჭირდება სოციალური მეცნიერებებისათვის ტიპური ენის განსაზღვრებების გაცნობა. იმთავითვე განისაზღვრა, რომ ენა, ესაა სიმბოლოთა ნაწარმოები სისტემა, რომლის მეშვეობითაც საზოგადოების ცალკეული წევრები გაცვლიან ინფორმაციას.

როჯერ ბელი ცდილობს განიხილოს ინფორმაციის თეორიის მოდელი. ინფორმაციის თეორიის მოდელი, რომელიც ქვემოთ სქე-

---

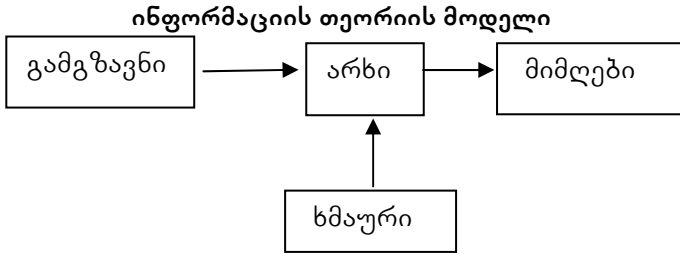
<sup>154</sup> Kenneth Lee Pike, 1912-2000, ამერიკელი ლინგვისტი და ანთროპოლოგი. დესკრიპტული ლინგვისტიკის წარმომადგენელი. ზოგადი ფონეტიკისა და ფონოლოგიის სპეციალისტი. ავტორი ტერმინებისა „ემიკური“ და „ეთიკური“.

<sup>155</sup> Roger T. Bell, *SOCIOLINGUISTICS Goals, Approaches and Problems*, London: Batsford, 1976.



მის სახით არის წარმოდგენილი (ნახაზი 1.1.), თავდაპირველად კომუნიკაციის ტექნიკის სფეროში კლოდ შენონმა<sup>156</sup> შეიმუშავა. ჩვენ ვლაპარაკობთ ე.წ. საუბრის მოვლენაზე, რომელიც შეიცავს მეტყველების ერთადერთ აქტს.

ნახაზი 1.1.



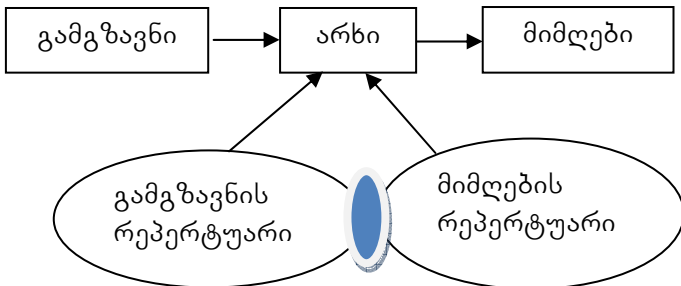
იდეალურ სისტემაში, რომელიც მოიაზრებს გამგზავნს, არხსა და მიმღებს, ადგილი არ რჩება „ხმაურისთვის“, ანუ შეტყობინება, არხის საშუალებით სრულიად უცვლელი სახით გადაეცემა გამგზავნიდან მიმღებს. რეალურ სიტუაციაში კი ნებისმიერი კომუნიკაციური სისტემა შეიცავს ხმაურს, ანუ შეფერხებებს, რომლებიც ხელს უშლიან შეტყობინების ასპროცენტთან აღქმას. შეიძლება თავად ენა უშლიდეს ხელს შეტყობინების ასპროცენტთან აღქმას. ეფექტურობის დაქვეითება შესაძლოა განპირობებული იყოს კომუნიკაციის რომელიმე კომპონენტის რაიმეგვარი დეფექტით. აქ უკვე როჯერ ბელი ხედავს ცნება რეპერტუარის შემოტანის აუცილებლობას. რეპერტუარში იგულისხმება კომუნიკაციურ უნართა ერთობლიობა, რომლთაც ეყრდნობა მოსაუბრე ანდა თავად მსმენელი. ეს ცნება აშკარად კავშირშია კომპეტენციასთან, თუმცა მოიცავს უფრო მეტს, ვიდრე კერძოდ ენობრივი კომპეტენცია, მაგალითად სოციალურ უნარჩვევებს. სოციალური უნარჩვევები საშუალებას იძლევიან შესრულდეს შესატყვისი კოდური ელემენტების შერჩევა. ისინი ამარტივებენ კომუნიკაციის მთელ პროცესს, სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ენის მატარებლის კომუნიკაციურ კომპეტენციას.

იდეალურ სამეტყველო მოვლენაში (სიტყვათხმარებაში ასეთი ტერმინი ხშირად გვხვდება ლინგვისტებთან) მოსაუბრეს და მსმე-

<sup>156</sup> Claude Elwood Shannon, 1916-2001, ამერიკელი ინჟინერი, კრიპტოანალიტიკოსი და მათემატიკოსი. ითვლება „ინფორმაციული საუკუნის მამად“. ინფორმაციის თეორიის ფუძემდებელი.

ნელს აქვთ საერთო რეპერტუარი. რეალური ვითარება რეპერტუარების დამთხვევის ალბათობას ძალზედ ამცირებს, განსაკუთრებით თუ კომუნიკაციის მონაწილენი სხვადასხვა სოციალურ კლასს მიეკუთვნებიან და კულტურული კაპიტალის განსხვავებულ პაკეტებს ფლობენ. ინფორმაციის გადაცემის ეფექტურობა ინდივიდუალური რეპერტუარების დამთხვევის ხარისხზეა დამოკიდებული. ჩვენ აქ გაჩვენებთ სამეტყველო მოვლენის გადასინჯულ სქემას (ნახაზი 1.2), სადაც წრეებს შორის შეფერილი ნაწილი აღნიშნავს ორ რეპერტუარში საზიაროს.

ნახაზი 1.2  
**ინფორმაციის თეორიის შესწორებული მოდელი**



მოცემულ შემთხვევაში, ამ მოდელში გამორჩენილია ერთი არსებითი ელემენტი – უკუკავშირი; უკუკავშირს მოგვიანებით დავამატებთ, როდესაც საქმე გვექნება მეტყველების რამდენიმე აქტთან, სადაც მოსაუბრესა და მსმენელს შორის როლები მონაცვლეობენ.

როჯერ ბელი შეეხება ენის ანთროპოლოგიურ მოდელსაც. ანთროპოლოგები ენასა და კულტურას შორის კავშირის შესწავლისას იყვნენ თანმიმდევრულნი, თუმცა მათ შორის მუდმივი დავის საგანი გახლდათ მიმართება: „ენა და კულტურა“ თუ „ენა კულტურაში“. მანამ, ვიდრე საუბარია საზრისის გადაცემის პროცესზე, ცხადია, ენა და კულტურა ერთიანია. პრაქტიკული მიზნებისათვის კი უმჯობესია მათი გამოიჯვანა. ზოგიერთი მეცნიერი, ბელის თქმით, მაგალითად უორფი<sup>157</sup>, ხაზს უსვამს კულტურის ენით განსაზღვრულობას. რეა-

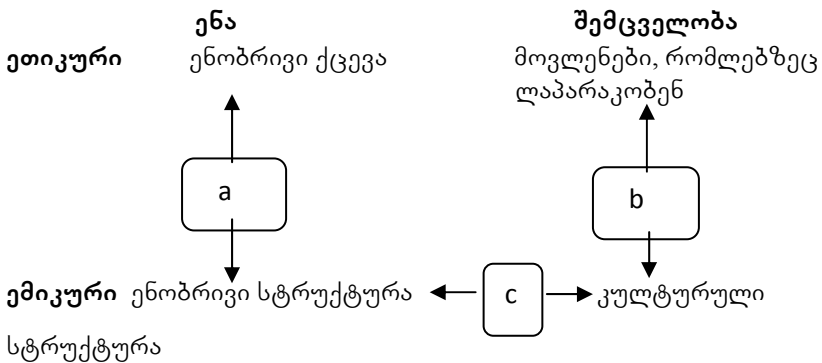
<sup>157</sup> Benjamin Lee Whorf, 1897-1941, ამერიკელი ლინგვისტი, ამერიკელი ინდილების ენების სპეციალისტი, „ლინგვისტური შეფარდებითობის“ თეორიის ავტორი, რომელიც ასევე „საპირ-უორფის ჰიპოთეზის“ სახელით არის ცნობილი.

ლური სამყარო არაცნობირად მნიშვნელოვანწილად კონსტრუირდება მის ბინადართა ენობრივი ჯგუფის ნორმების საფუძველზე.

ქვემოთ სქემატური სახით მოცემულია მოდელი (ნახ. 1.3), რომელიც ენასა და კულტურას შორის კავშირს აჩვენებს. აუცილებელია რიგი შენიშვნები ამ მოდელის გასაგებად. ერთმანეთისაგან განსხვავდება ეთიკური უნივერსუმი (ტერმინები ეთიკური და ემიკური ნასესხებია კ.პაიკისგან), რომელშიც ლოკალიზირებულია ენობრივი ქცევა და სტრუქტურული, ადამიანური გონების ემიკური უნივერსუმი. ენობრივი ქცევა და მისი შემცველობა ასევე გამოიწვეულია. სამი მიმართება – a,b,c – წარმოადგენენ ანთროპოლოგიურად ორიენტირებული ლინგვისტიკისათვის მნიშვნელოვან რამეს. a – ლინგვისტიკის მოღვაწეობის სფერო; დამოკიდებულება შესრულებასა და კომპეტენციას შორის, რომელიც გამოიკვლევა ინდუქციურად, ხანაც დედუქციურად. b – ანთროპოლოგის მეთოდისა და პარალელური სფერო; რეალური ობიექტებისა და მოვლენების შეთანადება სტრუქტურული ორგანიზაციის მოდელებთან. c – სემანტოლოგიის სფერო; ლექსიკური ერთეულების ერთმანეთისადმი და კულტურული მატრიცისადმი მიმართება.

ნახაზი 1.3

### ანთროპოლოგიური მოდელი



როჯერ ბელი ცდილობს განსაზღვროს ენა როგორც ასეთი. იგი ყურდნობა საპირს. ენა საპირის<sup>158</sup> მიხედვით, არის წმინდა ადამიანური, არა-ინსტიქტური საშუალება „ნაწარმოები სიმბოლოების“ მეშვეობით აზრების, ემოციების და სურვილების გადაცემისა.

ნათელია, რომ ანთროპოლოგებსა და სოციოლინგვისტებში ენის ერთიანი გაგება არსებობს. როჯერ ბელი სოციოლოგიაში ენის დეფინიციის საკითხითაც ინტერესდება. სოციოლოგიურ მოდელებს იგი ცალკე საკითხად გამოყოფს. ანთროპოლოგიის მსგავსად სოციოლოგია ადამიანს საზოგადოებაში შეისწავლის, მაგრამ ყურადღების კონცენტრირებას ახდენს დიდ ჯგუფებზე, მაღალგანვითარებულ საზოგადოებებში მიმდინარე ეკონომიკურ პროცესებზე. ანთროპოლოგია კი ამ დროს საქმეს იქონიებს პატარა, შედარებით ერთგვაროვან და ტექნოლოგიურად ნაკლებად განვითარებულ ჯგუფებთან. მიუხედავად იმისა, რომ ანთროპოლოგიის სოციალური ცვლადები საკმაოდ მცირეა, მისი მიზანი საკმაოდ დიდია – მთლიანი კულტურის აღწერა. სოციოლოგების მიერ შესწავლადი მსხვილი ჯგუფები, კი პირიქით, წარმოადგენენ მონაცემებსა და გამოსაცდელ პოლიგონს თეორიათა შესამუშავებლად. მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ სოციალური წესრიგის თეორია, რომელიც ინტერესდება რეგულარობის (თანმიმდევრულობის) ფენომენით, რომელიც ძვეს ადამიანების სოციალური ქცევის საფუძველში.

შესაბამისად, სოციოლოგია ინტერესს ავლენს ენისადმი, განიხილავს მას, როგორც ტრანსაქციების ქსელს (სიტყვებისა და სიტუაციების ნაწილობრივი კოვარიაციით<sup>159</sup>). სოციოლოგია ენას სოციალიზაციის პროცესში მნიშვნელოვან როლს აკისრებს. როჯერ ბელი საუბრობს კორელაციაზე ენობრივ ფორმასა და სოციალური კლასისადმი მიკუთვნებულობას შორის. არსებობს ჰიპოთეზა, რომ სოციალური კლასი განისაზღვრება ლინგვისტური ტერმინებითაც.

სოციოლოგიის სფეროები – სოციალური ცხოვრების პირველადი ცვლადები, ბაზისური სოციალური ინსტიტუტები და ფუნდა-

---

<sup>158</sup> Edward Sapir, 1884-1939, ამერიკელი ლინგვისტი და ეთნოლოგი.

<sup>159</sup> ალბათობის თეორიასა და მათემატიკურ სტატისტიკაში ორი შემთხვევითი სიდიდის წრფივი დამოკიდებულების საზომი.

მენტური სოციალური პროცესები – უკლებლივ გაშუალებულია ენით და ენისვე წყალობით ხდებიან შესაძლებელი. უპირატესად სოციოლოგიური მოდელი შესაძლებელია წარმოვიდგინოთ სქემის სახით, რომელშიც სამეტყველო მოვლენების მშობელი და მაინტეგრირებელი იქნებიან ფსიქოლოგიური, სოციოლოგიური და ენობრივი სტრუქტურები.

მოცემული მოდელი გულისხობს, რომ სოციალური სტრუქტურები, სოციალური როლები და კოდები (მათთან ჩვეულებრივ შესაბამისობაში მყოფნი) ურთიერთზემოქმედებენ, საზოგადოებაში ცვლილებების შესაძლებლობას განაპირობებენ, ენის საშუალებით სოციალურ ინტერაქციაზე არიან პასუხისმგებელნი. ვერბალური დაგეგმვარება სოციალურ სტრუქტურებზე ზეგავლენას ახდენს, ასევე თავად ექვემდებარება მათი მხრიდან ზემოქმედებას. ფსიქოლოგიურ დონეზე ვერბალური დაგეგმვარება ქმნის მნიშვნელობებს და ასევე მოდიფიცირდება ამ მნიშვნელობებით. როჯერ ბელი ხაზს უსვამს როგორც ვერტიკალურ, ასევე ჰორიზონტალურ ურთიერთზემოქმედებას ნახაზზე ნაჩვენებ ექვს ელემენტს შორის (სოციალური სტრუქტურა, სოციალური როლები, კოდები, ვერბალური დაგეგმვარება, მნიშვნელობის სახეები და სამეტყველო მოვლენები).

შემდეგ ჯერზე როჯერ ბელი განიხილავს ფსიქოლოგიურ მოდელს. სოციალური ფსიქოლოგიის მიხედვით საკვლევი ცვლადი პიროვნებათშორისი ქცევაა. სოციალურ ფსიქოლოგიაში კვლევის ინტერესი როგორც წესი მიმართულია პიროვნებათშორისი ქცევებზე. პიროვნებათშორისი ქცევა უნდა ავიყვანოთ მოვლენის რანგში და მნიშვნელოვანია დადგინდეს კანონები, რომლებიც ახსნიან მსგავსი მოვლენის ბუნებას, განვითარებასა და ცვლილებას.

ზემოაღნიშნული მიზნების მისაღწევად სოციალური ფსიქოლოგია ეყრდნობა ზოგადი ფსიქოლოგიის პრინციპებს. ზოგადი ფსიქოლოგიის დახმარებით ის ცდილობს გაარკვიოს როგორ ფორმირდება ინდივიდის სოციალური მიზნები, როგორ აღიქვამს იგი ჯგუფსა და სხვა ინდივიდუუმებს, როგორ სწავლობს სოციალურ ქცევას.

სოციალური ფსიქოლოგია გარკვეულ წილად სოციოლოგიასაც ემთხვევა. მას აინტერესებს ისეთი ცვლადები, როგორიცაა სოციალური კლასი, სტატუსი, ქცევის ნორმები, ჯგუფების ორიენტაცია

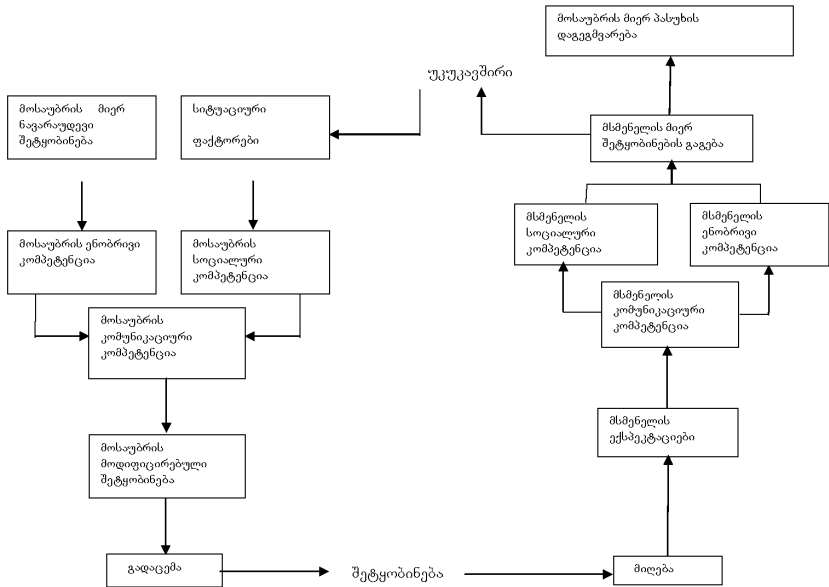
და ხასიათი, ორგანიზაცია და ა.შ. სოციალურ ფსიქოლოგიას სოციოლოგიისაგან განასხვავებს აქცენტის გადატანა ცალკე აღებული ინდივიდის ქცევაზე. ინდივიდთა ერთობლიობისადმი ის უფრო რე გულგრილია. სოციალურ ფსიქოლოგიაში ინდივიდს განიხილავენ განსაზღვრულ სოციალურ პროსექტებში მონაწილეობის კუთხით. ენა აქაც ამოსავალი ფაქტორია. ენა ინდივიდის ცნობიერებაში მიიჩნევა კონცეპტუალური ანალიზისა და სინთეზის ინსტრუმენტად. სოციალური ფსიქოლოგია ცხადია ენის სოციალურ ფუნქციაზეც ამახვილებს ყურადღებას და ამბობს, რომ იგი ურთიერთკომუნიკაციის საშუალებაა. წინსართი „ურთიერთ“ კიდევ უფრო ხაზს უსვამს ენის სოციალურ ფუნქციას.

როჯერ ბელის მიდევნებით შეგვიძლია აღვწეროთ ინტერაქციის პროცესის სოციალურ-ფსიქოლოგიური მოდელი (რომელიც შეეხება მეტყველების მოვლენებს). ეს მოდელი აიგება მეტყველების აქტების წყალობით. იხილეთ ნახაზი 1.5

მოცემული მოდელის თანახმად, მოსაუბრე შობს შეტყობინებას, რომლის ფორმა და შემცველობაც ექვემდებარება მოდიფიკაციებს სხვადასხვა სიტუაციური ფაქტორების მხრიდან. გადანყვეტილების მიღების მექანიზმი – მოსაუბრის კომუნიკაციური კომპეტენცია – როჯერ ბელის მიერ განიხილება, როგორც თავისებური „მიქსერი“, რომელშიც ერთმანეთს ერწყმის მოსაუბრის სოციალური და ენობრივი კომპეტენცია. როდესაც მოქმედებაში მოდის კომუნიკაციური კომპეტენცია მოსაუბრე შეტყობინებას უფრო შესაფერი ფორმით ფუთავს. ეს მოდიფიცირებული შეტყობინება შემდგომ გადაიცემა სახეზე მყოფი არხებით და აღწევს მსმენელამდე. შეტყობინების გაგების დონე უკვე საკუთრივ მსმენელის კომუნიკაციური კომპეტენციით განისაზღვრება. მოდიფიცირებული შეტყობინების გაგებას აქვს ორი შედეგი: მსმენელი იწყებს პასუხის დაგეგმარებას – 1, ემზადება თავის თავზე მოსაუბრის როლის ასაღებად – 2.

ნახაზი 1.4

სოციალურ-ფსიქოლოგიური მოდელი



საჭიროდ ჩავთვალეთ განგვემარტა ტერმინი ექსპექტაცია, ვინაიდან არასპეციალისტებისათვის იგი არცთუ მთლად ნათელია. ექსპექტაცია, ექსპექტაციები – ტერმინი სოციალურ ფსიქოლოგიაში, მიუთითებს რაღაცის მოლოდინზე პიროვნებათშორის ურთიერთობებში, მაგალითად ქცევის შეფასებას სხვების მხრიდან. ექსპექტაციები განპირობებული არიან პიროვნების ინდივიდუალური თავისებურებებით, ჯგუფის საგნობრივი მოღვაწეობითა და სტრუქტურული ორგანიზაციით, ჯგუფური ნორმებით, სოციალურ-ფსიქოლოგიური მოლოდინების ერთიანობის ეტალონებით. არიან რა პიროვნების მიერ შინაგანად მიღებულნი, შეადგენენ მისი ღირებულებითი ორიენტაციების ნაწილს. პიროვნებათშორისი ურთიერთობა ექსპექტაციას შესძენს ფსიქოლოგიურ აზრს – ექსპექტაცია გამოდის როგორც მოტივი ადამიანის ქცევისა.

როჯერ ბელი ხაზს უსვამს, რომ აქ წარმოდგენილი ენის სოციალურ-ფსიქოლოგიური მოდელი მხოლოდ ნაწილობრივია სრულყოფილი.

ჩვენ დაკავებული ვიყავით ენის ფუნქციონალური მოდელის განხილვით და შევეცადეთ აღგვეჩინა ენის მოხმარების შემთხვევები. გავეცანით ინფორმაციის თეორიას, ანთროპოლოგიას, სოციოლოგიასა და სოციალურ ფსიქოლოგიას, უფრო ზუსტად ამ რეგიონებში ენის ინტერპრეტაციის მანერებს. უნდა ვაღიაროთ, რომ ჩვენს მიერ აღწერილი სურათი არის მარტივი. ამჯერად როჯერ ბელის მიხედვით უნდა განვსაზღვროთ კომუნიკაციის ის არხები, რომლებიც მოსაუბრისა და მსმენელის განკარგულებაში იმყოფება – 1, მოცემული არხებით გადაცემული ინფორმაციის სახეები -2, გამაშუალებელი სიტუაციური ფაქტორები, რომლებიც ზეგავლენას ახდენენ არხის შერჩევაზე და ურთიერთქმედებენ მასთან -3 და ინფორმაციის შემცველობის ტიპი, რომელიც ინდივიდების პირადი ურთიერთქმედებისას მეტყველების მოვლენებშია განთავსებული -4.

როჯერ ბელი ცალკე საკითხად გამოყოფს კომუნიკაციის არხებს და შემცველობას. თუკი ყურადღებას ენიდან კომუნიკაციურ სისტემაზე გადავიტანთ, რაც ადამიანისთვის უფრო ხელმისაწვდომია, შევნიშნავთ, რომ ენის გამოყენება ეფუძნება არა მხოლოდ გრამატიკულად სწორ, არამედ სოციალურად მისაღებ გამონათქვამებს. სოციალურად მისაღები გამონათქვამები მხარდაჭერილია კომუნიკაციური უნარ-ჩვევების ფართე დიაპაზონით (ხმის ხარისხი, გამონათქვამების სისწრაფე, შესტიკულაცია, მიახლოება მოსაუბრესთან, ტანსაცმელიც კი, პოზა და ა.შ.). თუმცა ლინგვისტი ამ დამხმარე არხებით პირველ ჯერზე არ ინტერესდება. სიტუაციურად განპირობებული ენის გამოყენების ფუნქციონალური მოდელი ასეთუისე მათ მხედველობაში იქონიებს, რამდენადაც ისინი განსაზღვრულ როლს თამაშობენ კომუნიკაციაში. ლინგვისტიმა უნდა დაინახოს, რომ სრულიად შესაძლებელია ისინი ინფორმაციის ეფექტური გაცვლის კატალიზატორებად მოგვევლინონ. ქვემოთ ჩვენ განვიხილავთ როგორია სახეზე მყოფი არხები და როგორია ის ერთობლივი ინფორმაცია, რომელიც ვერბალური გაცვლის პროცესში გადაეცემა.



როჯერ ბელი როგორც უკვე ვთქვით, მიმოიხილავს კომუნიკაციის არხებს. დიდი ხანია აღიარეს, რომ ჩვენ სამეტყველო ორგანოების საშუალებით ვლაპარაკობთ, ანუ ვსაუბრობთ მთელი ტანით. რიტორიკის დიდოსტატები (იგივე ეფექტური კომუნიკაციის დიდოსტატები) ძალისხმევას ხარჯავენ იმისთვის, რომ ესწავლებინათ სიტყვების სწორი შერჩევის გარდა მჭერმეტყველების შესატყვისი დამხმარე სოციალური ფანდები (ვერბალურ და უვერბალურ დონეზე). ისინი შედეგს აღწევენ არტიკულაციაში, აქცენტირებასა და ინტონაციაში ვარჯიშით.

კომუნიკაციის საშუალებების მრავალგვაროვანი მასის სისტემატიზაციისთვის საჭიროა არხები სამი პარამეტრის მიხედვით გამოიყვანოს: დამოუკიდებელი-დამოკიდებული, სტატიური-დინამიური, სმენითი-მხედველობითი.

როჯერ ბელი ყურადღებას შეაჩერებს პარამეტრზე „დამოუკიდებელი-დამოკიდებული“. დამოუკიდებელ არხად *par excellence* გვევლინება თავად ენა, მაგრამ რამდენადაც თავის ქნევა, წამოძახილები „ფუი შენის“ მსგავსი შეიძლება მოქმედებდნენ სიტყვების სუროგატებად, აუცილებელია მეორე არხის არსებობის აღიარება, მეორე არხისა, რომელსაც დავარქმევთ ფსევდოენობრივს.

დამოკიდებელი არხები შეავსებენ დამოუკიდებულს, თუმცა არ შეუძლიათ ამ უკანასკნელის ჩანაცვლება. ინფორმაციის განსაზღვრული სახეები მათი მეშვეობით გაცილებით უკეთ გადაიცემიან, ვიდრე წმინდა ენობრივი საშუალებების დახმარებით. არხების ამ კლასს, რომლის ქვეშაც მოიზარება პოზა, სივრცეში სიახლოვე, ტანსაცმელი, უესტიკულაცია, სახის გამომეტყველება, ხმის ნაირგვარობა და ა.შ. – ჩვენ დავარქმევთ პარაენობრივს.

როჯერ ბელი აღწერს ასევე „სტატიკურ-დინამიურ“ არხებსაც. სტატიკური არხები გულისხმობენ როგორც წერას, ასევე პოზის მსგავს პარენობრივ მოვლენებს, რასაც ტრადიციულად ვეძახით მეტყველების აქტის „გარემოს“ (*setting*), მაშინ როცა დინამიური არხები შედგებიან ლაპარაკის, უესტების, ბგერითი ნიშნების და მსგავსთაგან.

ზემოთ აღწერილი დიხოტომია ხანდახან არცთუ სარფიანია, ვინაიდან ინტერაქციის პროცესში სტატიური „ქვის სახე“ ადვილად შეიძლება შეიცვალოს მომლიმარი სახით.

როჯერ ბელი საუბრობს აუდიო-ვიზუალურ-ტექნიკურ პარამეტრებზეც. როგორც ფსევდოენობრივი, ისევე პარაენობრივი არხები ფლობენ მოცემულ საშუალებებს. კომუნიკაციის პაქტიკური კომპონენტი შეიძლება იყოს ამბორი, ხელის ჩამორთმევა, თავზე ხელის გადასმა. ეს ყოველივე შეტყობინების ძალის მქონეა და ხანდახან სიტყვაზე უფრო ხმამალა ჟღერს.

ერთმანეთისგან უნდა გავმიჯნოთ თავის დაქნევა, რომელიც არის ვიზუალური და წამოძახება, რომელიც არის სმენითი. ძალიან დიდი რაოდენობა პარაენობრივი ნიშნებისა რეალიზირდება სმენითი და არა ვიზუალური არხებით. პროსოდული<sup>160</sup> და პარაენობრივი ნიშნებია ტონალობა, ტემპი, მაღალი დიაპაზონის ძალა, რიტმი, დაძაბულობის დონე, ხმის ხარისხობრივი მახასიათებლები, ვერბალური კვალიფიკაციები და პაუზები. ბევრი მათგანი ე.წ. პირად კომუნიკაციაში გადამჭრელ როლს თამაშობენ, ისინი არიან თავისებური მოდიფიკატორები და ენობრივი გამონათქვამებისთვის ასრულებენ რევერანის როლს. ჩვენ მათ დაჯგუფებას შევეცდებით ენობრივი ერთეულების ტერმინებში.

**ტონალობითი ჯგუფის** დონეზე უნდა გაკეთდეს კომუნიკაციისთვის შესატყვისი ტონალობის შერჩევა (ტონალობა დაწევადი, აწევადი, დაწევად-აწევადი, აწევად-დაწევადი და ა.შ.) არსებობს შესაძლებლობა არჩევანი გაკეთდეს არჩეული ტონალობის მაღალი დიაპაზონის ფარგლებში (მოკლე, ვრცელი, მონოტონური, რომელსაც ექნება განსაზღვრული კომუნიკაციური დატვირთვა).

**ტაემპი** – რიტმის ერთეული – ასევე მოდიფიცირდება წარმოთქმის ტემპის ზეგავლენით staccato-დან legato-მდე დიაპაზონში, ტემპის ვარირების ხარისხის ზეგავლენით allegrissimo-დან lentissimo-მდე, accelerando-დან riletanto-მდე და ქმნის შთაბეჭდილებას კლიპირებული საუბრისა.

**მარცვალი** გამოთქმისას სხვადასხვა სახით მოდიფიცირდება. მაგალითად დაძაბულობის, დაჭიმულობის ზეგავლენით (დაჭიმული, მდორე, გაურკვეველი); ძალისხმევის მეშვეობით (pianissimo-დან fortissimo-მდე) და ასევე ხმის ხასიათით (ჩურჩული, ფალცეტი, გაქანება და ა.შ.).

---

<sup>160</sup> ბერძნული prosodikos, რაც შეეხება მახვილს ენაში – აღნიშნავს ტონალობის სიმაღლეს, ხანგრძლივობას, ხმის სიმძლავრეს და ა.შ.

**პაუზის შემთხვევები.** პაუზის ამოცნობა ხშირად წინდანინ ხდება. ის გამონათქვამის ნებისმიერ მონაკვეთში შესაძლოა შეგვხვდეს. აქვე უნდა მივათვალოთ მდუმარე პაუზები ანდა „ჰმ“ და „ეჰ-ეჰ“. სიცილი, ხითხითი, ხმის კანკალი, ქვითინი, ტირილი მარცვლებს შორისაც გვხვდება და შეავსებენ პაუზებს. ხანდახან ისინი მთელს გამონათქვამზე ვრცელდებიან.

დავაჯამოთ ყოველივე ზემო თქმული. არსებობს კომუნიკაციის არხების ორი ტიპი, დამოუკიდებელი და დამოკიდებული. დამოუკიდებელ არხებში უნდა გამოვყოთ ენა და ფსევდოენა. ენა შეიძლება იყოს სტატიური და დინამიური. სტატიური გადის ვიზუალურზე და შემდეგ წერაზე. დინამიური გადის სმენითზე და შემდეგ მეტყველებაზე. ფსევდოენა ასევე არის დინამიური და შეიძლება იყოს როგორც ვიზუალური (თავის დაქნევა და ა.შ.), ასევე სმენითი (წამოძახილები „ფუი შენი“ და მსგავსი). დამოკიდებულ საკომუნიკაციო არხებში უნდა გამოვყოთ პარაენობრივი, რომელიც თავის მხრივ იყოფა სტატიურად და დინამიურად. სტატიური დადის ვიზუალურზე და შემდეგ პოზა, სიახლოვეზე. დინამიურში გამოიყოფა სამი კომპონენტი: ვიზუალური (ჟესტი), სმენითი (მოდიფიკატორები, ტემპი და ა.შ.) და ტაქტიკური (ამბორი და მსგავსი).

მსოფლიოს ყველა კულტურაში ჯანმრთელი ექვსი წლის ბავშვი უკვე ფლობს კომუნიკაციის აქ ნაჩვენებ ხერხებს, ყველაზე მცირე – კომუნიკაციის საფუძვლები მაინც ნაცნობია მისთვის.

როჯერ ბელი ცალკე განიხილავს კომუნიკაციის შემცველობას. „ინფორმაციის შემცველობის“ ქვეშ მას ესმის არა იმდენად ენის „მაკროფუნქცია“, რამდენადაც გადაცემადი ინფორმაციის სახეები, რასაც თავად კომუნიკაციის პროცესი შეიცავს (ერთ შემთხვევაში ინფორმაცია მოსაუბრის მიერ იგეგმება. ეს სრულიად ცნობიერი პროცესია. სხვა დროს კი ცნობიერ კონტროლს ნაკლებად ექვემდებარება).

**კოგნიტური ინფორმაცია** დაკავშირებულია მისი გამტარი ენობრივი სტრუქტურების პროპოზიციურ ანდა ფაქტიურ შემცველობასთან, ე.ი. გამონათქვამის მნიშვნელობა განიხილება პირველადი, აზრის გადამცემი ტერმინების ნიშნებით. ტერმინი „კოგნიტური“ სოციოლონგვისტიკის ფარგლებში უფრო ფართე გან-

საზღვრებას საჭიროებს, რაც დღემდე არ გაკეთებულა, შენიშნავს როჯერ ბელი<sup>161</sup>.

**ინდექსალური ინფორმაცია** გვატყობინებს მოსაუბრის ფსიქოლოგიურ წყობასა და სოციალურ სტატუსზე – მის პიროვნებაზე, თვისებებზე, მიდრეკილებებზე და ემოციონალურ მდგომარეობაზე – გვეხმარება გავარკვიოთ მისი მიმართება როგორც საკუთარ თავთან, ასევე სხვებთან; გვეხმარება განვსაზღვროთ მოსაუბრის, როგორც ინტერაქციის მონაწილის როლი. ინდექსალური ინფორმაცია აუცილებელია მსმენელისათვის მოსაუბრის გამონათქვამების ინტერპერეტირების დროს.

**მარეგულირებელი ინფორმაცია** (ინტერაქციის გაძღოლის ინფორმაცია) ემსახურება თავად ინტერაქციის დაწყების, გაგრძელებისა და დამთავრების მიზნებს. წარმატებული კომუნიკაციისთვის აუცილებელია კომუნიკაციის მონაწილეებმა სივრცეში ერთმანეთთან მიმართებაში დაიკაონ მდებარეობა, რაც ინფორმაციის გაცვლას უფრორე შესაძლებელს გახდის. მათ ურთიერთობის დასაწყებად, როლების გასაცვლელად (მსმენელი რაღაც მომენტიდან თვითონ ხდება მოსაუბრე და პირუკუ, მოსაუბრე თავად მოირგებს მსმენელის როლს), შეტყობინებათა ეტაპების მარკირებისა და ბოლოს ინტერაქციის დასრულებისათვის უნდა გაიარონ საერთო პროცედურები.

ინფორმაციის პირველი ტიპი – კოგნიტიური – იმყოფება მოსაუბრის ცნობიერი კონტროლის ქვეშ და უძღვება ვერბალური დაგეგმვარების პროცესს. ინდექსალური და მარეგულირებელი კი ფაქტიურად გაუცნობიერებელი რჩებიან მოსაუბრის მხრიდან. მსმენელი ინფორმაციის სამივე სახეობას აცნობიერებს და ბოლო ორზე აშკარად დამოკიდებულია. ავილოთ საილუსტრაციოდ სატელეფონო საუბარი. თუკი ყოველ მეხუთე წამს არ ვიტყვით „დიახ“ ან რაიმე მსგავსს, საცნაური გახდება მოსაუბრის დამოკიდებულება უკუ-კავშირზე.

„ეტაპების მარკირების“ ინფორმაცია – რომელსაც შეიცავს ინტერაქცია – გადამწყვეტ მნიშვნელობას იქონიებს მთლიანად დისკურსის სტრუქტურირებისათვის.

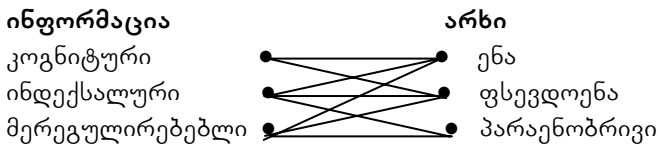
---

<sup>161</sup> Роджер Т. Белл, Социолнгвистика – цель, методы и проблемы, 1980, Международные отношения, Москва, ст. 102

როჯერ ბელი განმარტავს არხის შერჩევისა და ინფორმაციის ინტეგრაციის პროცესს. ცხადია, რომ ინტერაქციის პროცესში მისი მონაწილეებისთვის კომუნიკაციის ყველა არხი ღიაა და რამდენიმე მათგანი ჩვეულებრივად ერთდროულად მოდის მოქმედებაში. ამიტომაც ისმის შეკითხვა, არსებობს კი ძლიერი კორელაცია არხის არჩევასა და ინფორმაციის ტიპს შორის? როგორც ჩანს, ასეთი კორელაციები რალაც დონემდე არსებობს.

ნახაზი 1.5.

მიმართება არხსა და შემცველობას შორის



კოგნიტური ფუნქცია უპირატესად ენობრივი საშუალებებით გადაიცემა. ცალკეულ შემთხვევებში ფსევდოენობრივი ჩანაცვლებების მეშვეობითაც, თუმცა ასეთი სუბსტიტუცია მოცულობით ვინროა.

ინდექსალური ინფორმაცია გადაეცემა ყველა სამივე არხით. მოსაუბრის ენობრივი არჩევანი გულისხმობს მნიშვნელოვან ცნობებს მის მდგომარეობასა და სტატუსზე. მის განკარგულებაში ასევე არის ფსევდო და პარაენობრივი მახასიათებლების ფართო არჩევანი.

ინტერაქციის გაძლოლა ყველაზე ხშირად უზრუნველყოფა პარაენობრივი არხის საშუალებით, განსაკუთრებით კი თავისა და თვალების მოძრაობით. თუმცა ხანდახან ფსევდოენობრივი და ენობრივი საშუალებებიც გამოიყენება. როდესაც საუბარი მიმდინარეობს არა უშუალო პირადი კონტაქტის პირობებში, რიგობითობის სარეგულაციოდ აუცილებელი ხდება ვერბალური სიგნალები. კარგი მაგალითია რადიოჰერატორის ფორმულირებები – „ვინყებ მაუნყებლობას“, „გადაცემის დასასრული“ და მსგავსი. არხსა და კომუნიკაციის შემცველობას შორის მიმართებათა ქსელი სქემატურად ნაჩვენებია ზემოთ, ნახაზზე 1.5.

როჯერ ბელი გაგვაცნობს ე.წ. კომუნიკაციური სიტუაციის კომპონენტებს. ადრე აღვწერეთ ენის გამოყენების ფსიქოლოგიური მოდელი, ნახაზი 1.1, შეზღუდული დიადიკური ინტერაქციით.

ე.ი. რომელიც აღესრულება მოსაუბრესა და ერთადერთ მსმენელს შორის. ნახსენები მოდელის ერთი არსებითი მახასიათებელი უფრო დანვრილებით აღწერას მოითხოვს. ესაა ელემენტი, რომელსაც ბელი მოიხსენიებს „სოციალურ ფაქტორებად“. ე.ი. მნიშვნელოვანი ზეგავლენა, რომელსაც ექვემდებარება მოსაუბრის მიერ დაგეგმარებული შეტყობინება, შეტყობინების გადაცემის მომენტში მისი მოდიფიკაციის მიზეზი. აუცილებელია აღინეროს სიტუაციის შემადგენელი კომპონენტები, სიტუაციისა, რომელშიც მიმდინარეობს კომუნიკაციის აქტი. ჩვენ მას ჯერჯერობით ორ მონაწილეს შორის პირადი ინტერაქციაზე დავიყვანთ.

როჯერ ბელი ასევე ლაპარაკობს ლინგვისტურ აპროქსიმაციებზე<sup>162</sup>. ტრადიციულად, კომუნიკაციურ სიტუაციაში განმსაზღვრელ კომპონენტად აღიარებული იყო სამი ფაქტორი – მოსაუბრე, მსმენელი და თემა. მსგავსი მოდელი საკმაოდ არასრულყოფილია, თუკი დიადებთან გავქვს საქმე და მითუმეტეს, თუკი მონაწილეების რიცხვი ორზე მეტია. როჯერ ბელი გვთავაზობს დასაწყისისათვის განვიხილოთ ადამიანური კომუნიკაციის შემადგენელი უფრო ადრინდელი მიდგომები და მხოლოდ შემდეგ შევთავაზოთ მკითხველს რამდენიმე გაუმჯობესებული ვარიანტი.

როჯერ ბელის ყურადღებას იპყრობს ჯ.ფიორსი (Firth). პირველი მოდელთაგანი მე-20 საუკუნის 30-იან წლებში შემოთავაზებული იყო ჯ. ფიორსის მიერ. ფიორსი საუბრობს სიტუაციის კონტექსტზე, რომელიც აღებული აქვს ბრონისლავ მალინოვსკისაგან. მალინოვსკისათვის ეს იყო სოციალური პროცესის ნაწილი, რომელიც ხორციელდება გაშუალებულად და რომელშიც ცენტრალურ, მისი განსხვავების შემადგენელ მომენტს წარმოადგენს სამეტყველო მოვლენა. ფიორსისათვის სიტუაციის კონტექსტი იყო სქემატური კონსტრუქტი, რომელიც მიესადაგებოდა მეტყველების აქტებს; კავშირში მყოფი კატეგორიების ჯგუფი, განსხვავებული გრამატიკული კატეგორიებისაგან, თუმცა ისეთივე აბსტრაქტული ხასიათის. იგი ანალიზის სოციალურ დონეზე შედგება მოხერხებული აბსტრაქციებისაგან და მნიშვნელობის ფორმულირებისათვის ქმნის ტექნიკური მა-

---

<sup>162</sup> მეცნიერული მეთოდი, მდგომარეობს ერთი ობიექტის მეორეთი შეცვლაში, რომელიც რაღაც აზრით ამოსავალთან ახლოა, თუმცა უფრო მარტივი.

ნევრების იერარქიის საფუძველს. ამრიგად, ფიორსის მიხედვით, სიტუაციის კონტექსტის ცნება ენის სემანტიკურ აღწერაში იყო გადამწყვეტი, ხოლო ენის კონტექსტუალურ თეორიაში უმთავრესი ფაქტორი. ფიორსის მიზანი გახლდათ ადამიანის სოციალურ ბუნებასთან ენის შესწავლის დაკავშირება.

შეიძლება ჩამოვთვალოთ სიტუაციის კონტექსტის შემდეგი რეალური კომპონენტები:

1. მონაწილეთა რელევანტური მახასიათებლები – პირისა და პიროვნების, მათი ვერბალური და არავერბალური ქმედებების ჩათვლით.
2. რელევანტური ობიექტები.
3. ვერბალური მოღვაწეობის ეფექტი.

ამ ფაქტორებიდან ზოგიერთი საკმაოდ ბუნდოვნადაა ფორმულირებული. თუმცაღა მოცემულმა კონცეფციამ ენის სიტუაციურად განპირობებული გამოყენების შესწავლაში იქონია მნიშვნელოვანი შედეგები.

როჯერ ბელი თავის ყურადღებას შეაჩერებს მ.გრეგორზე (Gregory), რომელმაც ფიორსის მოდელის განვითარებაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა. იგი შეეცადა დაეზუსტებინა ურთიერთმიმართება ენობრივ არჩევანსა და სიტუაციურ ელემენტებს შორის. მან შემოგვთავაზა სამი კატეგორია – დისკურსის სახეობა, ველი და საზრისი – რომლებიც კორელაციაში იმყოფებიან სამ სიტუაციურ მახასიათებელთან (საშუალება, როლი და ადრესატების დამოკიდებულება). საშუალების შერჩევისას მ. გრეგორი დამატებით ცვლადს გვთავაზობს (უხეშად რომ ვთქვათ, მეტყველება თუ წერა), რომელიც გვეხმარება გავერკვეთ „სტილის“<sup>163</sup> არსში. ტექსტებზე თვალის გადავლება საკმარისია, რომ აღმოვაჩინოთ მათ შორის არსებითი განსხვავება, ანუ რომელი დაინერა „თავისთვის“, რომელი ხმამაღლა საკითხავად, ან როგორც ლექსი, რომანი, დიალოგი პიესაში. ტექსტების ასეთი დახარისხება მნიშვნელოვანი

---

<sup>163</sup> როლან ბარტი თავის ნაშრომში „წერის ნულოვანი დონე“ (თბილისი, 2012, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი) ახდენს შემდეგ კლასიფიკაციას მწერლებისა. არის მწერლების სამი კატეგორია, რომლებსაც უჭირთ კალამი, აქვთ სტილი, და კომფორტის ზონას პოულობენ ისტორიის მხატვრულად კვლავნარმოებაში. როლან ბარტის მცდელობა განისაზღვროს რა არის სტილი, ასევე საგულისხმოა.

წინგადადგმული ნაბიჯია. მაგალითად, შექსპირის პიესების ბევრი სცენის დასასრული ორმაგი გარითმვის პოეტური ხერხის გამოყენებით არის მარკირებული.

როჯერ ბელს მხედველობიდან არც კრისტელი და დეივი გამოორჩენია. ინგლისური ენის სტილისტური ანალიზის აუცილებელ წინამძღვრად კრისტელი და დეივი მიიჩნევენ „სიტუაციის“ კორელაციას ენობრივ არჩევანთან. მათ საკმაოდ ბუნდოვანი „სიტუაციური ცვლადების“ ნაცვლად შემოგვთავაზეს „სიტუაციური ზეგავლენის განზომილება“. ცდილობდნენ სწორედ ამ განზომილების ტერმინებში განესაზღვრათ თითოეული ენის მხასიათებლის როლი.

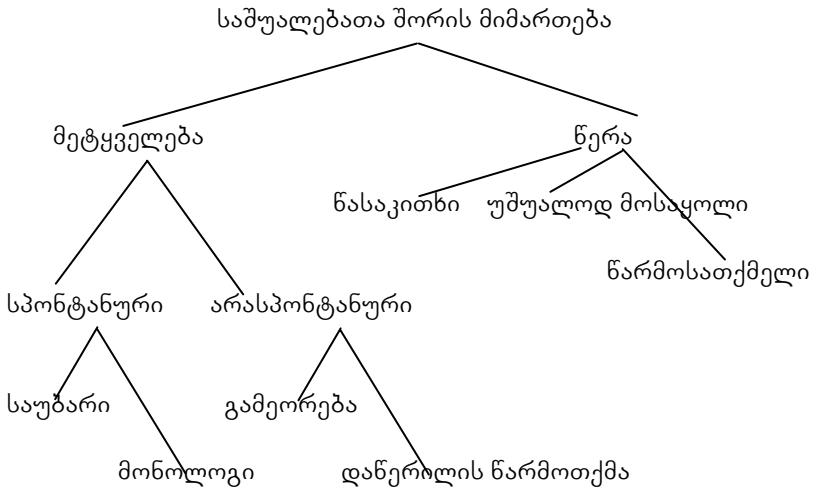
ურთიერთქმედებაში მყოფ სიტუაციურ ფაქტორებს შორის ნახსენებია ფამილარული დიალექტის ნიშნები და ადრესატებს შორის არსებული დამოკიდებულება, ასევე კომუნიკაციისა და მონაწილეობის მარტივი და რთული საშუალებების ცნებები. ამრიგად შესაძლებელი ხდება გავმიჯნოთ ტექსტი დაწერილი საკითხავად და ტექსტი დაწერილი ზეპირი მოხსენებისათვის, როგორცაა მაგალითად რადიოთი ტრანსლირებადი უახლესი ცნობები, რაც როგორც წესი მიმსგავსებულია ბუნებრივ თხრობას. ანალოგიური გზით ერთმანეთს შეიძლება დაუპირისპირდეს მონოლოგი, რომელიც აქცენტირებაში მოსაუბრის მხრიდან ცვლილებებს არ შეიცავს და მონოლოგი, რომელშიც მსგავსი ცვლილებები სახეზეა. იხილეთ ნახაზი 1.6

ნათელ მაგალითად გამოდგება ანეგდოტი, რომელშიც მხრობელი ერთადერთი მოქმედი პირისთვის იყენებს ერთადერთ სასაუბრო მანერას, და ანეგდოტი რამდენიმე პერსონაჟით, სადაც თითოეული პერსონაჟი მთხრობელის მიერ წარმოდგენილია სხვადასხვა სასაუბრო მანერით.



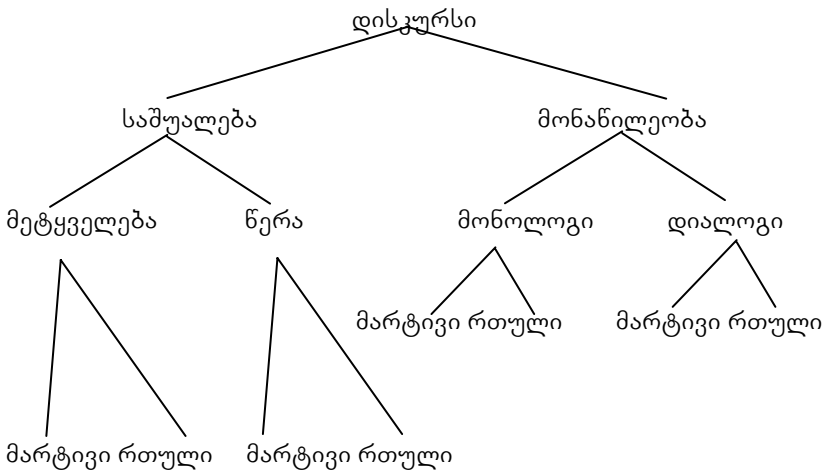
**ნახაზი 1.6**

**კომუნიკაციის საშუალებათა ტიპები**



**ნახაზი 1.8**

**დისკურსის ტიპები**



როჯერ ბელი ცალკე სოციოლინგვისტურ აპროკსიმაციებზეც<sup>164</sup> გვესაუბრება. მოცემული საკითხის განხილვისას იგი ეყრდნობა ორ მოაზრვნეს, ხაიმსა და პაიკს (Hymes; Pike). გამოკვლევებმა „მეტყველების ეთნოგრაფიაში“ მიგვიყვანა სიტუაციური კომპონენტების რიგ დაზუსტებამდე, რომლებიც ინდივიდთა შორის კომუნიკაციისას იგულისხმება. ხაიმსმა შემოგვთავაზა განსაზღვრული ტაქსონომია<sup>165</sup>, რომელიც 13 ელემენტზე მეტს არც შეიცავს. იგი დაიყვანება ილბლიან აკრონიმზე SPEAKING . აღსანიშნავია, რომ ეს ელემენტები ერთდროულად არასოდეს მოქმედებენ. ქვემოთ ჩამოვთვლით მათგან 8 ძირითადს.

1. **გარემო და სცენა** – ზოგადი ფიზიკური გარემოებანი, რომელშიც მიმდინარეობს კომუნიკაციის აქტი. პირველი ტერმინი გულისხმობს დროსა და ადგილს, მეორე კი მოცემული მოვლენის კულტურულ განსაზღვრებას. მაგალითად, ლექცია გარემოს პლანში შეიძლება განისაზღვროს ასე – „სალექციო დარბაზი, 11:00, 1974 წლის 14 მარტი, ხუთშაბათი“. ხოლო სცენის პლანში კი, როგორც „ოფიციალური“.
2. **მონაწილეები** – მოსაუბრე (გამგზავნი, ადრესანტი) და მსმენელი (მიმღები, ადრესატი). მაგალითად, დიადიკურ პირად კომუნიკაციაში მონაწილეობენ მოსაუბრე და მსმენელი, მაშინ როცა სატელეფონო საუბარი გულისხმობს გამგზავნსა და მიმღებს, ხოლო ლექციის ტიპის მსხვილი ინტერაქციები – ადრესანტს და ადრესატებს, პუბლიკას.
3. **ეფექტი** – აქ გამოიყოფა ნავარაუდები და მოულოდნელი შედეგი; ინდივიდუალური და საზოგადო მიზნები. ლექცია შეიძლება ჩაფიქრებული იყოს, როგორც მყვირალა და თავშესაქცევი, მაგრამ საქმე საქმეზე თუ მიდგა, ის შეიძლება გახდეს უშინაარსო და მოსაწყენი. ლექტორის მიზანი შეიძლება იყოს სოციოლინგვისტიკის ზიგიერთი ასპექ-

<sup>164</sup> წარმოდგება ლათუნური სიტყვიდან proxima, რაც ნიშნავს უახლოესს. მეცნიერული მეთოდი, მდგომარეობს ერთი ელემენტის მეორეთი შეცვლაში, რომელიც სანყისთან ახლო ან უფრო მარტივი.

<sup>165</sup> სწავლება რთულადორგანიზებულ იერარქიულად ურთიერთმიმართებადი არსებებისა კლასიფიკაციისა და სისტემატიზაციის პრინციპებსა და პრაქტიკაზე.

ტისადმი ინტერესის გაღვიძება, მაშინ როდესაც აუდიტორიის მიზანი შეიძლება იყოს მყუდრო ატმოსფეროში საათის გატარება.

4. **მოქმედების მსვლელობა** – შეტყობინების ფორმა და შემცველობა. როგორ და რა ითქვას, „სიტყვები“ და „თემა“. ლექციის მაგალითზე ფორმა იქნება დაახლოებით ორმოცდაათწუთიანი ტექსტი, რომლის ანალიზიც შეიძლება დისკრიპტული ლინგვისტიკის ნაცადი მეთოდებით, მაშინ როცა შემცველობა შეიძლება იყოს სხვადასხვა სემანტიკური ანალიზის საგანი.
5. **გასაღები** – შეტყობინების გადაცემის მანერა; მაგალითად, ლექცია შეიძლება მათემატიკური სიზუსტით ნავიკითხოთ ან მხიარული სიმსუბუქით<sup>166</sup>.
6. **ინსტრუმენტარიები** – რომლებიც მოიცავენ გამოყენებად არხებს და **მეტყველების ფორმები** (ენა, დიალექტი და ა.შ.) მაგალითად ავილოთ კვლავაც ლექცია. არხად გვევლინება ძირითადი სალაპარაკო ენა, რომელიც შეივსება დამხმარე ფსევდო და პარაენობრივი საშუალებებით. ეს უკანასკნელნი თავის მხრივ მყარდებიან წერიტი არხით (ტექსტური მასალები, დაფაზე გაკეთებული შენიშვნები და ა.შ.). ფორმა შეიძლება იყოს ლექტორისათვის ნიშანდობლივი მშობლიური ენის სახესხვაობა. თუკი თემა სხვა დიალექტებიდან მაგალითის მოყვანის საჭიროებას შეიცავს, შესაძლოა ლექტორი ენის სხვა სახესხვაობებზეც გადავიდეს, ანდა სულაც სხვა ენაზე ალაპარაკდეს ციტირებისას.
7. **ნორმები** – ინტერაქცია მისი წევრების ქცევის მარეგულირებელ ნორმებს შეიცავს, ზუსტად ასევე შეტყობინების ინტერპრეტაციაში შეიძლება დავინახოთ განსაზღვრული ექსპექტაცია. მაგალითად ლექციაზე ლექტორი და მისი აუდიტორიაც განწყობილი არიან უწყვეტი მონოლოგის მოსასმენად, შეკითხვები დაისმის ლექციის ბოლოს. ლექტორი კურსის დასაწყისშივე განსაზღვრავს რა პრინცი-

---

<sup>166</sup> ლექციებზე მერაბ მამარდაშვილის თხრობის მანერა სწორედ ასეთი სიმსუბუქით გამოირჩეოდა.

პით უნდა აიგოს ინტერაქცია ლექციაზე თუ სასემინარო საათებში. ანალოგიური სახით, მსმენელები მოელიან, რომ მოსმენილი გამონათქვამების კოგნიტური მნიშვნელობა სწორედ ის მნიშვნელობა იქნება, რომელიც მოსაუბრეს ქონდა მხედველობაში. ვიდრე ლექტორის სტილს (ანუ „გასაღებს“) არ გაითავისებენ, ისინი არ იქნებიან მზად ესა თუ ის შენიშვნა აღიქვან ირონიულად. ხდება ხოლმე ლექტორი დიდ იმედგაცრუებას განიცდის, თუკი მისი იუმორისტული რემარკები მსმენელში გამოძახილს ვერ პოულობს. ამის მიზეზი კი ნათელია. მსმენელი მხოლოდ სერიოზულ გამონათქვამებზეა მომართული.

8. **ჟანრები** – ამ კატეგორიების იდენტიფიცირება მარტივია მათთვის ტიპური ენობრივი ფორმებით. ლექცია განსაკუთრებული ჟანრის კარგი მაგალითია; ეს ტერმინი ლიტერატურათმცოდნეობაში მნიშვნელოვან ტრადიციას იქონიებს.

როჯერ ბელი დ. ხაიმსის შემდგომ გვთავაზობს კ. პაიკის (Pike) მოსაზრებების ანალიზს. იგი აღნიშნავს, რომ აქამდე თავს არიდებდა ერთი რთული ფილოსოფიური საკითხის გადაჭრას. აწი კი ასე ვეღარ მოიქცევა. აქამდე იგულისხმებოდა, რომ „იგივე“ ენობრივ არჩევანს ახასიათებს ტენდენცია „იგივე“ ვითარებაში განმეორებისა. თუმცაღა აბსოლუტური აზრით ყველა ვითარება უნიკალურ და განუმეორებელ მოვლენას წარმოადგენს. ამ პრობლემას შეეჩეხა კ. პაიკი, როდესაც ცდილობდა აეგო ადამიანური ქცევის ერთიანი თეორია, რომელიც ბუნებრივია ითვალისწინებდა ენასაც. ამაზე გვექონდა საუბარი, როდესაც კომუნიკაციის ანთროპოლოგიური მოდელი განვიხილეთ. აღნიშნული დილემიდან რომ გამოვიდეთ, უნდა ვაღიაროთ, რომ ყველა საზოგადოება ვითარებათა ზოგიერთ ჯგუფს აღიქვამს იმდენად მიზერულად სახეშეცვლის, რომ პრაქტიკული მიზნებით ისინი ითვლებიან იმავედ. ნებისმიერ ვითარებაში უნდა მყოფობდეს მახასიათებელი ან მახასიათებელთა კომბინაცია, რომელსაც მისი მაკლასიფიცირებელი ნიშნების ცვლილებათა გარეშე შეუძლია (ან არ შეუძლია) ვარირება. მსგავს მდგომარეობაშია ფონეტიკტი, როცა დგას მისთვის უცნობი ენის ფონემური სტრუქტურის აღწერის აუცილებლობის წინაშე ვარირებადი ფონეტიკური მონაცემების მრავალგვაროვანი მასის მემკვიდრით.

რა ნიშნები და რამდენი უნდა ჰქონდეს საერთო ორ ერთეულს, რომ ისინი ერთი და იმავე ბაზისური ფორმის ვარიანტებად კლასიფიცირდნენ? ტრადიციულ ფონოლოგიურ ტერმინებში ზემო თქმულს თუ მოვაქცევთ, რამდენი ერთი და იგივე ფონეტიკური ნიშანი უნდა შეგვხვდეს ორ ფონში, რომ ისინი ერთი ფონემის ალოფონებად კლასიფიცირდნენ? ასეთ შემთხვევაში ტიპურია მნიშვნელობაზე აპელაცია: ინვესს თუ არა მოცემული განსხვავება „განსხვავებულ სიტყვათა“ წარმოშობას?

კ. პაიკი გვთავაზობს (როგორც ამას განგვიმარტავს როჯერ ბელი), ფონოლოგიასთან ანალოგიით, ადამიანის სოციალური ქცევის სხვადასხვა ტიპები გავაანალიზოთ ნიშანთა პოსტულირების გზით, რომლებიც არიან ეთიკურნი და სახეს არ უცვლიან ვითარების მნიშვნელობას მისი მონაწილეებისათვის, ემიკური მახასიათებლებისგან განსხვავებით.

როჯერ ბელი ცალკე საკითხად აგრეთვე უღრმავდება ენის ფუნქციას და საუბრობს სამი ფუნქციის ტრადიციულ მოდელზე.

ენის უპირველეს ფუნქციად მიიჩნეოდა **კოგნიტური** – იდეების, ცნებების, აზრების გამოხატვა. ეს სრულიად შეესატყვისება „სალი აზრის“ პოზიციიდან ენის გაგებას. ანუ, ენა, როგორც აზრის გამოხატვის საშუალება.

მეორე ფუნქცია, **შეფასებითი**, უკავშირდებოდა პირად დამოკიდებულებებსა და შეფასებებს, ხოლო მესამე, **აფექტური** – ემოციებისა და გრძნობების გადაცემას.

როჯერ ბელი გაგვაცნობს რ. იაკობსონის (Jakobson) ენობრივ ფუნქციებს. რ. იაკობსონის მოდელი, რომელიც პირველ რიგში ეხება სალიტერატურო ენის ბუნებას, შესაძლებლობას იძლევა აღინეროს ექვსი ძირითადი ენობრივი ფუნქცია.

## ნახაზი 1. 8

### ასპექტები და ფუნქციები იაკობსონის მიხედვით

ასპექტი	ფუნქცია
ადრესანტი	ემოტიური, ექსპრესიული, აფექტური
ადრესატი	კონატიური
კონტექსტი	რეფერენციული, კოგნიტური, დენოტატიური
შეტყობინება	პოეტიკური
კონტაქტი	ფატიკური, რეგულაციური (ინტერაქციის გაძღოლის ფუნქცია)
კოდი	მეტაენობრივი

#### მაგალითები

1. **ემოტიური:** ადრესანტი თავის მიზნად ისახავს თემისა და სიტუაციისადმი თავისი დამოკიდებულების გამოხატვას.
2. **კონატიური:** ყურადღების ფოკუსირება ადრესატზე. ამ ფუნქციისათვის მეტნაკლებად ტიპურია ვოკატივების და იმპერატივების გამოყენება – სხვა პირის ყურადღების მიპყრობა ანდა მისი წაქეზება რალაც ქმედების ჩასადენად.
3. **კონტექსტი:** როგორც ჩანს, ენის ყველაზე ჩვეული ფუნქციაა – ფოკუსირება დისკურსის ობიექტზე, თემასა და შემცველობაზე.
4. **შეტყობინება:** ფოკუსირება თავად შეტყობინებაზე.
5. **კონტაქტი:** ენის გამოყენება ენობრივი კომუნიკაციის დასაწყებად, მხარდასაჭერად და დასამთავრებლად, ე.ი. ინტერაქციის წარსამართავად. განპირობებულია სიუტაციის კონტაქტურ ელემენტებზე ფოკუსირებით.
6. **კოდი:** ყურადღების კონცენტრირება თავად ენობრივ კოდზე თავის შედეგად იქონიებს ენის მეტაენობრივ ფუნქციას.

ბოლო საკითხი, რომელსაც როჯერ ბელი განიხილავს ენის ფუნქციონალურ მოდლებში ესაა მ. ჰელიდის (Halliday) ენობრივი ფუნქციები, რომელიც ჩვენს მიერ განხილულ იქნა წიგნის პირველი ნაწილში.

როგორც ზემოთქმულიდან ჩანს, როჯერ ბელი კომუნიკაციის ღერძად მიიჩნევს ენის დისკურსს, და სწორედ ენის ფუნქციის წვდომით ცდილობს კომუნიკაციის რაგვარობაც ნათელი გახადოს ჩვენთვის. ბელის მიხედვით შესრულებულ ჩვენს ანალიზში განსაკუთრებით საგულისხმო იყო დიადიკური კომუნიკაციის მოდელი და ზოგადად კომუნიკაციის არხები, ასევე მსმენელისა და მოსაუბრის (კომუნიკაციის სუბიექტისა და ობიექტის) რეპერტუარები, ანუ სოციალური უნარ-ჩვევები.

### 3.4. ენა, ენობრივი კოდები და მნიშვნელობების წარმოება

ურთიერთქმედება არის სოციალური ცხოვრების ერთ-ერთ ყველაზე შემოქმედებითი ასპექტი განსხვავების გაკეთების პოტენციალით. ამავე დროს, ურთიერთქმედება დამოკიდებულია ძლიერ სტრუქტურულ და კულტურულ მოდლებზე, რომლებიც თითოეულ ჩვენგანს გარკვეულწილად წინასწარ განმჭვრეტელად წარმოგვაჩენს სხვების მიმართ და, თავის მხრივ, ერთმანეთის ნდობის საშუალებას გვაძლევს. ეს მოდელები უზრუნველყოფს სტაბილური სოციალური ცხოვრების ფუნდამენტს.

რამდენადაც ვიცით სოციალური ურთიერთქმედება უპირველს ყოვლისა თუ არა ძირითად შემთხვევაში მანაც, ხორცილდება ენის მეშვეობით. ამიტომაც კომუნიკაციის სოციალურ თეორიებში უმნიშვნელოვანეში ენის, როგორც მოვლენის ანალიზი და იმის ნათელყოფა, თუ როგორ იწარმოება ზოგადად მნიშვნელობები.

ენა ვერბალური და წერიტი სიმბოლოების სისტემაა, რომელიც მოქმედებს იმ გარკვეული წესების თანახმად, რომლებიც მიუთითებენ, როგორ უნდა დაუკავშირდეს სიტყვები ერთმანეთს, რათა საბოლოოდ კომპლექსური მნიშვნელობების გამომხატველი ფრაზა მივიღოთ. შეუძლებელია გვერდი აუარო ენის არსებით მნიშვნელობას – (აქ იგულისხმება წერაც, რაც გაცილებით ზრდის ენის შესაძლებლობებს) კულტურის განვითარების, გარდაქმნისა და ამოქმედების საქმეში. ენა ადამიანებს საგნების მნიშვნელობების კლასიფიცირებისა და თაობებისთვის მის გადაცემაში ეხმარება. ენის საშუალებით ვიგებთ სხვათა გამოცდილებების შესახებ. ენა სცდება კონკრეტულობის საზღვრებს, მისთვის არ არსებობს მხოლოდ აქ და ახლა; მისი დახმარებით ვინარჩუნებთ წარსულს და ვჭვრეტთ მომავალს და ვახორციელებთ კომპლექსურ გეგმებსა და იდეებს. ენის არქონა ადამიანების განვითარების უდაბლეს დონეს მიანიშნებს.

ენას აქვს განსაზღვრული მუდმივი სტრუქტურა და წესები, რომლებიც ბგერებისა და ასოების სიტყვებად, სიტყვების კი წინადადებად ჩამოყალიბებაში გვეხმარება. მის სტრუქტურას საგნის მნიშვნელობის გამოხატვაში არსებითი დატვირთვა ეძლევა. წინადადებებში ბგერების ან სიტყვების თვითნებური გადანაცვლება აზრისა და მნიშვნელობის დაკარგვას იწვევს. თუ გვსურს,



რომ კომუნიკაცია შედგეს და ნათქვამი მეორე პიროვნებამდე სრულად მივიდეს, აუცილებელია გრამატიკული და სინტაქსური წესების გათვალისწინება და დაცვა. ენის სტრუქტურას შეისწავლიან ლინგვისტები.

სოციოლოგები ხშირად ინტერესდებიან, როგორ იყენებენ ადამიანები ენას საზოგადოებრივ აქტიურობაში და როგორ ეყრება საფუძველი საზოგადოებრივ გაგებას. სოციოლოგიის ერთ-ერთი ფუნქციონირებადელი ოგიუსტ კონტი აღნიშნავდა: ენა ქმნის იმ ტიპის სიმდიდრეს, რომლითაც თანაბრად ერთდროულად სარგებლობენ ნებისმიერი ადამიანი და ამით მის ცოდნას არანაირი ზიანი არ ადგება. ენა ქმნის სიამოვნების ერთობლიობას, ის თავისუფლად მოქმედებს ამ საგანძურში და გაუცნობიერებლად ეხმარება მის დაცვას.

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ენა საზოგადოების ნებისმიერი წევრისათვის რეალურად ხელმისაწვდომი რესურსია. ყველა ჩვენგანი იყენებს მას ურთიერთობების დასამყარებლად და სწორედ ამ ერთ მართული კომუნიკაცია აახლოებს ადამიანებს ერთმანეთთან.

ბურდიეს თანახმად, ენა საზოგადოებრივი ძალაუფლების წყაროცაა. ის არამარტო აახლოებს ადამიანებს, არამედ განასხვავებს კიდევ მათ, არის საზოგადოებრივი ნიშანი, რომელიც გვეხმარება ხალხის, მათი ჯგუფური კუთვნილების, განათლების, სტატუსის გაგებაში. წარმატებული ავტორიტეტული პიროვნება მნიშვნელოვანი ბიზნეს-შეხვედრის დროს, განსაკუთრებული მნიშვნელობის ფრაზაზე შესაბამის აქცენტს აკეთებს და განსაკუთრებულად დამაჯერებელი მანერით ასაბუთებს მათ. სუბორდინაციის შემთხვევაში კი საუბრის სტილი გაცილებით უფრო ფრთხილია ხოლმე. ძირითადად, ადამიანის საზოგადოებრივი იდენტობა ემყარება იმ ენობრივ ბაზისს, რომელსაც ის იყენებს.

ენა ახდენს გარკვეული ქმედებების დემონსტრირებასაც. მშობლები შვილს სახელს არქმევენ, მინისტრი წვეულებაზე ასახელებს მოწვეული წყვილის სახელსა და გვარს, რასაც სიტყვების დახმარებით აკეთებენ. როდესაც ოგიუსტ კონტმა შემოიღო სოციოლოგიის ტერმინი, ბუნებრივია, ისიც ამ ინტელექტუალური დისციპლინის იდენტობის გამოსახატავად ენას იყენებდა.

ერთობ საინტერესოა ბერნშტაინის თეორია ენობრივი კოდების!

ბაზილ ბერნშტაინს მიაჩნია, რომ სხვადასხვა წარმომავლობის ბავშვებს ადრეულ ასაკში განსხვავებული კოდები, მეტყველების განსხვავებული ფორმები უვითარდებათ, რაც შემდგომ მათზე სკოლაშიც ახდენს გავლენას. მას ტრადიციული კვლევის თემა – ლექსიკურ და ვერბალურ უნარ-ჩვევებში ასახული განსხვავებები – არ აინტერესებს; ბერნშტაინი ყურადღებას ენიხს გამოყენების სისტემურ განსხვავებაზე ამახვილებს, რაც ხელმოკლე და შეძლებულ ბავშვებს მკვეთრად მიჯნავს ერთმანეთისაგან.

ბერნშტაინი აცხადებს, რომ მუშათა კლასის წარმომადგენელი ბავშვების მეტყველება შეზღუდულ კოდს გამოხატავს – ისინი თვალსაზრისს ბოლომდე არ აყალიბებენ, რადგან ფიქრობენ, რომ სხვა მათ სათქმელს ისედაც გაიგებს. შეზღუდული კოდი დაბალი კლასობრივი თემის ან უბნის კულტურული გარემოსთვის დამახასიათებელი ტიპის მეტყველებაა. მუშათა კლასის ბევრი წარმომადგენელი მკაცრად ექვემდებარება ოჯახისა და უბნის კულტურას, რომელშიც ღირებულებები და ნორმები საყოველთაოდ დადგენილი ქვეყნის ტოლფასია და ენაში არ აისახება. მშობლები ბავშვების სოციალიზაციას და მათი ქცევის კორექციას ნახალისებითა და საყვედურით ცდილობენ. შეზღუდული კოდის ენა პრაქტიკულ ყოფაში უფრო გამოიყენება, ვიდრე აბსტრაქტულ იდეებზე, პროცესებსა და ურთიერთობებზე დისკუსიებში (ზოგადად იგივე შეიძლება ითქვას დიალექტებზე). აქედან გამომდინარე, შეზღუდული კოდირებული მეტყველება დაბალი კლასის ოჯახებისა და თანატოლთა იმ ჯგუფებისათვის არის დამახასიათებელი, რომლებთან ერთად ბავშვები დროის უმეტეს ნაწილს ატარებენ. მეტყველება ჯგუფის ნორმაზეა ორიენტირებული და ადამიანები ვერც კი ხსნიან, რატომ იქცევიან ამგვარად.

გავიხსენოთ გოგოლის შესანიშნავი ნაწარმოები „შინელი“. მისი მთავარი გმირი აკაკი აკაკიევიჩი ბაშმაჩკინი საუბრობდა სწორედ რომ შეზღუდული კოდით, როგორც მწერალი აღნიშნავდა – შორისდებულებითა და ნაცვალსახელებით.

ბერნშტაინი ამბობს, რომ, ამის საპირისპიროდ, საშუალო კლასის წარმომადგენლების, უშუალოდ ბავშვების განვითარება უკავშირდება დახვეწილ კოდს. ეს არის მეტყველების სტილი, რომლითაც გარკვეული სიტუაციური მოთხოვნის მიხედვით შესაძლებელია სიტყვების მნიშვნელობების ინდივიდუალიზირება. საშუალო

კლასის წარმომავლობის ბავშვების მიერ ენის გამოყენების შესწავლა გარკვეულ კონტექსტს ნაკლებად უკავშირდება. ბავშვს აბსტრაქტული იდეების განზოგადება და გამონატყვა უფრო მარტივად შეუძლია. როდესაც, საშუალო კლასის წარმომადგენლები დედები ბავშვებს აკონტროლებენ, ისინი მათ ხშირად უხსიან, თუ რა მიზეზებითა და პრინციპებით არის გამოწვეული ბავშვის ქცევაზე გამოვლენილი რეაქცია. ამავე დროს, თუ მუშათა კლასის წარმომადგენელი დედა ბავშვს ბევრი ტკბილეულის ჭამის გამო საყვედურობს, ის მას უბრალოდ ეუბნება „ტკბილეულს აღარ შეჭამ“; საშუალო კლასის წარმომადგენელი დედა კი, სავარაუდოდ შვილს აუხსნის, რომ ბევრი ტკბილეულის ჭამა მისი ჯანმრთელობისა და კბილების მდგომარეობისათვის საზიანოა.

ბერნშტაინი აცხადებს, რომ ბავშვები, რომლებსაც მეტყველების დახვეწილი კოდი აქვთ, უფრო ერგებიან ოფიციალური აკადემიური განათლები მოთხოვნებს, ვიდრე შეზღუდული კოდის მონაწილეები. ეს იმას არ ნიშნავს, რომ ქვეკლასის წარმომადგენელ ბავშვებს მეტყველების „შეუფერებელი“ სტილი ან „მიუღებელი“ ენობრივი კოდი აქვთ. უფრო სწორი ინება თუ ვიტყვით, რომ მათ მიერ გამოყენებული მეტყველება სკოლის აკადემიურ კულტურას არ უთავსდება. ის, ვინც დახვეწილ კოდს ფლობს, სკოლის გარემოს უკეთ ერგება.

თუმცა ბერნშტაინის თეორიის სანდოობა დღესაც დებატების საგანია, არსებობს გარკვეული სამხილი მის მხარდასაჭერად. ჯონან თოუმ მუშათა კლასისა და საშუალო კლასის ბავშვების ენა შესწავლა და მათ შორის სისტემური განსხვავება აღმოაჩინა. ის მხარს უჭერს ბერნშტაინის თეზისს, რომ დაბალი კლასის ბავშვები იშვიათად იღებენ პასუხებს და მათ საყვედურის მიზეზებსაც იშვიათად განუმარტავენ. ანალოგიურ დასკვნამდე მივიდნენ მომდევნო კვლევაში ბარბარა ტიზარდი და მარტინ ჰიუსი.

ბერნშტაინის იდეები იმის გაგებაში გვეხმარება, თუ რატომ აღწევს ნაკლებ წარმატებას სკოლაში დაბალი სოცოეკონომიკური წარმომავლობის ბავშვები. ქვემოთ ჩამოთვლილი ნიშნები შეზღუდულ ენობრივ კოდს უკავშირდება და უარყოფითად მოქმედებს დაბალი კლასის წარმომადგენელი ბავშვის განათლებასთან დაკავშირებულ შანსებზე:

ბავშვი, სავარაუდოდ, შეზღუდულ პასუხებს იღებს შეკითხვებზე, რომლებსაც სახლში სვამს. აქედან გამომდინარე, ის დახვეწილი ენობრივი კოდის მფლობელ ბავშვებთან შედარებით, გარემომცველი სამყაროს შესახებ ნაკლებად ინფორმირებულია და ნაკლებ ცნობისმოყვარეც; ბავშვს უემოციო და აბსტრაქტულ აკადემიურ ენასა და სკოლის დისციპლინის ზოგად პრინციპებზე რეაგირება გაუჭირდება; მასწავლებელი სხვადასხვა ლინგვისტურ ფორმას იყენებს, მის მიერ წარმოთქმულ სიტყვათა უმრავლესობა ბავშვისთვის გაუგებარია, რადგან ეს მოსწავლისათვის ნაცნობი მეტყველებისაგან განსხვავებული ფორმაა. ბავშვმა, შესაძლოა, მასწავლებლის ენის მისთვის ნაცნობ ენაზე გადმოთარგმნა სცადოს, მაგრამ ამის გამო, სავარაუდოდ ვერ გაიგებს მასწავლებლის მიერ გადმოცემულ ძირითად პრინციპებს; ბავშვს, შესაძლოა, ზეპირად დამახსოვრება და სავარჯიშოების შესრულება არ გაუჭირდეს, მაგრამ მისთვის ძნელი იქნება კონცეპტუალური გააზრება, რაც განზოგადოებასა და აბსტრაგირებას მოითხოვს.

მეტყველების შეზღუდულ კოდს შეიძლება თემატურად დაჯუკავშიროთ დაბალ ფენებში ბილნსიტყვაობის პრაქტიკა. ბილნსიტყვაობის პრაქტიკა წყველისა და შელოცვების პრაქტიკას საკმაოდ საინტერესოდ დაუკავშირა პროფესორმა გიგი თევზაძემ. მისი სტატია ინტერნეტ-სივრცეში 2017 წელს გამოქვეყნდა – „სადაც გინებაი ქართული აღსერულების /გინების არქეოლოგია/ ([www.tabula.ge](http://www.tabula.ge)). გიგი თევზაძე შენიშნავს „არა მგონია, ვინმესთვის უცნობი იყოს, რომ გინებას ქართულენოვან დისკურსში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს. იგინება ყველა, დიდი თუ მცირე, პოლიტიკოსი თუ დიასახლისი, ბერი თუ ერი, დედა თუ შვილი. ყველაზე კარგად ეს ფეისბუქზე ჩანს: არასასურველ მოვლენას, მსჯელობას, ქართველი მეფეისბუქე მრავალსართულიანი და კარგად არტიკულირებული გინებით ხვდება...“. თევზაძის აზრით, გინებისა და წყველის, შელოცვის ერთ განზომილებაში განთავსება შეიძლება. ისინი ერთნაირად არიან დამახასიათებელი უძლიერი ადამიანებისთვის, რომელთაც გამოსავალი რაციონალიზებული ქმედებების ძრილში ვერ უპოვიათ. „ვიგინები, მაშასადამე ვახორციელებ შელოცვას“ – ჩვენი სამყაროს დაბალი ფენებისათვის ისევ აქტუალურია. ანუ შეზღუდული კოდი „კარგად“ ერწყმის გამობატვის ამ უცენზურო ფორმებს და ის ამკარად სულის სილატაკეზე მიანიშნებს. თევზაძემ სოციალური ქსელით მოსახლე-

ობას თხოვნითაც კი მიმართა 2016 წლის 31 იანვარს: „თხოვნა მაქვს: ნუ იგინებთ. იმიტომ კი არა, რომ გინება ცუდია. იმიტომ, რომ მტერს აჩვენებთ, რომ შელოცვების და გამოლოცვების მეტი აღარაფერი დაგრჩათ“.

ვინაიდან ჩვენ ამ თავში ენის ფენომენსა და მნიშვნელობების წარმოებას განვიხილავთ, უპირანია დომინიკ კოლასეულ მოსაზრებებსაც გავეცნოთ საკითხთან დაკავშირებით. დომინიკ კოლა პოლიტიკის სოციოლოგია, თუმცა მას აქვს საკმაოდ მრავლსიმომცველი კვლევები და მის ნაშრომში „პოლიტიკური სოციოლოგია“ განთავსებული პარაგრაფი „ენა, როგორც არტიკულაცია“ სწორედ ამაზე მოწმობს. დომინიკ კოლა აღნიშნავს, რომ ინფორმაციის გაცვლა არ წარმოადგენს მარტოოდენ ადამიანთა საზოგადოების სპეციფიკურ ნიშანს. ის აუცილებელია მრავალი სახეობის გადარჩენისათვის. ბევრ შემთხვევაში კომუნიკაციას აქვს შექნილი ხასიათი და ის განვითარდა მოცემულ გარემოში გადარჩენის აუცილებლობის გამო. მარტოოდენ გადაჭარბებულმა ანთროპომორფიზმმა შეიძლება გვაფიქრებინოს, რომ მაიმუნი, რომელიც ყვირის მის ტერიტორიასთან მტრის მოახლოებისას „მეტყველებს“. მაგრამ მეფიდრეობითობა, უწყვეტობა, ადამიანისა ცხოველთან უფრო სარწმუნოდ საბუთდება, რამდენადაც ზოგიერთ ცხოველთან ვხვდებით უნარს დაუკავშიროს ერთმანეთს აღსანიშნი და აღმნიშვნელი რაღაც მოდალურობის მიხედვით, რასაც ყველა თავისებურად განმარტავს იმის გამო, რომ აღსანიშნი ზუსტად არ ემთხვევა აღმნიშვნელს.

ამერიკელი ფილოსოფოსის, ჩარლზ პირსი ტერმინოლოგიით, ნიშანი ეწოდება ერთიანობას, რომელიც შედგება ორი ერთმანეთთან შეერთებული ელემენტისაგან. აღმნიშვნელი არის მატერიალური ელემენტი (ბგერა, სურათი, ნაწერი და ა.შ. ), რომელიც მიანიშნებს სხვა რამეზე, რაც მისგან განსხვავდება, აღსანიშნზე. როდესაც დამოკიდებულება აღმნიშვნელსა და აღსანიშნს შორის არის მსგავსების, იგივეობის დამოკიდებულება, ნიშანს უწოდებენ ხატს (ფრანგულად – icone, რაც ბერძნულად ნიშნავს სურათს). თუ დამოკიდებულება აღმნიშვნელსა და აღსანიშნს შორის განცდის სახით არის უშუალოდ მოცემული, ამბობენ, რომ ნიშანი არის სიგნალი. და ბოლოს, თუ დამოკიდებულება აღმნიშვნელსა და აღსანიშნს შორის არის პირობითი, ამ შემთხვევაში ლაპარაკობენ სიმბოლოზე. ამ აზრით, ლინგვისტური ნიშანი, როგორც ის განიხილა

ფერდინანდ სოსიურმა, წარმოადგენს სიმბოლოს: ლინგვისტური ნიშანი სოსიურის თორიაში არის თვისებრიობა, რომელსაც ორი სახე აქვს. ის შედგება „აკუსტიკური სახისაგან“, რომლის კავშირი მასთან ასოცირებულ „კონცეპტთან“ არის „პირობითი“. მაგალითად, არ არსებობს აუცილებელი კავშირი „ხის“ აღმნიშვნელ ბგერათა კომპლექსსა და იმ ცნებას შორის, რომელიც აღნიშნავს „მერქანისებურ მცენარეულ წარმონაქმს“. აღსანიშნავს „სწორი ფორმის მცენარეს“ შეიძლება მართლაც ჰქონდეს აღმნიშვნელის სახით, მაგალითად, ლათინური arbor და ინგლისური tree. აღსანიშნავს არავითარი განსაკუთრებული უფლებები არა აქვს იმ ცნებაზე, რომელზედაც ის მიახიზნებს. იმ ფორმულირების მიხედვით, რომელსაც შექსპირი ჯულიეტას პირით გამოთქვამს: „რა არის ამ სახელში! თუ იმას, რასაც ვეძახით ვარდს სხვა სახელი ერქმეოდა, ის ხომ ასეთივე სურნელს გამოსცემდა“. და რა მნიშვნელობა ჰქონდა კაპულეტის ქალიშვილისთვის, რომ რომეო მონტეგია, „მონტეგის“ ხომ არც სხეული აქვს და არც სახე, რომელიც აქვს ადამიანს.

ნიშნის პირობითობა არ გულისხმობს რაღაც ძალადობას საგნებზე (ხომ არ იტანჯებიან ვარდები იმისგან, რომ მათ ვარდი ჰქვიათ?) ან მასზე, ვინც უნდა გამოიყენოს ეს ნიშნები: ჩემი იძულება, რომელიც მე მოვალედ მხდის “roses” ვუნდოდ რაღაც ყვავილს ინგლისურად, რომელიც ებრაულად იწოდება “chochana”, სულაც არ ცვლის იმ სისტემას, რომელიც მას წინ უსწრებს და არ გარდაქმნის ძირფესვიანად თავის პირველად საფუძვლებს. ნიშნის პირობითობა (პირობითობა იმ აზრით, რომ აღმნიშვნელი არ წააგავს აღსანიშნავს), რომელიც მოქმედებს როგორც აუცილებლობა მსმენელისათვის (რამდენადაც იმას, ვინც მეტყველებს, თავისუფლად შეუძლია აირჩიოს ესა თუ ის აღმნიშვნელი), არ წარმოადგენს ფორმის უხეშ იძულებას მატერიაზე და სრულებით არ გვაძლევს იმის უფლებას, რომ ვილაპარაკოთ, „სიმბოლურ ძალადობაზე“. კავშირი აღმნიშვნელსა და აღსანიშნავს შორის არის არამოტივირებული. კავშირი კონკრეტულ ბგერასა და კონკრეტულ მნიშვნელობას შორის არის აუცილებელი მსმენელისათვის. იმის თქმა, რომ კავშირი რაღაც კონკრეტულ იდეასა და კონკრეტულ ბგერას შორის არის პირობითი, ნიშნავს ერთმანეთში აურიო კავშირი სიტყვასა და რეფერენტს (წყაროს) შორის და მიაშრება აღმნიშვნელი-აღსანიშნავს. ამ აზრით, სოსიური, როგორც ამას ხაზს უსვამს ბენვენისტი, არის

XIX საუკუნის მიწურულის ისტორიული და რელატივისტური აზროვნების მსხვერპლი, ისევე როგორც იმდროინდელი ფილოსოფიური თეორიების მსხვერპლი, რომლებიც იზიარებდნენ კომპარატივისტული აზროვნების ფორმას: ერთი შეხედვით, მოცემული მრავალფეროვნების შედეგად, რომელიც გვხვდება ხალხის ქცევაში, როდესაც ის ეჯახება სხვადასხვა ფენომენებს, შეიძლება დავასკვნათ, რომ არაფერი არ არის აუცილებელი. „დასკვნა, რომ ლინგვისტური ნიშანი არის ნებისმიერი, პირობითი, რადგანაც ერთსა და იგივე ცხოველს ერთ ქვეყანაში ქვია ხარი და სხვაგან Och, ტოლფასია იმის თქმისა, რომ გლოვის ცნება არის „პირობითი“, რადგანაც მას სიმბოლოს სახით ევროპაში შეესაბამება შავი, ხოლო ინდოეთში თეთრი, ან იმას, რომ მამობა არ არსებობს, რადგანაც არსებობს მამის როლები, რომლებიც იცვლება ერთი საზოგადოებიდან მეორეში. ან თუნდაც იმას, რომ შეხედულებები პირობითია, რადგანაც ისინი შეიძლება უცბათ სხვანაირი აღმოჩნდეს. აქედან შეიძლება დავასკვნათ, რომ ყველაფერი, რაც ცვალებადია, პირობითია, ნებისმიერია და აქედან აზრის პირობითობიდან გამომდინარე როგორც პოლიტიკაში, ისე ლინგვისტიკაში მივალთ სიმბოლური ძალადობის იდეამდე როგორც სიმბოლურ „პირობითობამდე“, რომელიც აორმაგებს ძალისმიერ ურთიერთობებს.

ადამიანთა ენა, პირიქით, ცხოველთა კომუნიკაციებისაგან განსხვავებით თავის თავში ატარებს შეუზღუდავი პასუხი უნარს. ადამიანთა სახეობის ამ თვისებას ვხვდებით იარაღით მანიპულირების უნარშიც.

ოდნავი უკუსვლა გავაკეთოთ და შევეცადოთ ზემოთქმულთა გათვალისწინებით განვსაზღვროთ ენის რაობა უკვე სხვა კუთხით (აქცენტის მნიშვნელობების წარმოებაზე დავსვათ). ენა წარმოადგენს მედიუმს, რის საშუალებითაც ჩვენ მოვიაზრებთ ამა თუ იმ საგანს და რის საშუალებითაც ხდება მნიშვნელობის წარმოქმნა და გაცვლა.

ენა არის მნიშვნელობისა და კულტურის შექმნის ძირითადი ინსტრუმენტი. მაგრამ როგორ ხდება ენის საშუალებით მნიშვნელობის შექმნა? როგორ ხდება მონანილებს შორის წარმოება, რომელიც მათ საშუალებას აძლევთ შექმნან გაზიარებული შეხედულებების ერთობლიობა და მოახდინონ მათ გარშემო არსებული სამყაროს ინტერპრეტაცია დაახლოებით ანალოგიური გზით? სწორედ

ენა გვაძლევს ამის საშუალებს, რადგანაც, ის ოპერირებს როგორც რეპრეზენტატიული სისტემა. ენაში ჩვენ ვხმარობთ ნიშნებს და სიმბოლოებს, მაგალითად, ბგერებს, წერილობით გადმოცემულ სიტყვებს, ელექტრონულად შექმნილ გამოსახულებებს, მუსიკალურ ნოტებს, ასევე ნივთებსაც. და ყოველივე ეს შეიძლება წარმოადგენდეს სხვებისთვის ჩვენი აზრების, იდეების, გრძნობების გამომხატულებას. ენა წარმოადგენს „მედიის“ ერთ-ერთ სახეობას, რომლიც საშუალებით ჩვენი ამ იდეების, აზრებისა და გრძნობების გამომხატვა ხდება კულტურაში.

ურთიერთობის პროცესი წარმატებით წარიმართება, რადგან ადამიანებს შეუძლიათ იდენტური წესით აწარმოონ მნიშვნელობები. როდესაც კომუნიკატორი წყაროს ინფორმაციას გადასცემს, ახდენს მის კოდირებას. დეკოდირება კი შესაძლებელია სწორედ მნიშვნელობების კარგად ცოდნის ხარჯზე. დეკოდირება ხომ ეს თავისებური განჯადობაა. მაგრამ უპირველესად საჭიროა გავარკვიოთ, სად წარმოიქმნება მნიშვნელობა? მნიშვნელობები წარმოიქმნება სხვადასხვა ადგილას და მათი ცირკულაცია ხდება რამდენიმე სხვადასხვა პროცესის ან პრაქტიკის საშუალებით. მნიშვნელობა გვაძლევს ჩვენი იდენტურობის შეგრძნებას, ვინ ვართ ჩვენ და ადამიანთა რომელ წრეს მივკუთვნებით. მნიშვნელობა მიდმივად იქმნება და შემდეგ იცვლება ყოველი პირადი და სოციალური ურთიერთობების დროს, რომელშიც ვიღებთ მონაწილეობას. მნიშვნელობას ასევე ქმნის მასმედია, გლობალური კომუნიკაციები და კომპლექსური ტექნოლოგიები, რომელთა საშუალებითაც ხდება სხვადასხვა კულტურების ცირკულაცია საოცარი სისწრაფით.

მნიშვნელობა ასევე იქმნება მაშინაც, როდესაც ჩვენ გამოვხატავთ საკუთარ თავს, ან მოვიხმართ გარკვეულ „კულტურულ საგნებს“, ანუ ვახდენთ მათ ჩართვას ყოველდღიურ რიტუალებსა და პრაქტიკაში და ამ გზით ვანიჭებთ მას მნიშვნელობას ან ფასეულობას, ან როდესაც ვქმნით გარკვეულ ნარატივებს, ისტორიებს და ფანტაზიებს მათ გარშემო.

ყოველივე ზემო თქმული ხდება, ენის საშუალებით. ერთსა და იმავე კულტურის წევრებს აქვთ საზირო აზრები, გამოსახულებები და იდეები, რომლებიც მათ საშუალებას აძლევს გარკვეული პერსპექტივიდან მოიაზრონ და შეიცნონ სამყარო და, აქედან გამომ-



დინარე, მოახდინონ სამყაროს ინტერპრეტაცია დაახლოებით ერთი და იმავე წესით. ზოგადად რომ ვთქვათ, ისინი ოპერირებენ ერთი და იმავე „კულტურული კოდებით“ და ამ კუთხით აზროვნება და გრძნობა თავისთავად წარმოადგენს გარკვეული „რეპრეზენტაციის სისტემას“, სადაც ჩვენი კონცეფციები, გამოსახულებები და ემოციები ნიშნავენ ან წარმოადგენენ ჩვენს გონებრივ ცხოვრებაში იმ საგნებს, რომლებშიც შეიძლება არსებობდნენ ან არ არსებობდნენ ჩვენს გარშემო.

იმისთვის, რომ მოვახდინოთ ჩვენს მიერ მოაზრებულის სხვებისათვის გაზიარება, ისინი იმავე ლინგვისტურ კოდებს უნდა ფლობდნენ, რათა გაიგონ ჩვენი სათქმელი. ეს არ ნიშნავს, რომ ისინი იმავე ენაზე, მაგ. ფრანგულ ან ჩინურზე უნდა საუბრობდნენ, როგორც ჩვენ, არამედ ჩვენს ენას აქ ვგულისხმობთ უფრო ფართე გაგებით. ჩვენი ადრესატები, ენის გარდა, დაახლოებით ანალოგიურად უნდა აღიქვამდნენ ვიზუალურ გამოსახულებებსაც და ბგერების ერთმანეთთან დაკავშირების იმ გარკვეულ ფორმას იცნობდნენ, რომელსაც ჩვენ მუსიკას ვუნოდებთ და ა.შ.

მნიშვნელობა წარმოადგენს დიალოგს – ის ყოველთვის მხოლოდ ნაწილობრივ არის გაგებული და ყოველთვის არათანაბარი გაცვლაა.

მაშასადამე, რატომ ვარქმევთ ენას ან ენებს მნიშვნელობის შექმნის და გადაცემის სხვადასხვა გზებს? როგორ ფუნქციონირებს ეს ენები? ენები ოპერირებენ როგორც რეპრეზენტატიული სისტემები, იმდენად რამდენადაც ისინი იყენებენ გარკვეულ ელემენტებს, რომლებიც წარმოადგენენ იმას, რისი თქმაც ჩვენ გვსურს იმისთვის, რომ გამოვხატოთ რაღაც აზრი, იდეა ან გრძნობა. ვერბალური ენა იყენებს ბგერებს, წერილობითი – სიტყვებს, ხოლო მუსიკალური ენა - ნოტებს, „სხეულის ენა“ მიმართავს ფიზიკურ შესტებს, მოდის ინდუსტრია ტანსაცმელს იყენებს, ტელევიზია კი ციფრულად ან ელექტრონული წესით წარმოქმნი პიქსელებს ეკრანზე, შუქნიშნები მიმართავენ მწვანე, წითელ და ყვითელ ფერებს ჩვენთვის გარკვეული ინფორმაციის მოსაწოდებლად. ყველა ეს ელემენტი – ბგერები, სიტყვები, ნოტები, შესტები, ტანსაცმელი წარმოადგენს ჩვენი ბუნებრივი ან მატერიალური სამყაროს ნაწილს, მაგრამ მათი ენისთვის მნიშვნელობა არ არის ის თუ რას წარმოადგენენ ისინი, არამედ თუ რას აკეთებენ ისინი, მათი ფუნქცია. ისინი ქმნიან მნიშვნელობებს

და შემდეგ, გადასცემენ. ისინი აღნიშნავენ რალაცას. თავისთავად მათ არ გააჩნიათ მნიშვნელობა, არამედ წარმოადგენენ საშუალებებს, რომლებიც არიან მნიშვნელობების მატარებლები, რადგანაც ოპერირებენ როგორც სიმბოლოები. ეს სიმბოლოები კი წარმოადგენენ იმ მნიშვნელობებს, რომლის სხვისთვის გადაცემაც ჩვენ გვსურს. ანუ მათ ენიჭებათ ნიშნების ფუნქცია. ნიშნები აღნიშნავენ ან წარმოადგენენ ჩვენს იდეებს, აზრებს, განცდებს ისეთი გზით, რომ მათი „ნაკითხვა“ დეკოდირება ან ინტერპრეტაცია შეძლონ სხვებმა დაახლოებით იმავე ნესით.

ენა ამიტომ წარმოადგენს აღმნიშვნელ პრაქტიკას. ნებისმიერი რეპრეზენტაციული სისტემა, რომელიც ამ გზით ფუნქციონირებს, შეიძლება ვთქვათ, ეფუძნება ენის რეპრეზენტაციის პრინციპებს. აქედან გამომდინარე, ფოტოგრაფია რეპრეზენტაციული სისტემაა, რომელიც იღებს გამოსახულებას სინათლეზე მგრძობიარე ქალაქზე დასხივების საშუალებით, რომ წარმოადგინოს ფოტოგრაფიული მნიშვნელობა კონკრეტული ადამიანის, მოვლენისა თუ სცენის შესახებ. გამოფენა მიზეუმში ან გალერეაში შეიძლება აღიქმებოდეს როგორც ენა, რამდენადაც ის იყენებს გამოფენილ საგნებს იმისთვის, რომ შექმნას გარკვეული მნიშვნელობები გამოფენის თემატიკის ირგვლივ. ასევე როდესაც ფეხბურთის მატჩზე სახე დახატულები, სლოგანებითა და ტრანსფორანტებით მიდიან, ესეც გაკვეული ენაა, ანუ სიმბოლური პრაქტიკა, რომელიც აძლევს მნიშვნელობას ან გამოხატულებას, რომ ეს პირები მიეკუთვნებიან ნაციონალურ კულტურას, ან კიდევ იდენტიფიცირდებიან თავიანთ ქალაქთან თუ რეგიონთან. რეპრეზენტაცია აქ მჭიდროდ არის დაკავშირებული როგორც იდენტობასთან, ასევე ცოდნასთან. რთულია იცოდეთ თუ რას ნიშნავს იყო ინგლისელი ან ფრანგი, ან ქართველი თუ არ დავეყრდნობით ამ აღმნიშვნელ სისტემებს, რომელთა საშუალებითაც ხდება ჩვენს გარშემო არსებული სამყაროს მოაზრება, და რომელსაც ჩვენ კულტურას ვუწოდებთ.

ფრანგი პოსტმოდერნისტი, ჟან ბოდრიარი თავის შესანიშნავ ნაშრომში „ნივთთა სისტემა“ აღწერს დეკორით მნიშვნელობების წარმოების თავისებურ ხერხებს. მაგალითად, მოდერნის ეპოქაში, სახლში უმნიშვნელოვანეს ადგილს იკავებდა სასადილო ოთახი, ეს იყო ოჯახის ერთგვარი შესაკრებელი და ყოველი ტრაპეზი თავისე-

ბურად საიდუმლო სერობას ჰგავდა. სასადილო ოთახის დეკორი – მრგვალი მაგიდა, კედლის ქანქარიანი საათი და მოვარაყებული სარკე – იყო ოჯახური იდილიის ერთგვარი გაფორმება და თავისებური საკრალიაზაცია. მას მერე, რაც ოჯახებში ერთად სადილობის ტრადიცია მოიშალა, გაქრა სასადილო ოთახიდან მოვარაყებული სარკე, ქანქარიანი საათი, მრგვალი მაგიდა და თავად ოთახიც უკვე ცარიელ სივრცედ იქცა. დღეს უკვე მასიური სტუდიო ტიპის ბინებია, სადაც ღია კედლებია ნორმა. უწინდებური გაფორმება კი (მრგვალი მაგიდა, ქანქარიანი საათი, მოვარაყებული სარკე, ბუხარი, სარწველა სავარძელი, ზეთით შესრულებული კლასიკური სტილის ტილოები) უგემოვნებობის ნიშნად უფრო მსახურობს ვიდრე ოჯახური იდილიის მაცნედ. ბოდრიარი თვლის, რომ ადამიანების წაკითხვა მათი გარემომცველი ნივთებით შეიძლება. საკმარისია მავანის მუსიკალური დისკების კოლექციას გაეცნოთ, რომ მასზე გარკვეული და საკმაოდ დამაჯერებელი წარმოდგენა შეგექმნათ. ვთქვათ იონას კაუფმანი, უდო იურგენსი, რეინჰარდ მეი, გეორგ დანზერი, ჰერბერტ გრონემაიერი ერთ კოლექციაში, აშკარაა, რომ თქვენ გერმანული კულტურის კარგად მცოდნეს გადაეყარეთ და მის გემოვნებასაც შეგიძლიათ სრულიად ენდოთ. იგივე ითქმის ნიგნებზე. ნიგნები, მუსიკალური დისკები, კოლექცია, რომელსაც ბიოგრაფიის მანძილზე რუდუნებით ვაგროვებდით – ინფორმაციის უტყუარი წყარო და ეგრეთ წოდებული „ამოსაცნობი მარკერებია“. სოციალურ ქსელში როდესაც აზიარებთ თქვენს კედელზე გარკვეული სახის ინფორმაციას, მათზე რეაგირებით შემდგომ აჯგუფებთ ინტერესით მახლობელ ადამიანებს. შეუძლებელია “Wir sind Helden” ან “Madsen” გააზიაროთ და იგი მოიწონს გერმანული ენის არ მცოდნემ, ან ექვს დეკემბერს Nikolaustag იხაროს ვინმემ თქვენთან შემთხვით. ერთ კულტურულ სივრცეს როდესაც მიეკუთვნებით თქვენთვის ადვილია „ამოსაცნობ მარკერებში“ გარკვევა.

ამდენი ვილაპარაკეთ მნიშვნელობების წარმოებაზე, რეპრეზენტაციაზე და მაინც რას მოვიაზრებთ დაზუსტებით მასში? ოქსფორდის ინგლისური ენის ლექსიკონში ამ, სიტყვას ჩვენთვის აქტუალური ორი მნიშვნელობა აქვს: 1. რალაცას რომ წარმოადგენ, ნიშნავს რომ აღწერ ან გამოსახავ, გონებაში მოიხმობ აღწერის, წარმოსახვის ძალით, ამსგავსებ გონებით ან გრძნობით რალაცას.

მაგალითად ალბრეხტ დიურერის ტილო ადამი და ევა სამოთხეში, პირველი ცოდვის და სამოთხიდან განდევნის ისტორიას ერთ რაკურსში დაიტევს. ვაშლი, გველი ეს სწორედ სიმბოლიზაციის მძლავრი საშუალებებია. 2. რეპრეზენტაცია ასევე ნიშნავს, რომ ხდება რალაცის სიმბოლიზაცია, რალაცა მეორე საგანს წარმოადგენ ან ცვლი. მაგალითად, როდესც ქუჩაში ხედავ ახალგაზრდას მაისურით, რომელზეც ბიტლზების ფოტოა დატანებული ან ერნესტო ჩე გევარა, ნათელია ის უსმენს როკს, ან კიდევ მისთვის ღირებულია მეტად დაომორჩილებლობის, თავისუფლების იდეა.

როდესაც რაიმე განზრახვის სისრულეში მოყვანა გასურს, თავად ვწყვეტთ რა ვთქვათ, ვიმყოფებით რა სხვებთან კომუნიკაციაში, მაგრამ ჩვენ ასევე უნდა დავექმედებაროთ ენის კონკრეტულ წესებს, თუ გვინდა, რომ სხვებმა გაიგონ ჩვენი სათქმელი. სოსიური მიიჩნევდა, რომ ენობრივი წესების წყარო დევს საზოგადოებაში, კულტურაში, ჩვენს მიერ გააზრებულ კულტურულ კოდებში და არა ბუნებასა თუ ინდივიდუალურ სუბიქტებში.

გერმანელი სოციოლოგი, სისტემური ფუნქციონალიზმის წარმომადგენელი ნიკლას ლუმანი, ენასთან დაკავშირებით ასეთ საკიხს წამოჭრის. ჯერ ერთი, მისი აზრით, საზოგადოება დიფერენცირდება არა ქვესისტემებად, არამედ კომუნიკაციებად, რომლებიც ერთმანეთს ცვლიან დროში. კომუნიკაციაა ეკონომიკა, პოლიტიკა, მეცნიერება... ისინი იმართებიან სიმბოლურად გენერალიზირებული კოდებით. კოდებს ასევე აქვთ სუბსტიტუტები. აქ უმნიშვნელოა ვნესია ბინარული სქემატიზმები, რაც სწორედ ენის მეშვეობით ინარმოება. ენაში არის ყველა ცნების დაშვება და უარყოფაც. ანუ, ენაში ყველა ცნებას „ზურგს უმაგრებს“ მისი ანტონიმი. ანტონიმების მეშვეობით შესაძლებელია კომუნიკაციების ჩარჩოებში ალტერნატივების განთავსება. კომუნიკაციის თაობაზე ლუმანის მიერ დასმულ საკითხს ქვემოთ, ცალკე თავში, უფრო გაშლილად შევხებით. პირველად ეს თემა 2014 წელს წიგნში „არაკლასიკური სოციოლოგიური თეორიები – საზოგადოება, ინდივიდი, ძალაუფლება“ (ავტორი, შორენა კორტავა) იქნა განხილული, ხოლო მეორედ, უფრო ვრცლად და მეტი კონკრეტიკით 2016 წელს, წიგნში „პოლიტიკის სოციოლოგიის საკითხები“ (ავტორი, შორენა კორტავა).

ფრანგი სოციალური კრიტიკოსი როლან ბარტი თავის ნიგნში „მითოლოგიები“ (1972) განიხილავს ჭიდაობის ფენომენს, გრეტა გარბოს სახეს, სარეცხის ფხვნილებს და საპონს. მან მიუყენა სემიოტიკური ანალიზი საზოგადოების ყოველდღიურ მოვლენებს და გარკვეული აქტივობები და საგნები აღიქვა როგორც ნიშნები, რომლებიც ენის მიდგომაში, არა მხოლოდ გარკვეული მნიშვნელობების კომუნიკაციას ცდილობენ. სემიოტიკურ მიდგომაში, არა მხოლოდ სიტყვებსა და გამოსახულებებს ენიჭებათ ნიშნის მნიშვნელობა, არამედ თავად საგნებიც ფუნქციონირებენ როგორც აღმნიშვნელები და წარმოქმნიან რალაც გარკვეულ მნიშვნელობას. მაგალითად, ტანსაცმელი არა მხოლოდ სხეულის ნიშანია. სტელა მაკარტნის კაბა კლასობრივი მიკუთვნებულობის ნიშნად შეიძლება მსახურებდეს და ამავდროულად თანამედროვეობისა და ინგლისური დახვეწილობის.

ესეში „მითი დღეს“ ბარტი გვიჩვენებს, თუ როგორ მუშაობს რეპრეზენტაცია უფრო ფართო კულტურულ დონეზე. ფრანგული ჟურნალი „Paris Match“ გარეკანზე წარმოდგენილია ახალგაზრდა შავკანიანის ფოტო, რომელიც ფრანგულ სამხედრო ფორმაში მიესალმება საფრანგეთის დროშას. მისი თვალები ზევით არის მიმართული და, ალბათ, დროშას უყურებს (1972). ანალიზის პირველ დონეზე, ჩვენ უნდა გავშიფროთ აღმნიშვნელები: ჯარისკაცი, უნიფორმა, მკლავი და ანეული თვალები, საფრანგეთის დროშა. ნიშნების ეს ერთობლიობა გვაუწყებს, რომ შავკანიანი მიესალმება საფრანგეთის დროშას. აქ ბარტი ამბობს, რომ ამ ფოტოს უფრო ფართო კულტურული მნიშვნელობა აქვს და ის რის კომუნიკაციასაც აღნიშნული ფოტო ცდილობს შეიძლება იყოს შემდეგი: რომ საფრანგეთი დიდი და ძლიერი იმპერიაა, რომ ყველა მისი შვილი, მოიხედავად კანის ფერისა, ერთგულად მსახურობს მისი დროშის ქვეშ, რაც წარმოადგენს საკუთესო პასუხს იმათთვის, ვინც ბრალს დებს საფრანგეთს კლონიალიზმში; შავკანიანი ბიჭი ერთგულად ემსახურება ეგრეთ ნოდებულ „მჩაგვრელებს“.

რეპრეზენტაციის და სიმბოლიზაციის სიუხვე არის სოციალურ რეკლამაში. საზოგადოებაში ჯანსაღი კომინიკაციების კატალიზატორი ზოგიერთი სოციალური რეკლამა ამიტომაც ხდება. ყურადღების ღირსია გერმანული ერთობ მეტყველი სოციალური რეკლამის რამდენიმე ნიმუში კლაუს შტაეკის ავტორობით. პირველი, 2004 წელს გა-

მოქვეყნებული, ანტიგლობალიზტების პოზიციის იზიარებს. აქ ლაიტ-მოტივად გამოყენებულია ძმები ბრეიგელების ტილო „ხეიბრები“ და პლანეტა მარსის ხედი. რეკლამას თან ერთვის შემდეგი ტექსტი: „გლობალიზაციის მსხვერპლნი მარსისაკენ მიმავალ გზაზე“ ანუ „მარსამდე გლობალიზაციის მსხვერპლნი“. ანუ, ეს მკვახე სიტყვა ორგვარად იკითხება. როლან ბარტი „ნერის ნულოვან დონეში“ იხსენებს „ებერი თავისი „მამილო დუშონის“ ნებისმიერ ნომერს ისე არ დაიწყებდა, რაიმე უშვერი, მაგალითად „ემმაკმა დალაზგროს“, ან კიდევ უფრო მკვახე ლანძღვა არ მოეყოლებინა. ეს მაგარ-მაგარი სიტყვები არაფერს ნიშნავდა. სამაგიეროდ ამოსაცნობი ნიშნის ფუნქციას ასრულებდა... ნებისმიერი დაწერილი სიტყვა გამოირჩევა მსგავსი იარლიყით, და ის, რაც სწორია „მამილო დუშონის“ შემთხვევაში, სწორია ლიტერატურის მიამრთაც. მასშიც უნდა იყოს რაიმეს გამოსაცნობი ნიშანი, რაც განსხვავებულია მისი შინაარსისა და კონკრეტული ფორმისაგან, და ეს „რალაც“ მისი დახშულობაა, რომლის წყალობითაც ის საკუთარ თავს ლიტერატურად წარმოგვიდგენს“. „გლობალიზაცია მარსამდე“ და „მისი მხვერპლი ხეიბრები“ სწორედ ამოსაცნობი ნიშნის ფუნქციას ასრულებენ. ამ თემის გაგრძელებაა წიგნი წარმოდგენილი მეორე სოციალური რეკლამა „სამშობლო“ ნავავსაყრელზე (2005 წელი). ნებისმიერი ინტერნაციონალიზმი პატრიოტიზმის გარეშე არის კოსმოპოლიტიზმი, რის შედეგადაც „სამშობლო“ როგორც ამ ილუსტრაციაზე ჩანს, ნავავსაყრელზე აღმოჩნდება. ანუ, დგება დრო, როცა იყო პატრიოტი აღარაა მოდური.

მესამე ილუსტრაცია (1993 წ.) თამეტურად ასევე ნაციონალიზმის ქვეშ დაჯგუფდება, თუმცა აქ უკვე კრიტიკული რეალიზმის პოზიციაზე არის მთხრობელი. გავიხსენოთ დიდი ქართველი ფილოსოფოსის, მერაბ მამრდაშვილის შეგონება, თუკი იკვებნი ქართველობით, ამით ქართველობას არაფერი ემატება; უნდა იკვებნიდე შენი რაობით და მხოლოდ შემდეგ მოგეცემა უფლება სიტყვა დაგცდეს შენს ქართველობაზე. ანუ, შენეული ღირსებით შეემატება ქართველობას და არა პირიქით. კაცუნა წამონოლილია აალებული ასანთის კოლოფზე და აცხადებს დასაწავად განწირული: „მე ვარ ამაყი, რადგან ვარ გერმანელი“. ეს ფოტო – გერმანული სოციალური რეკლამის ხატოვანი ნიმუში – სწორედ მამრდაშვილის თავისებური პერიფრაზია და ამდროულად სიზარმაცის, როგორც სასიკვდინე მანკიერების ხმამალალი მხილება.

რეპრეზენტაციის საუკეთესო მაგალითია ძმები ბრეიგელების ხელოვნება. მათი ტილოები ხომ თავისებური მეტაენაა. ბრეიგელები ქმნიდნენ ეგრეთ წოდებულ ორკომპონენტის ტილოებს. მაგალითად „როკვა სახრჩობელასთან“, „იკაროსის ვარდნა“, „ყველიერი და ხორციელი“. „როკვა სახრჩობელაზე“ გვიჩვენებს, რამდენად შორსაა თითოეული ჩვენგანი სხვისი ტრაგედიის აღქმისაგან. ასეთივეა „იკაროსის ვარდნა“. ერთ ფრაგმენტში თუ იკაროსი წყალში ინთქმება, მეორე მხარეს დარია და გლეხები უდრტვინველად ამუშავებენ მიწას. „ყველიერსა და ხორციელში“ ცოდვა და მადლი, სახლედობრ ნაყროვანების ცოდვა ებრძვის მომარხულე ქრისტიანს. მეტაენა და რეპრეზენტაციაა ბრეიგელების ტილო „ზარმაცების ქვეყანა“, ასევე „ბრმები“. ბრმა ბრმის მეგზურად თუკი აგვირჩევია, ვიჩეხებით ყველანი ერთად ხაროში. ზარმაცები კი მარად ნაყროვანების მონობით ხორცის მსუყე ნაჭრებად ქცეულან და თვითობა დაუკარგავთ. ბრეიგელებზე შეიძლება ითქვას, რომ ისინი ფუნჯით იგავებს წერდნენ. იდეების და თანაც დიდაქტიკური იდეების გაცოცხლება ტილოზე არცთუ იშვიათად შესძლება ვინმეს ასე შთამბეჭდავად.

### 3.5. კომუნიკაციის „ნებსითი“ და „უნებლიე“ პათოლოგიები

კომუნიკაციის „ნებსითი“ და „უნებლიე“ პათოლოგიებს განვიხილავთ ჰაბერმასის<sup>167</sup> და სუმბაძე/მახარაძის<sup>168</sup> მიხედვით. კომუნიკაციის „უნებლიე“ დარღვევები გამოწვეულია კომუნიკატორის შეურაცხადობით, ფსიქიკასთან დაკავშირებული პრობლემებით, ასევე მისი ორპირი ბუნებით, რაც მას მუდმივად ხელს უშლის იყოს გულწრფელი. შესძლოა ოჯახშიც უნებლიედ აღმოცენდეს კომუნიკაციის პათოლოგიები და ამისი მიზეზი იყოს კომუნიკაციაში ჩართულთა ხელში კონცენტრირებული ძალაუფლების არათანაბარი განაწილება. „ნებსითი“ ირღვევა კომუნიკაცია პიროვნებათაშორის კონფლიქტის დროს, როდესაც ერთმანეთს ეჯახება ინტერესები. ეს ბოლო შემთხვევა ექვემდებარება დარეგულირებას პირველთან შედარებით.

იურგენ ჰაბერმასი წერს ნარკვევს „განაზრებანი კომუნიკაციის პათოლოგიებზე“<sup>169</sup>, სადაც მენტალური პრობლემების გარდა კომუნიკაციის პათოლოგიების მიზეზად ასახელებს უმნიფრობას, რომელიც დაკავშირებულია ბავშვობასთან. ოჯახში თუკი „მე“ ცნობიერება უპირისპირდება „ჩვენ“ ცნობიერებას ასევე აღმოცენდება კომუნიკაციის პათოლოგიები.

---

<sup>167</sup> *Jürgen Habermas*, 1928 წლის 18 ივნისს დაიბადა დიუსელდორფში. გერმანელი ფილოსოფოსი და სოციოლოგი. მოცემულ ქვეთავში ჩვენ ვეყრდნობით მის ნაშრომს, „მოქმედების კომუნიკაციური თეორიის წინასწარი მონახაზები და დამატებები (2003. ქუთაისი. საგამომცემლო ცენტრი). გარდა ამ ნაშრომისა იურგენ ჰაბერმასი კომუნიკაციის თემას უძღვნის მონოგრაფიას „მორალური ცნობიერება და კომუნიკაციური მოქმედება“ (2001. Санкт-Петербург. „Наука“), რომელსაც ასევე წიგნის ჩარჩოებში ვითვალისწინებთ. სწორედ მოცემულ მონოგრაფიაში ვხვდებით გადაკვეთას ცნობილი ქართველი ფსიქიატრის ავლიპ ზურაბიშვილის პოზიციისთან „Homo Moralis“-ის შესახებ.

<sup>168</sup> აქ იგულისხმება მკვლევარები ნანა სუმბაძე და თამარ მახარაძე. მოცემულ ქვეთავში ამოსავალია მათი ერთობლივი ნაშრომი, „ინტერპერსონალური კომუნიკაციები“ (2010. ეროვნული სასწავლო გეგმებისა და შეფასების ცენტრი).

<sup>169</sup> „განაზრებანი კომუნიკაციის პათოლოგიებზე“ თარიღდება 1974 წლით. ქართულ სივრცეში ის მოცემულია კრებულში „მოქმედების კომუნიკაციური თეორიის წინასწარი მონახაზები და დამატებები (2003. ქუთაისი. საგამომცემლო ცენტრი).



კომუნიკაციის აგება ენის ველის მიღმა შეუძლებელია. ამიტომ ჰაბერმასი ენის არქეოლოგიას უღრმავდება და ლუდვიგ ვიტგენშტაინის „ფილოსოფიურ გამოკვლევებსაც“<sup>170</sup> აანალიზებს. ის (იურგენ ჰაბერმასი) უპირველეს ყოვლისა საუბრობს ენობრივ კომუნიკაციაზე და სურს ენობრივი კომუნიკაციის ნორმალურობის პირობები „ურთიერთგაგების“ საზრისის ცნებითი ანალიზის გზით მოიპოვოს, რადგან ის თითოეული მეტყველება-მოქმედებისათვის არ ვარაუდობს მიღმურსა და ასე ვთქვათ, ტრანსცენდენტალურად მაიძულებელ მნიშვნელობის ბაზისს; ჰაბერმასს უნდა განავითაროს თეზისი, რომ თითოეული ის, ვინც კომუნიკაციურად მოქმედებს უნდა მიეცეს მნიშვნელობის უნივერსალური პრეტენზიების შესრულებას. რამდენადაც იგი საერთოდ კომუნიკაციასა და *per se*<sup>171</sup> იგულისხმება, ურთიერთგაგების პროცესში მონაწილეობს, არ შეუძლია არ წამოაყენოს შემდეგი პრეტენზიები: 1. თავისი თავის გასაგებად გამოხატვისა 2. რაღაცის გაგებინებისა 3. თავისი თავის გასაგებად ქცევისა 4. ურთიერთგაგებისა.

სრული თანხმობა, რომელიც ოთხივე დასახელებულ კომპონენტს შეიცავს, ენობრივი კომუნიკაციის ნორმალური მდგომარეობა რომ ყოფილიყო, მაშინ არ იქნებოდა აუცილებელი ურთიერთგაგების პროცესი თანხმობის ჩამოგდების დინამიური ასპექტით გაგვეანალიზებინა, ამბობს ჰაბერმასი.<sup>172</sup> ტიპიურია გარდამავალი ზონები მიუხვდომლობასა და გაუგებრობას, წინასწარგანზრახულსა და უნებლიე არაგულწრფელობას, ფარულსა და ღია უთანხმოებას, ხოლო მეორეს მხრივ – წინასწარ ურთიერთგაგებულად ყოფნისა და ურთიერთგაგების მდგომარეობებს შორის; საჭიროა ამ ზონებში აქტიურად იქნას მიღწეული შეთანხმება. ამრიგად, ურთიერთგაგება არის პროცესი, რომელიც ცდილობს ურთიერთალიარებაში ჩადებული მნიშვნელობების პრეტენზიაცათა საზირო საფუძველზე გადალახოს მიუხვდომლობა და გაუგებრობა, არაგულ-

---

<sup>170</sup> ქართულ სივრცეში ლუდვიგ ვიტგენშტაინის „ფილოსოფიური გამოკვლევები“ გამოიცა გიგა ზედანიას თარგმანითა და გურამ თევზაძის რედაქტირებით (2003. გამომცემლობა „ლოგოს პრესი“).

<sup>171</sup> *Per se*, ლათინურად ნიშნავს „წმინდა სახით“, გერმანულად კი „თავისთავად, დამოუკიდებლად“.

<sup>172</sup> მოქმედების კომუნიკაციური თეორიის წინასწარი მონახაზები და დამატებები, 2003, ქუთაისი, საგამომცემლო ცენტრი.

ნრფელობა საკუთარი თავისა და სხვის წინაშე; და ბოლოს – უთანხმოებანი.

იურგენ ჰაბერმასის მიხედვით სემანტიკური შინაარსის კომუნიცირება ხდება სიმბოლოთა და მოქმედებათა საშუალებით. სემანტიკური შინაარსი გამოხატავს სიმბოლოს, რომელშიც ერთმანეთს ერწყმიან კომუნიკაციის იმპერატიული მოდუსის (გამონვევები, მოთხოვნები) პროპოზიციური შინაარსის მქონე მნიშვნელობები (სამყაროს საგანთა გათვალისწინებით) და მოლაპარაკის განსაზღვრული ინტენციები (ყურადღების მიქცევა, არად ჩაგდება, ხალისი, უხალისობა და ა.შ.).

აქტორისა და მოქმედების ინიციატივის ცნებები განისაზღვრება დამატებითი მიმართებით ქცევის იმ მოლოდინისა, რომელსაც კომუნიკაციის მესაჭე გამოხატავს კომუნიკაციური სიმბოლოთი და იმ მოქმედებას შორის ქცევის მოლოდინით, რომლითაც ეგო ასრულებს ანდა აწბილებს ამ მოლოდინს; ენითი კომუნიკაციის მონაწილენი ყოველთვის ორმხრივი პერსპექტივებიდან მოქმედებენ ორკეცი კონტინგენციის პირობებში: ორივეს აქვს პრინციპული შესაძლებლობა მოპირისპირის მოლოდინის განბილებისა.

კომუნიკაციის იმპერატივისტული მოდუსი, რომელიც უშვებს ენის ალტერნატიულ გამოყენებას, აწარმოებს კომუნიკაციასა და ქცევის მართვას შორის უშუალო კავშირს: მეტყველებითი მოქმედების შესრულებით ერთი მოტივი ზემოქმედებს მეორეზე. რადგან ენობრივად წარმოებული ინტერპერსონალური მიმართებანი პრინციპულად წინასწარ გულისხმობენ უარყოფის შესაძლებლობას, ამიტომ თავისუფლების ახალი ხარისხი მოითხოვს მოქმედების მოტივთა მაკომპენსირებელ შეკავშირებას, ასკვნის ჰაბერმასი.

რამდენადაც ინტერაქციები ძალაუფლებრივ მიმართებებში გადაიტანება, შესაძლებელი ხდება ქცევის მოლოდინთა სანქციონირება სიმბოლურად გენერალიზებული კმაყოფილება/უკმაყოფილების საფუძველზე ე.ი. მათი განხორციელება დაჯილდოებათა და დასჯის მუქარის გათვალისწინებით; ამ მექანიზმის წყალობით ხდება იმპულსებისა და აფექტების გადამუშავება მოქმედების მოტივებად. იმით რომ შინაგანი ბუნების წინარე ენობრივი სანქციის პროტენციული კომუნიკაციური ქმედების გზით ინტერსუბიექტუ-

რად განანილებულ უნივერსუმებში ჩაექსოვება, წარმოიშობა კულტურულად ინტერპრეტირებული მოთხოვნილებები<sup>173</sup>.

ჰაბერმასის მიხედვით, კომუნიკაციის შემდეგ საფეხურზე გადასვლას (პირველ ეტაპზე იკვეთება აქტორები და მოქმედების ინიციატივა, რომელიც განსაზღვრულია გარკვეული მოტივებით) შეიძლება თვალი მივადევნოთ იმის გათვალისწინებით, თუ როგორ ხდება ენის გათვითმყოფადება რეალობის განსაკუთრებულ სფეროდ. ბავშვში კომუნიკაციური უნარ-ჩვევები მხოლოდ მაშინ ვითარდება, რაც იგი დაეუფლება ენას. და პირველი, ვისაც ბავშვი მისი ჯერაც მოუქნელი ენით მოუხმობს, ესაა დედა. კომუნიკაციის პირველადი ატები სწორედ დედა-შვილის კონტექსტში მიმდინარეობს.

ენითი გამოხატულება გამიჯნულია სხვა, სემანტიკურად შინაარსიანი, მაგრამ არავერბალური გამოხატვებისაგან (ჟესტები); მოქმედების იმ კონტექსტიდან, რომელშიც იგი არის ჩადებული; საზოგადოების ნორმატიული რეალობიდან (მოქმედების ნორმები და ღირებულებები. ვთქვათ, როგორ ხამს, რომ მოიქცე და როგორ არ ეგების); მოლაპარაკების სუბიექტურობიდან; კომუნიკაციის მონაწილეთა ერთობიდან. ყველა ეს მიმართება ილექება ენის შინაგან ორგანიზაციაში; ისინი განსაზღვრავენ ენითი კომუნიკაციის მნიშვნელობის ბაზისს.

გრამატიკული მეტყველებითი მოქმედება ჰაბერმასის თქმით, ერთის მხრივ, გამიჯნულია ვერბალური მოქმედებებისა და ჟესტებისაგან ე.ი. ტანსმოჭიდებული ექსპრესიული გამოხატვებიდან, მეორე მხრივ კი – სიმბოლური თუმც კი პროპორციულად არადიფერენცირებული გამოსახვის ისეთი ფორმებიდან როგორებიცაა მუსიკა, ცეკვა, მხატვრობა და ა.შ.<sup>174</sup>

---

<sup>173</sup> კულტურულად ინტერპრეტირებული მოთხოვნილებები თუ მუდმივად უკმაყოფილების საფუძველს ქმნიან კომუნიკაციის მეორე მონაწილისთვის, შესაძლოა ამ ნიადაგზე მძაფრი კონფლიქტი აღმოცენდეს.

<sup>174</sup> სიმბოლური, პროპორციულად არადიფერენცირებადი გამოსახვის ისეთი ფორმა როგორიცაა ცეკვა, ქართველთათვის მსოფლიო ხალხთა წინაშე თვითპრეზენტაციის საუკეთესო საშუალებაა. ამიტომაც სარგებლობენ ჩვენთან ასეთი პატივით „სუხიშვილები“, გნებავთ „ერისონი“. მათ ხომ ჩვენ მსოფლიო ხალხებთან ურთიერთობისას თავისებურ სავიზიტო ბარათად ვიყენებთ.

მეტყველების აქტები და არავერბალური გამოხატვები ერთმანეთისათვის აყალიბებენ ფუნქციურ ეკვივალენტებს. ტაქსისათვის არავერბალური ხელის დაქნევა შეიძლება შეიცვალოს ვერბალური შედახილით „ტაქსი“, „გააჩერე“. ჩალაგებაში უსიტყვო მოხმარება, შესაფერის კონტექსტში იმასვე ნიშნავს, რასაც გამამხნეველი „გეხმარები“...

ენითი და არაენითი საშუალება, რომლითაც შესაძლებელია კომუნიკაციური აქტების განხორციელება, ჰაბერმასის თანახმად, ორგანიზაციის ერთსა და იმავე საფეხურზე დგანან; მეტყველებამოქმედებებსა და შესტებზე იგივეს არ ამბობს. კერძოდ, ტანს მოტმასნილი ექსპრესიები არ არიან მათ მიერ გამოხატულ ფსიქიურ პროცესთან იმავე მიმართებაში, როგორშიც წინადადების ნიშანი – სემანტიკურ შინაარსთან; ხშირად ისინი, ისევე როგორც იკონური გამოსახულება, მაჩვენებლებს (ინდექსებს) წარმოადგენენ იმისას, რასაც აღნიშნავენ. ჰაბერმასი ახსენებს ბიულერს<sup>175</sup>, რომელიც ცდილობს მნიშვნელობის შესტისმიერსა და ენობრივ ფუნქციათა განსხვავებას იმით წვდეს, რომ შემოაქვს გამოხატვის ფუნქცია გამოსახვის ფუნქციის საპირისპიროდ; იმავეს შეიძლება შევეცადოთ კომპიუტერული ტექნოლოგიიდან მომდინარე განსხვავებით ანალოგიურსა და დიგიტალურ გადმოტანას შორის; პროტო-ენასა და ნორმალენის ფსიქოპათოლოგიურ მოვლენებზე ორინეტირებული დაპირისპირებით. ამ კონცეპტუალიზმებში ძირითადი ის თვალთახედვაა, რომ პროპოზიციები შეიცავენ ზოგად პრედიკატულ განსაზღვრებებს, რომლებიც იდენტიფიკაციის აქტთა წყალობით დაკავშირებული უნდა იქნენ ინდივიდუალურ საგნებთან, მაშინ როცა შესტის მნიშვნელობა თავის თავს თვითონ აცხადებს თავისი კონკრეტული ხატოვანი ბუნების წყალობით და იმთავითვე ისე არის აკრული გამოხატვის სიტუაციას, რომ თვალსაჩინო რეფერენტს აღარ საჭიროებს.

ტანს მოტმასნილი ექსპრესიული გამოხატვა დაცლილია იმ რეფერენტრობლემებისა და გადაწყვეტილებებისაგან, რომლებიც დაკავშირებულნი არიან საყოველთაო გამოთქმების სიტუაციის

---

<sup>175</sup> კარლ ბიულერი (*Karl Ludwig Bühler*), 1879-1963, გერმანელი ფსიქოლოგი და ლინგვისტი. მისი ძირითადი ნაშრომი „ენის თეორია, ენის რეპრეზენტატიული ფუნქცია“ (*Jena*, 1934).

სპეციფიკურ გამოყენებასა და კონკრეტიზირებასთან, რადგან მას არა აქვს პროპოზიციურად დანაწევრებული სტრუქტურა.

ჰაბერმასი კომუნიკაციური ქმედების საყოველთაო წანამდღვრად რაცხავს მონაწილეთა ერთმანეთის მიმართ ურთიერთშერაცხადობას<sup>176</sup>. ე.ი. უშვებენ, რომ გადალახული აქვთ ბავშვური ეგოცენტრიზმი და ძალუძთ ერთმანეთისაგან განასხვავონ ენის ინერსუბიექტურობა, გარეგანი ბუნების ობიექტურობა, შინაგანი ბუნების სუბიექტურობა და საზოგადოების ნორმატიულობა და რომ ისინი ერთმანეთის მიმართ გაგების მზაობაში იმყოფებიან. ე.ი. უშვებენ ორმხრივ დიპოზიციას, რომ იმოქმედონ კონსესუსის საფუძველზე. მეტყველების ოთხი შინაგანად დამახასიათებელი პრეტენზიის (გამოხატვის გასაგებობა, მკიცხებული ანდა მოხსენიებული პროპოზიციური შინაარსის ჭეშმარიტება, გამოთქმის სისწორე აღიარებული ნორმატიული ფონის დამონმებით და მოლაპარაკის გულწრფელობა გამოხატული ინტერესების გათვალისწინებით<sup>177</sup>) საშუალებით კონსესუს მიიღწიონ, ე.ი. ურთიერთობა ეძიონ. ურთიერთგაგების ურთიერთნაგულისხმები მზაობის კომუნიკაციის საყოველთაო წანამდღვარი, ბუნებრივია, ძალაშია არა სტრატეგიული ქმედებისათვის, არამედ – მხოლოდ კომუნიკაციური მოქმედებისათვის. ამრიგად, გვყავს მოლაპარაკე, რომელიც მზად არის ურთიერთგაგებისათვის.

კომუნიკაცია ჩიხში შეყავს ჯანმრთელობის მდგომარეობასთან დაკავშირებულ პრობლემებს (ფსიქიკური აშლილობა და ნევროზები). თუმცა შეიძლება სრულიად ადეკვატური ადამიანები დაბალი

---

<sup>176</sup> ერთმანეთის მიმართ ურთიერთშერაცხადობის პრობლემა აღმოცენდება შეყვარებულ წყვილში, განსაკუთრებით თუ ისინი სიყვარულის სუბიექტად და ობიექტად იმიჯნებიან. ამიტომაც პოეტურ სახეებშიც სიყვარული და სიშლეგე ხშირად განუყოფელია. „ბრძენი, ვინ ბრძენი, რა ბრძენი, ხელი ვითა იქმს ბრძნობასა?“ – ასე აღწერს შოთა რუსთაველი „ვეფხისტყაოსანში“ ტარიელის ავთანდილისადმი ურთიერთშერაცხადობის ფაქტს.

<sup>177</sup> მოლაპარაკის გულწრფელობა გამოხატული ინტერესების გათვალისწინებით უმნიშვნელოვანესია. განზრახ შეცდომაში შეყვანასა და მორცხვობას, ან თვითგამოხატვის ე.წ. ბლაგვ უნარჩვევებს შორის უნდა შევნიშნოთ სხვაობა. ქართულში არსებობს შესატყვისი ფრაზა „ვერ ამოთქვა“, ანუ ვერ და არ უნდა გაიმიჯნოს, როდესაც ლაპარაკია მოლაპარაკის გულწრფელობაზე.

სოციალური კაპიტალის<sup>178</sup> ქონის გამო ვერ ახერხებენ ურთიერთგაგებას. სწორედ ამიტომ არსებობს მასტერკლასები სტრესის მართვისა და კომუნიკაციის დარგში.<sup>179</sup> ინდივიდში ტაქტიკისა და სიმშვიდის დონე და ეფექტური კომუნიკაცია პირდაპირპროპორციულია. განსაკუთრებით ღირებულია ეს უნარი ჯგუფთან კომუნიკაციის დროს (მაგალითად, მასწავლებელი – კლასი, ლექტორი – აუდიტორია).

კომუნიკაციის დროს, გაუსვამს ხაზს ჰაბერმასი, ფსიქიურად ჯანმრთელი მოლაპარაკე ისე შეარჩევს ენითს გამოთქმას, რომ მსმენელი მას სწორედ ისე იგებს, როგორც ეს მოლაპარაკეს სურდა, რომ მსმენელს გაეგო; მოლაპარაკე ისე ჩამოაყალიბებს გამოთქმის შინაარსს, რომ იგი გამოცდილებას ანდა ფაქტს გადმოსცემს; ისე გამოხატავს თავის ინტენციას, რომ ენობრივი გამოთქმით გულისნადებს გადმოსცემს; ისე წარმართავს მეტყველებამოქმედებას, რომ იგი ასრულებს აღიარებულ ნორმას გინდაც მიღებულ თვითხატებას ემთხვეოდეს.

როცა რომელიმე კომუნიკაციის გასაგებობა ირღვევა, კომუნიკაციის მოშლა შეიძლება თემად იქცეს ჰერმანევიკული დისკურსის სიბრტყეზე; კერძოდ – ენის შესაბამის სისტემასთან კავშირში ენის კოგნიტური გამოყენებისას ჩვენ მეტყველების აქტისთვის შინაგანად დამახასიათებელ დასაბუთების ვალდებულებას ვეძლევიტ. მდგენელი მეტყველების აქტები შეიცავენ შეთავაზებას, საჭიროების შემთხვევაში გასაჩივრებული იქნას გამოცდილების ის წყარო, საიდანაც მოლაპარაკე ქაჩავს იმის უტყუარობას, რომ მისი გამონათქვამები ჭეშმარიტია. თუ ეს უშუალო დასაბუთება ვერ აუქმებს *ad hoc*<sup>180</sup> წამოჭრილ ეჭვს, მაშინ პრობლემატიზებული ჭეშმარიტების პრეტენზია შეიძლება თეორიული დისკურსი საგნად იქცეს. მაგრამ რეგულაციური მეტყველების აქტები მოლაპარაკის მხოლოდ და მხოლოდ იმ შეთავაზებებს შეიცავენ, რომ საჭიროე-

<sup>178</sup> სოციალური კაპიტალი – ცნება სოციოლოგიაში, ეკონომიკასა და პოლიტოლოგიაში. უზრუნველყოფს სოციალურ კავშირებსა და სოციალურ ქსელებს. განიხილება, როგორც რესურსი, აუცილებელი ეკონომიკური, პოლიტიკური, სოციალური და სხვა მიზნების მისაღწევად.

<sup>179</sup> საქართველოში მსგავს მომსახურებას გვთავაზობს ფსიქოლოგიის დოქტორი, პროფესორი ნოდარ სარჯველაძე.

<sup>180</sup> *Ad hoc*, ლათინური გამოთქმა, ნიშნავს – „სპეციალურად ამისთვის“.

ბის შემთხვევაში დაემყაროს ნორმატიულ კონტექსტს, რომელიც მოლაპარაკეს ანიჭებს დაჯერებულობას იმაში, რომ მისი გამოთქმა სწორია. მეორე მხრივ, თუ ეს უშუალო გამართლება ვერ უკუაგდება ad hoc გაჩენილ ეჭვს, მაშინ ხდება დისკურსის – კერძოდ პრაქტიკული დისკურსის სიბრტყეზე გადასვლა.

ჰაბერმასი სვამს შეკითხვას, რას ნიშნავს კომუნიკაციის საყოველთაო წანამძღვრების წინაშე შეცოდება? და თავადვე გასცემს პასუხს<sup>181</sup>: გამოთქმა უნდა იყოს სრულყოფილი, რომ შეიძლებოდეს მისი გაგება, წინააღმდეგ შემთხვევაში იგი არ გამოდგება ურთიერთგაგების მიზნისთვის. შეუძლებელია ვინმეს კომუნიკაციის დამყარებაც უნდოდეს და ამავე დროს გაუგებრად ანდა დამახინჯებულად ლაპარაკი სურდეს; ამაშია იძულების მომენტი, რომელიც მოგვაგონებს ტრანსცენდენტალურ აუცილებლობას. მაგრამ გასაგებობა ისეთი პრეტენზიაა, რომლის დაკმაყოფილება ნაბიჯ-ნაბიჯ შეიძლება; გამოთქმა შეიძლება ცოტად ან ბევრად გასაგები იყოს, მაგრამ აუცილებელია იგი საერთოდ, ე.ი. საკმარისად გასაგები იყოს, თუკი ხამს, მან თავისი კომუნიკაციური მიზანი შეასრულოს. არსებობს შესაძლებლობა, რომ შესაბამისი ფუნქციური კონტექსტის გათვალისწინებით სხვადასხვანაირად იქნას ნორმირებული გამოთქმათა გასაგებობა. ამის მაგალითია დაზუსტების მიწერილობანი და ექსპლიკაციის მოთხოვნები მეცნიერების სისტემაში. ჰაბერმასს სურს გასაგებობის პრეტენზიის წინაშე შეცოდებათა მთელი მწკრივი შეადაროს, რათა იდენტიფიკაცია უყოს იმ პირობებს, რა პირობებშიც ხდება კომუნიკაციის სისტემური გამრუდება.

წარმოვიდგინოთ მოლაპარაკე, რომელიც უცხო ენაში მოიკოჭლებს და უნდა ამ ენაზე გასაგებად გამოხატოს აზრი, მაგრამ მარცხს განიცდის. მისი გამონათქვამები გაუგებარნი რჩებიან. მოლაპარაკეს იმის გამოხატვს, რასაც ფიქრობს, სრულყოფილად შეუძლია თავის დედაენაზე. ამ შემთხვევაში ჰაბერმასი ლაპარაკობს არა სისტემურად გამრუდებულ კომუნიკაციაზე, არამედ არაკომპეტენტურობაზე, გულისხმადებს რეალიზაცია უყო უცხო ენის კონვენციებში.

---

<sup>181</sup> ჰაბერმასი იურგენ, მოქმედების კომუნიკაციური თეორიის წინასწარი მონახაზები და დამატებები, 2003, ქუთაისი, საგამომცემლო ცენტრი, გვ. 216.

წარმოვიდგინოთ მეორე შემთხვევა. მეცნიერი არცთუ საკმაოდ გასაგებად ლაპარაკობს, იგი არ იცავს მაგ. ექსპლიკაციის მოთხოვნებს და დარგობრივად დალაგებული დისკურსის ტერმინოლოგიას. მისი კოლეგები არაგასაგებობაზე წუწუნებენ. ეს იმას არ ნიშნავს, რომ მისი ფაქტიური გამოთქმები გაუგებარნი არიან, არამედ – მართოდენ იმას, რომ ისინი სცოდავენ გასაგებობის დონის ნორმების წინაშე, რასაც უნდა მოველოდეთ დარგობრივი საჯაროობის კონტექსტში. ამ შემთხვევაშიც კი კომუნიკაცია გამრუდებული არ არის.

შემდეგი მაგალითი ასეთია. უსიამო სიტუაციაში ერთი თანამონაწილეთაგანი ისე ცდილობს აზრის გამოთქმას, რომ შესაძლებელი იყოს შემსუბუქებული გაუგებრობის შენარჩუნება, სულერთია, იგი განზრახ გაჩნდა თუ შემთხვევით. ანდა მოლაპარაკე ცდილობს კომუნიკაციურად მოქმედ სიტუაციაში, რომელშიც შესაძლო რეაქციები ამგვარადვე უსიამონი შეიძლება იყვნენ, აზრი გაუგებრად გამოთქვას – იგი ირჩევს კომუნიკაციის შეწყვეტის ანდა გაბუნდოვნების ლმობიერ ფრომას, რათა გადაილახოს ის კოფლიქტი, რომლის შედარება აწი აღარ არის შესაძლებელი. ორივე შემთხვევაში საქმე არ ეხება სისტემურად გამრუდებულ კომუნიკაციას, პირიქით კონსესუელური ქმედების ნაცვლად გამოდის სტრატეგიული ქცევა. მიზანმიმართული მრუდედ გაგება და მიზანმიმართული გაუგებრობა სტრატეგიის ნაწილია, რომელშიც მოლაპარაკე უსიტყვოდ შეაჩერებს ხოლმე კომუნიკაციის წანამძღვრებს (გულწრფელობას, სისწორეს).

კიდევ ერთ შემთხვევას განიხილავს ჰაბერმასი. მოლაპარაკე გაუგებრად, ანდა ბუნდოვნად გამოთქვამს (დედაენაზე) თავის აზრს, მარგამ ვერც კი ამჩნევს ამას ანდა ეს ჩაფიქრებული არ აქვს. გამოთქმის ფორმის ანომალია შესაძლოა განხორციელდეს ენის ულოგიკო ანდა სულაც პარადოქსული გამოყენების გზით. ბაზელ ბერნშტაინი<sup>182</sup> განიხილავდა მეტყველების შეზღუდულ კოდს, გავრცელებულს მუშათა და ქვე-კლასში<sup>183</sup>. რიგი ადამიანები შორისდებულებითა და ნაცვალსახელებით, ბორძიკით ძლივსლა ახერხე-

---

<sup>182</sup> ცნობილია ე.წ. კრიტიკული პედაგოგიკის წარმომადგენლად.

<sup>183</sup> თეორიული სკოლის შესახებ ბერნშტაინი: ენობრივი კოდები, სოციოლოგია, გიდენსი ენტონი, 2011, თბილისი, ფონდი ღია საზოგადოება – საქართველო. გვ. 479.



ბენ აზრის გამოთქმას და როგორც წესი, მას მსმენელი (განსაკუთრებით თუ იგი სხვა სოციო-კულტურულ ჯგუფს განეკუთვნება) ვერ იგებს. ერთმანეთს უპირისპირდებიან ვერბალური და გარეენობრივი შეტყობინებანი; მაგრამ გამოთქმის უცნაური ფორმა შეიძლება წარმოიშვას სემანტიკური იდიოსინკრატიული გამოყენების ანდა ენის სინტაქსის წინაშე შეცოდების გზით. ჰაბერმასს უნდა სისტემურად გამრუდებულ კომუნიკაციაზე ილაპარაკოს, როცა გასაგებობის კომუნიკაციის წანამძღვარსა, და მამასადამე, მეტყველების შინაგან ორგანიზაციას აზიანებს კერძო ენობრივი ჩარევა, თუმცა მოლაპარაკე წინასწარგანზრახულად არ ტოვებს კონსესუალური ქმედების საფუძველს.

ასევეა ორი მომდევნო მნიშვნელოვნების პრეტენზიის – გულწრფელობისა და სისწორის – საქმეც. ინტენცია უნდა გამოითქვას გულწრფელად, თორემ მეტყველების ინტენცია არ ივარგებს ურთიერთგაგების მიზნისთვის. მეორე მხრივ, ტრანცენდენტალური იძულება შეიმჩნევა იმ მდგომარეობაში, რომ შეუძლებელია ორივე მათგანი ვინმეს ერთდროულად სურდეს: გაუგონ და თავისი გულისნადები კი არაგულწრფელად გამოითქვას. ერთადერთი შესაძლოა ზედმეტად მოკრძალებული, კომპლექსიანი ან შეყვარებული ადამიანი ვერ ახერხებდეს ამ ამოცანისთვის თავის გართმევას (იყოს გულწრფელი და ადვილად ამოსაცნობი). კოგნიციურ ენის გამოყენებაში იმპლიციურებული მეტყველების ინტენცია არ ხდება თემატური. ასევე, ინტერაქციულ ენის გამოყენებაში ჩადებული მოლაპარაკის ინტენციური განცდები (რომ ის ბრძანებას იძლევა გაუბედავად, მუქარით, გულგრილად, უსიამოდ და ა.შ.) მხოლოდ სხვათა შორის გამოიხატება. მხოლოდ და მხოლოდ ენის ექსპრესიულ გამოყენებაში ინტენციური განცდები კარგავენ თავიანთს მხოლოდლა თანმხლებლობის ხასიათს. მართალია, არსებობს ალტერნატივა, რომ მოლაპარაკემ თავისი ინტენცია გულწრფელად ანდა არაგულწრფელად გამოთქვას; მაგრამ გულწრფელობაზე პრეტენზიის თანდათანობითი შესრულება მაინც შესაძლებელი ხდება; კონტექსტზე ჰკიდია ის, თუ რამდენ რას მალავს მოლაპარაკე ექსპლიციტურად წრფელ გამონათქვამთა მიღმა. ეს გარემოება, სხვადასხვა ფუნქციურ კონტესტებში, არის საბაზი გულწრფელ გამოხატვათა მოცულობის ნორმირებისა. ამის მაგალითებია სისხლის სამართლის პროცესებზე ანდა ქორწინების ცერემონ-

ნიალზე დაფიცებითი გამონათქვამები, რომლებიც „სრულ ჭეშმარიტებაზე“ ცალმხრივი თუ ორმხრივი პრეტენზიის ინსტიტუციონალიზირებას ეწევიან ე.ი. გამორიცხავენ სტრატეგიულ დათქმებს.

ჰაბერმასს არ განუხილავს ჭეშმარიტების პრეტენზიის გაუკუღმართებანი. ამ პრეტენზიის შესრულების სოციალური ნორმირება შეიძლება მხოლოდ და მხოლოდ მეტყველების აქტისთვის იმანენტურ დასაბუთების ვალდებულებაზე გავრცელდეს. ლაყობისას ნამოყენებულ მტკიცებაზე, ბუნებრივია არ შეგვიძლია იგივე ვალდებულება ვიკისროთ, რასაც სამეცნიერო დისკუსიაზე მეცნიერული მოხსენებისთვის ვლბულობთ. საინტერესოა, რომ არსებობს ჭეშმარიტების ისეთი დამახინჯება, რომელიც სიმპტომატური იქნებოდა სისტემურად გაუკუღმართებული კომუნიკაციისათვის.

ჰაბერმასი ერთიმეორის მიყოლებით აანალიზებს სამ შემთხვევას. ადამიანი შეიძლება ცდებოდეს და მას შეცდომის უფლებაც აქვს. უნებლიედ ყალბი გამოთქმა არ შედის ყალბად შესარაცხი ქმედებების სფეროში. ის სიბეჯითე, რომლითაც მოლაპარაკე ასრულებს მდგენი მეტყველების აქტით ნაკისრ ვალდებულებას, შეიძლება ტყუილად ჩაითვალოს, მაგრამ იგი არ შეიძლება შეცდომად იქნას მიჩნეული. გამოაშკარავებული შეცდომა სწავლის პირობაც კია. შეცდომები არ ეხებიან მეტყველების შინაგან ორგანიზაციას.

ოდნავ სხვაგვარად არის „ნაუცბათევი მეტყველების“ საქმე. თუ ამაში იგულისხმებიან ისეთი გამონათქვამები, რომლებითაც მოლაპარაკე მდგენელი მეტყველების აქტის მინიმალურ ვალდებულებას უშფოთველად ანდა შეგნებულად უგულვებელყოფს, მაშინ სულაც საქმე არ ეხება მტკიცებებს, ყოველ შემთხვევაში ისინი არ არიან სწორად შექმნილი და მისაღები მეტყველების აქტები. გარკვეულ კონტექტებში შესაძლოა საქმე ეხებოდეს მტკიცებებს, რომლებსაც მოლაპარაკე ზერელედ ეკიდება და რომელთა დასაბუთების ტვირთი „მეტისმეტად ემჩატება“ და ა.შ. აქ მოლაპარაკე სცოდავს არა კომუნიკაციის წანამძღვრების, არამედ სოციალური ნორმების წინაშე;

ტყუილებიც არ არიან ზიანის მომტანნი მეტყველების შინაგანი ორგანიზაციისათვის, როცა ისინი სტრატეგიული ქმედების დეკლარირებულ და ნებადართულ შემადგენელ ნაწილად გვევლინებიან. ისინი მხოლოდ იმ შემთხვევაში აუკუღმართებენ კომუნიკაცი-

ას, როცა კონფლიქტების მიჩუმაობას ემსახურებიან. მაგრამ ამ დროს შერყენილია არა ჭეშმარიტების ნანამძღვარი, არამედ – გულწრფელობის კომუნიკაციისმიერი ნანამძღვარი: მოლაპარაკე გულწრფელად არ გამოხატავს თავის გულისნადებს; მან იცის რომ მისი გამონათქვამები ყალბია სა ამას სხვას უმაღლავს.

ჰაბერმასის მიერ გაანალიზებული სამი შემთხვევიდან ირკვევა, რომ სისტემურად გაუკუღმართებული კომუნიკაცია მხოლოდ და მხოლოდ მაშინა ჩვენს წინაშე, როცა დარღვეულია მეტყველების შინაგანი ორგანიზაცია. ეს კი მაშინ ხდება, როცა ენობრივი კომუნიკაციის მნიშვნელობის ბაზისი შეუმჩნეველად – ე.ი. ისე, რომ ამას შედეგად მოსდევს კომუნიკაციის შეწყვეტა ანდა დეკლარირებულსა და ნებადართულ სტრატეგიულ ქმედებაზე გადაუსვლელად – იზღუდება. მეტყველების მნიშვნელობის ბაზისი შეუმჩნეველად იზღუდება, როცა ხდება, სულ ცოტა, სამი ინივერსალური მნიშვნელობის პრეტენზიის – გასაგებობის (გამოთქმის), გულწრფელობისა (მეტყველებით გამოხატული ინტენციის) და სისწორის (გამოთქმისა ნორმატიულ ფონთან მიმართებაში) – გაუკუღმართება და მიუხედავად ამისა კომუნიკაციის განგრძობა ქმედების ურთიერთგაგებაზე ორიენტირებულ (არასტრატეგიულ) სავარაუდო საფუძველზე. ეს შესაძლებელია მხოლოდ და მხოლოდ, კომუნიკაციის გახლეჩით – მისი გაორებით, საჯაროთა და კერძოდ მიმდინარე პროცესად; თუ როგორ ხდება ეს, უნდა თვალი გავადევნოთ თავდაცვის მექანიზმების შემდგომ შესწავლას. რადგან სისტემურად გაუკუღმართებული კომუნიკაცია მაინც ახერხებს ურთიერთგაგებაზე ორიენტირებული ქმედების გამართვას, შესაძლებელია ამგვარი დარღვევის კოლტურული ნორმალიზება.

ჰაბერმასი ამბობს, რომ სისტემურად გამრუდებული კომუნიკაციები არიან კონფლიქტის პოტენციალთა გამოხატულებანი, რომელთა სრული ჩახშობა ვერ ხერხდება, მაგრამ მათი არც გააშკარავება ხამს. ერთის მხრივ, კონფლიქტების სიმძიმით, ასე ვთქვათ, დეფორმაციას განიცდის კომუნიკაციის სტრუქტურა, რაკი დამახინჯებულია მეტყველების მნიშვნელობის ბაზისი; მეორეს მხრივ, ეს დეფორმირებული სტრუქტურა, ამავე დროს, მოქმედების კონტექსტის სტაბილიზაციის ფორმაა, რომელიც მართალია დამუხტული კონფლიქტის პოტენციალით, მაგრამ იგივე პოტენციალი კრავს, და გარკვეულწილად, აცხრობს კიდევ მას. ამრიგად,

საქმე ეხება კონფლიქტებს, რომელთა არ ღია გადაწყვეტა ხერხდება და არც კონსესუელური გადაჭრა, არამედ კომუნიკაციური გაუკუღმართების ეფექტით უფრო და უფრო მწვავდება.

ამ აღწერაში იდენტობის ის კოფლიქტები მოჰყვებიან, რომლებიც მაშინ წარმოჩინდებიან, როცა ჯგუფი ანდა „მე“ საფრთხეებისგან არაცნობიერად იცავს თავის იდენტობას. იდენტობის უზრუნველყოფა შესაძლებელია მხოლოდ და მხოლოდ ინტერპერსონული ურთიერთობით, იგი მთლიანად შეესატყვისება იმ „აღიარებას“, რომელიც მას ერგება. მაგ. ინტერკულტურულ ანდა საერთაშორისო სამართლებრივ სიბრტყეზე ანდა მეგობრებს, ოჯახის წევრებსა და ა.შ. – შორის არსებული ინტერპერსონული ურთიერთობების სიბრტყეზე. როცა იდენტობას აღიარების წართმევის საფრთხე ემოქმერება, იგი თავს ხშირად პარადოქსულად იცავს. ერთის მხრივ, ყოველი თავდაცვა არის სტრატეგიული ქცევა; მისი ოპტიმალზაცია შესაძლებელია მხოლოდ მიზანრაციონალური ქმედების მაქსიმთა პირობებში. მეორეს მხრივ, აქ თავდაცვის მიზანი ვერ მიიღწევა სტრატეგიულად ე.ი. იმით, რომ მონინალმდეგის დამარცხებით მოგებული იქნას ბრძოლა ანდა თამაში; ბოლოს და ბოლოს შეუძლებელია აღიარების ძალით მოპოვება. ძალით მოპოვებული აღიარება შინაგან წინააღმდეგობას შეიცავს. ძალით მხოლოდ რიოში ანდა მოჩვენებითი აღიარების მოპოვება შეიძლება<sup>184</sup>; იგი არ გადაიქცევა ნამდვილ აღიარებად ანდა მყიფე გახდება. ე.ი. აღმოჩნდება, რომ აღიარების ძალათ შეძენილი ნიშნები არ შეიძლება სერიოზულად აღნიშნავდენ აღიარებას.

ჰაბერმასი შენიშნავს<sup>185</sup>, რომ სისტემურად გაუკუღმართებული კომუნიკაცია, რომელიც წარმოიშობა მე-იდენტობის უზრუნველყოფის პრობლემიდან, მხოლოდ და მხოლოდ თუ არა, განსაკუთრე-

---

<sup>184</sup> სწორედ ძალით მოპოვებული აღიარების შედეგად აღმოცენდება ხელისუფლების ლეგიტიმურობის პრობლემა დახურულ საზოგადოებებში, სადაც მართულთა თანხმობა არაა უზრუნველყოფილი.

<sup>185</sup> როდესაც მოცემულ ქვთავში ჰაბერმასის პერიფრაზი კეთდება, როგორც არაერთხელ ავლნიშნეთ, საყრდენად გვაქვს მისი საკმაოდ მოცულობითი ნაშრომი კომუნიკაციებზე „მოქმედების კომუნიკაციური თეორიის წინასწარი მონახაზები და დამატებები“ (2003. ქუთაისი, საგამომცემლო ცენტრი). თუმცა ჰაბერმასი ამ საკითხებს ეხება ასევე ნაშრომში “Моральное сознание и коммуникативное действие”, 2001, Санкт-Петербург, “Наука”.

ბით ხშირად ოჯახური ურთიერთობების შიგნით გვხვდება<sup>186</sup>. ოჯახი იდენტობის მენეჯმენტის გამორჩეული ალაგია; ეს ასეა არა მარტო ბავშვებისათვის, რომლებიც ეს-ესაა აგებენ თავიანთ იდენტობას, არამედ – ოჯახის ზრდასრული წევრებისთვისაც<sup>187</sup>. ამასთანავე, ეს გარემო ოჯახის წევრებს თავიდან ბოლომდე ურთიერთგაგებაზე ორიენტირებულ ქმედებას ავალდებულებს; ყოველ შემთხვევაში, დასავლური ტიპის საზოგადოებებში<sup>188</sup> სტრატეგიული ქმედება ოჯახის შიგნით შეუთავსებელია მნიშვნელოვანი კონსენსის ვალდებულებებთან.

ოჯახი დიფუზიური როლების სტრუქტურის ჩარჩოებში არეგულირებს არაფორმალურ კავშირებს, და ერთი-ერთზე ინტიმურ ურთიერთობებს. მე-ს ფსიქოლოგიის უახლეს ლიტერატურაში<sup>189</sup> ამოდიან იმ დაშვებიდან, რომ ამ სახის ინტერპერსონალურ მიმართებებს ყოველთვის ორკეცი ბუნება აქვს: „ობიექტის შესაკუთრება“ ისევე ემსახურება იდენტობის მონახვის ჩამოსხმას და განმტკიცებას, როგორც – ლტოლვისაგან განთავისუფლება. ინტერპერსონალური ურთიერთობები ოჯახში წარმოადგენენ აფექტური და კოგნიტური გაცვლა-გამოცვლის გზებს, რომლებსაც განსაზღვრავს როგორც ლტოლვათა დაკმაყოფილების ფსიქოდინამიკა ისე იდენტობის უზრუნველყოფა. ამ ასპექტთა ერთმანეთისაგან მონყვეტა დასაშვებია მხოლოდ და მხოლოდ ანალიტიკურ სიბრტყეზე. მცირერიცხოვანი ოჯახების როლების დიფუზიური

---

<sup>186</sup> ოჯახში მე-იდენტობის პრობლემა განსაკუთრებით მწვავეა მასკულინურ კულტურებში ქალებისათვის (გირტ ჰოპსტედეს თეორიის თანახმად ქართული კულტურა სწორედ, რომ მასკულინურია). ქალს ოჯახში თავის დამკვიდრების ერთადერთი შანსი ეძლევა დედის პოზიციიდან. საკუთარ თავზე, როგორც ქალზე, მუდმივად უარის თქმა გვაძლევს ისეთ ფენომენს, როგორიცაა შვილზე თავგადაკლული, ე.წ. „გიჟი დედა“. ისინი როგორც წესი სისტემურად გაუკუღმართებულ კომუნკაციებში იჩეხებიან ოჯახის დანარჩენ წევრებთან.

<sup>187</sup> როგორც ამბობდა ცნობილი რუსი მწერალი ლევ ტოლსტოი, „ბედნიერია ის, ვინც თავის საკუთარ სახლშია ბედნიერი“. კომფორტის ზონა თუ სახლში ვერ მოვიწყვეთ, ნაკლებად მოსალოდნელია „გარეთ“ რეალიზება და წარმატებული მე-იდენტიფიკაცია შევძლოთ.

<sup>188</sup> დასავლური სტილის საზოგადოებაში მოვიაზრებთ ქრისტიანულ სივრცეს, მონოგამიურ ქორწინებებს და ევალიტარობაზე პრეტენზიის ქონას.

<sup>189</sup> იგულისხმება როტენბერგის, მასლოუს,ლენგის, მეილის შრომები.

სტრუქტურა წინააღმდეგობაშია მასში დაშვებული ინერპერსონალური ურთიერთობების ორკეც ბუნებასთან. ნევრთა პერსონალურობის სისტემის თვალსაზრისით ოჯახი არ არის ფუნქციურად ძალზე ძლიერ სპეციფიციზებული<sup>190</sup>; იგი საშუალებას იძლევა, დაკმაყოფილებულ იქნას მოთხოვნილებათა ფართო სპექტრი. ოჯახის ნევრებს შორის ურთიერთობათა განსაზღვრებები არ არიან ძალზე ძლიერ სტანდარტიზებული; ინდივიდუალური თვითპრეზენტაციის ასპარეზი შედარებით დიდია, ისე რომ საზოგადოდ, ყოველთვის შეიძლება ურთიერთობის ასპექტების თემატიზირება. როცა ოჯახის ნევრები ერთსადაიმავდროულად ლტოლვათა დასაკმაყოფილებლად და იდენტობის უზურნველსაყოფელად იყენებენ როლების კონფლიქტმგრძობიარე სტრუქტურას, მაშინ რათქმა უნდა, საჭირო ხდება რეგულირების განსაკუთრებული უნარები, რათა სისტემის გამოვლენილი პრობლემები მართებულად ე.ი. ისე გადაიჭრას, რომ დამხმარე საშუალებად არ იქნას გამოყენებული გვერდითი შედეგებით დამუხტული სტრატეგიები.

იმ ამოცანის გათვალისწინებით, რომელიც უნდა შეასრულოს ოჯახის სისტემამ ცალკეული ნევრისათვის, წამოიჭრება ორი სისტემური პრობლემა: მოთხოვნილების ოპტიმალური დაკმაყოფილება და იდენტობის უზურნველყოფა<sup>191</sup>; შემდგომი სისტემური პრობლემა წამოიჭრება დამატებითი თვალსაზრისით, თუ რა შედეგი უნდა მოუტანონ ნევრთა ინტერაქციებმა ოჯახის სისტემას: თა-

---

<sup>190</sup> ამიტომაც ამბობენ ხოლმე სარკასტრულად ერთი ოჯახის ნევრზე “Одного поля ягоды”.

<sup>191</sup> მოთხოვნილების ოპტიმალური დაკმაყოფილება და იდენტობის უზურნველყოფა პრობლემას წარმოადგენს მარტოხელა ადამიანებისთვის. ტრადიციულ საზოგადებაში სახელდებები „ბერბიჭა“, „შინაბერა“ თავისებურ სტიგმას წარმოადგენდა და ასახავდა საზოგადოების დამოკიდებულებას ცხოვრების მარტოხელა წესის მიმართ. დღეს ადამიანი საზოგადოების მხრიდან ასეთი კრიტიკის ქარტეხილში არ ეხვევა, მაგრამ მოთხოვნილების დაკმაყოფილებისთვის მიმართავს ხანმოკლე ან შემთხვევით ურთობებს, რაც დიდი რისკს მოიცავს საკუთარ თავში. რაც შეეხება იდენტობის უზურნველყოფას, ადამიანი უპირველესად სულიერი არსებაა და აქ მას მეტი ალტერნატივები ეშლება. მაგალითად ავიღოთ თუნდაც ეკლესიური ცხოვრება. ქრისტიანული დები და ძმები მრევლში მყოფ მარტოხელა ადამიანებს უმსუბუქებენ მარტოობის განცდას და უ.ყ. თავაზობენ საკმაოდ გამოკვეთილ იდენტობას, ქრისტეს საძმოს ნაწილად ყოფნას.

ვის გარემოსთან ოჯახის გაცვლა-გამოცვლის თვითრეგულირებაში ავტონომიის უზრუნველყოფა.

კომუნიკაციის დარღვევები – ჰაბერმასის თანახმად – განმორებადი, სტრუქტურულურად წარმოშობილი ბუნდოვანებებისა და გაუგებრობების აზრით უფრო ხშირად იჩენენ თავს იმ ოჯახებში, რომლებიც ფართო გაგებით „კლინიკურ პოტენციას“ იმარხავენ. ამ სახის სიმპტომური ოჯახები ხასიათდებიან ასიმეტრიული გადანაწილებით, რომელსაც თან ახლავს ბატონობის მიმართებები და კოალიციური ორგანიზაციები; ასევე გამოირჩევიან ისინი შესაბამისი კონფლიქტური დაძაბულობებით, ურთიერთდაპირისპირებული მოლოდინების ორმხრივი არადმიჩნევითა და ა.შ.<sup>192</sup> ამასთანავე საქმე ეხება უფრო გაფუყულსა და სანახევროდ მიჩქმალულ კონფლიქტებს, რომელთა საჯარო გადაჭრა შეუძლებელია, რადგან არ არსებობენ მეტაკომუნიკაციური ურთიერთგაგების ფსიქოდინამიკური წინამძღვრები და არ ხდება კონფლიქტების დისკურსული გარჩევა<sup>193</sup>.

ამიტომ არის რომ ამგვარ ოჯახებში არცთუ ხშირად ვაწყდებით დისტანციის შემამსუბუქებელსა და დისკურსი შემამზადებელ კომუნიკაციის ისეთ სტილს, როგორცაა ხუმრობა, ირონია<sup>194</sup>, ტრივიალიზირებისა და ნეიტრალიზების ფორმები.

მოცემულ ქვეთავში ჩვენ მოვაქციეთ ორი საკითხი, (1) კომუნიკაციის სინქრონულობის დარღვევის უნებლიე დარღვევის შემ-

---

<sup>192</sup> ძირითადად ამ ნიშნულს ირგებს ე.წ. გაფართოებული და კოჰორტული ოჯახები. აქ ურთიერთობა ბატონობა-მორჩილების ჩარჩოებშია და სადემარკაციო ხაზი ყოფთ ცოლ-ქმარს, რძალ-დედამთილს და უკიდურეს შემთხვევაში ოჯახის უზუცეს წევრებსა და ბავშვებს. აქედან გამომდინარე უკვე შეიძლება საუბარი ოჯახური ძალადობის სავალალო შედეგებზე, იქნება ეს ძალადობა ფიზიკური თუ ფსიქოლოგიური.

<sup>193</sup> ოჯახში კონფლიქტის დისკურსული გარჩევა შეუძლებელია თუკი კონფლიქტის ინიციატორი მამაკაცია და ის მასკულინური კულტურის მატარებელია. თუკი ის კულტურული გარემო, რომელშიც ოჯახია ჩაფხვებული ასევე ზურგს უმაგრებს მამაკაცის მასკულინურ ხატებას, ვითარება უფრო უიმედოა. საკითხთან დაკავშირებული ინტერესის შემთხვევაში გირჩევთ წაიკითხოთ „კულტურები და ორგანიზაციები“ (ავტორები გირტ ჰოპსტედე და გერტ იან ჰოპსტედე). წიგნი გამოცემულია 2011 წელს თბილისში, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის მიერ.

<sup>194</sup> ქართულ ოჯახებში ხშირად ხუმრობის საგანი ხდება სიდედრისა და სიძის ურთიერთობა, განსაკუთრებითი თუ ეს ოჯახის მატრილოკალური ფორმაა.

თხვევები იურგენ ჰაბერმასის მიხედვით და (2) კომუნიკაციის ნებსითი პათოლოგიები დასული კონფლიქტამდე სუმბაძე/მახარაძის მიხედვით. ცხადია კონფლიქტის დაძლევის ხერხებზეც უნდა გვესაუბრა, რომ ქვეთავს დასრულებული სახე ჰქონოდა. ჰაბერმასისა და სუმბაძე/მახარაძის თხრობის სტილი და ე.წ. გრამატიკა საკმაოდ განსხვავებულია, რაც მოცემულ ქვეთავს მეტნაკლებად კვალს ატყობს (შედგებად ის დიხოტომურია), მაგრამ მთავარი ისაა, რომ ჩვენს მიერ დასმული საკითხის (კომუნიკაციის უნებლიე და ნებსითი პათოლოგიების) ერთმანეთისაგან გახლეჩილად განხილვა არ იქნება მიზანშეწონილი.

ნანა სუმბაძისა და თამარ მახარაძის ავტორობით 2010 წელს გამოიცა ძალიან საინტერესო წიგნი, „ინტერპერსონალური კომუნიკაციები“<sup>195</sup>, რომელიც იურგენ ჰაბერმასის მიერ ზემოთ განხილული საკითხის, კომუნიკაციის უნებლიე პათოლოგიების თავისებურ გაგრძელებას წარმოადგენს (თუმცა უფრო პოპულარულ ენაზე). სუმბაძე/მახარაძე განიხილავენ კონფლიქტს (კომუნიკაციის ნებსითი პათოლოგიას) და მისი რეგულირების მეთოდებს, მათ შორის ასტერიული ქცევის მოდელებს.

სუმბაძე/მახარაძის ზემოთმითითებულ ნაშრომში საკითხთა სპექტრი ფართეა და მთლიანად ინტერპერსონალური კომუნიკაციის ყველა რეგიონს მოიცავს, თუმცა ჩვენთვის საინტერესოა უშუალოდ კონფლიქტის განსაზღვრება და მისი რეგულაციის საზოგადოდ აპრობირებული მეთოდები. გამომდინარე აქედან, სწორედ მას ჩავუღმავებთ.

პიროვნებათშორისი კონფლიქტი შეიძლება წარმოიშვას ოჯახის წევრებს, მეგობრებს, შეყვარებულებს, თანამშრომლებს და ა.შ. შორის. პიროვნებათშორისი კონფლიქტი ჩნდება მაშინ, როდესაც: ადამიანები ერთმანეთთან დაკავშირებულნი არიან – ერთის ქცევა მეორეზე ახდენს გავლენას; ორივემ იცის, რომ მათი მიზნები შეუთავსებელია – თუ ერთი აღწევს მიზანს, მეორეს მიზანი კი მიუღწეველი რჩება; ერთმანეთს აღიქვამენ, როგორც წინააღმდეგობას საკუთარი მიზნების მიღწევაში.

---

<sup>195</sup> სუმბაძე ნანა, მახარაძე თამარ, ინტერპერსონალური კომუნიკაცია, 2010, თბილისი, ეროვნული სასწავლო გეგმებისა და შეფასების ცენტრი.



რაც უფრო მეტად არიან ადამიანები ერთმანეთზე დამოკიდებულნი, მით უფრო მეტ საკითხთან დაკავშირებით შეიძლება წარმოიშვას მათ შორის კონფლიქტი და აგრეთვე, მით უფრო დიდია კონფლიქტის გავლენა მათ ურთიერთობებზე<sup>196</sup> (ჰაბერმასი ამიტომაც განიხილავდა ოჯახს მუდმივი დაპირისპირებების წყაროდ და სწორედ ოჯახის მაგალითზე აღწერდა პათოლოგიებს კომუნიკაციურ პროცესებში).

ერთ-ერთი პრობლემა, რომელიც ხელს უშლის კონფლიქტის მოგვარებას, დაკავშირებულია მცდარ შეხედულებებთან, როლებიც კონფლიქტის თაობაზე არსებობს. უმრავლესობას მიაჩნია, რომ უმჯობესია კონფლიქტს თავი ავარიდოთ – დროთა განმავლობაში ნებისმიერი პრობლემა თვითონ მოგვარდება, დროსთან ერთად სირთულეებიც ალაგდება; თუ ორ ადამიანს შორის კონფლიქტია, ეს ნიშნავს, რომ მათ ურთიერთობას საფრთხე ემუქრება – კონფლიქტი ურთიერთობის გაფუჭებას მოასწავებს; კონფლიქტი პიროვნებათშორის ურთიერთობებს აზიანებს; კონფლიქტი დამანგრეველია, რადგან ის ჩვენი პიროვნების უარყოფით მხარეზე მიუთითებს; ნებისმიერ კონფლიქტში უნდა იყოს წაგებული და მოგებული – რადგან მიზნები შეუთავსებელია, ერთმა უნდა მოიგოს და მეორემ წააგოს.

სუმბაძე/მახარაძის აზრით, ნებისმიერი ეს დაშვება მცდარია და ხელს უშლის კონფლიქტის მოგვარებას. კონფლიქტის მოგვარების პროცესში მეტად მნიშვნელოვანია, თუ როგორი დამოკიდებულება აქვთ კონფლიქტში ჩართულ ადამიანებს კონფლიქტის მიმართ. ავტორების თქმით<sup>197</sup> ზოგ შემთხვევაში კონფლიქტმა შეიძლება ადამიანებს შორის არსებული განსხვავებებისა და უთანხმოების გადანყვეტას და ფაქტიურად, მათ შორის ურთიერთობების გაუმჯობესებას შეუწყოს ხელი. სხვა შემთხვევაში კი, კონფლიქტმა შეიძლება ზიანი მიაყენოს – გააჩინოს ეჭვი, სევდა, თვითშეფასების კრიტერიუმის დანევა და მსგავსი. კონფლიქტი არ გულისხმობს, რომ აუცილებლად ერთმა მხარემ უნდა მოიგოს და მეორემ

---

<sup>196</sup> როდესაც ადამიანებს შორის პიროვნულ სივრცეში დისტანციაა მცირე-ბა, იზრდება მათ შორის სენსიტიურობის ხარისხი, ასე ვთქვათ, ურთიერთსენსიტიურობი და ზოგჯერ ურთიერთშეურაცხადნიც კი ხდება.

<sup>197</sup> სუმბაძე ნანა, მახარაძე თამარ.

ნააგოს. კონფლიქტი ყოველთვის არაა „თამაში ნულოვანი ჯამით“ (განსაკუთრებით თუ კონფლიქტი პოლიტიკის სფეროში ხდება და ძალაუფლების პაკეტის ურთიერთშორის გადანაწილებას გულისხმობს. აქ შეგვიძლია ტალკოტ პარსონსი დავიმონწმოთ<sup>198</sup>). ორივე მხარე შეიძლება იყოს გამარჯვებული. უნდა დავამყაროთ არა კონფლიქტისაგან თავისუფალი ურთიერთობები, არამედ ვისწავლოთ კონფლიქტის ეფექტური მოგვარების გზები, რათა კონფლიქტის შემთხვევაში ორივე მხარემ მოგებულად იგრძნოს თავი, გვთავაზობენ სუმბაძე/მახარაძე.

კონფლიქტი როგორც პირადი, ისე სამსახურებრივი ურთიერთობების განუყოფელი ნაწილია. ადამიანები განსხვავებულები არიან – აქვთ განსხვავებული წარსული, საჭიროებები, მიზნები. როდესაც ადამიანები ურთიერთდამოკიდებულნი არიან, ამგვარ განსხვავებებს ხშირად კონფლიქტი მოყვება.

თუ რა შედეგი ექნება კონფლიქტს პიროვნებათშორის ურთიერთობებზე, მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული კონფლიქტის მოგვარების სტრატეგიაზე.

კონფლიქტის უარყოფითი შედეგები ხშირად უკავშირდება მონაწილეთა შორის უარყოფითი ემოციების გამძაფრებას.

ხშირად კონფლიქტი გულისხმობს ბრძოლის უსამართლო მეტოდებს. ის ძირითადად მიმართულია მეორე მხარისთვის ზიანის მიყენებაზე. ასეთ შემთხვევაში, რასაკვირველია, ნეგატიური გრძნობები იზრდება. ასევე, კონფლიქტებმა შეიძლება უარყოფითად იმოქმედოს პიროვნების ენერგეტიკულ რესურსებზე. ნაკლები ენერგია დარჩეს სხვა საქმეების მოსაგვარებლად, განსაკუთრებით, მაშინ თუკი ის კონფლიქტის მოგვარების არაპროდუქტიულ გზებს ირჩევს. კონფლიქტმა შეიძლება უბიძგოს ადამიანს, აღარ იყოს ღია და გულწრფელი მოცემულ პიროვნებასთან ურთიერთობებში – საკუთარი გრძნობების დამალვა და განსახილველი თემების შეზღუდვა მოცემულ პიროვნებათშორის ურთიერთობების სიღრმესა და ინტიმურობას უქმნის საფრთხეს. ხშირად ადამიანები ამ დანაკლისის კომპენსაციას სხვა ურთიერთობებში ეძებენ. ენ-

---

<sup>198</sup> Парсонс Т. “Система современных обществ”, 1998б Москва, Аспект Пресс. (Гл. 1, Социетальное сообщество и политика).

ტონი გიდენსი თავის სახელმძღვანელოში „სოციოლოგია“<sup>199</sup> განიხილავს დაოჯახებული წყვილის დაშორების ნიუანსებს. ის ეყრდნობა დაიენ ვოენს. ფიზიკურ გაშორებას წინ უძღვის სოციალური გაშორება – ერთ-ერთი პარტნიორი ახალი ცხოვრების გზას ირჩევს, ახალ ინტერესებს და მეგობრებს გაიჩენს. ამ სიტუაციაში კი მეორე პარტნიორი არ ფიგურირებს, რასაც ინფორმაციის გასაიდუმლოება მოჰყვება, განსაკუთრებით მაშინ, როცა საქმე სასიყვარულო სამკუთხედს ეხება. ეს იგულისხმებოდა სწორედ ზემოთ „სხვა ურთიერთობებით დანაკლისის კომპენსირებაში“.

სუმბაძე/მახარაძე კონფლიქტის გარკვეულ დადებით მხარეებზეც საუბრობენ. იგი ადამიანს პრობლემურ სიტუაციაზე დააფიქრებს და აიძულებს მისი გადაწყვეტის გზები მოიძიონ. თუ კონფლიქტის გადაწყვეტის პროდუქტიულ გზებს გამოვიყენებთ, კონფლიქტის შემდეგ ურთიერთობები უფრო გაძლიერდება და გაჯანსაღებული ახალ ეტაპში შევა. როდესაც ადამიანი ცდილობს პიროვნებათშორისი კონფლიქტის გადაწყვეტას, ეს ნიშნავს, რომ მისთვის ურთიერთობა მნიშვნელოვანია და უფრთხილდება მას. სხვა შემთხვევაში, ის კონფლიქტურ სიტუაციას უბრალოდ განერიდებოდა.

შინაარსზე ფოკუსირებული კონფლიქტები სუმბაძე/მახარაძის აზრით მიმართულია გარკვეულ საკითხებსა თუ მოვლენებზე, რომელიც კონფლიქტში მყოფ პიროვნებებს პირადად არ ეხება – ასეთი შეიძლება იყოს სამსახურში არსებული დანინაურების სისტემა, სახელმწიფოებრივი მოწყობა და ა.შ.

ურთიერთობებზე ფოკუსირებული კონფლიქტები ეხება კონფლიქტში ჩართულ პირებს შორის არსებულ დამოკიდებულებას. ურთიერთობებზე ფოკუსირებული კონფლიქტის მაგალითია შეყვარებულ წყვილს შორის არსებული უთანხმოება, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ორივე მხარის თანაბარი მონაწილეობის შესახებ, ან მშობელსა და შვილს შორის, ამ უკანასკნელის ცხოვრების სტილის შესახებ, სამსახურში თანამშრომლებს შორის არსებული უთანხმოება მორიგეობის განრიგის შესახებ და სხვა. ხშირად ურთიერთობებზე ფოკუსირებული კონფლიქტები შენიღბულია შინაარსზე ფოკუსირებული კონფლიქტების სახით. მაგალითად, თა-

---

<sup>199</sup> გიდენსი ენტონი, სოციოლოგია, 2011, თბილისი, ფონდი ღია საზოგადეობა – საქართველო.

ნაცხოვრებაში მყოფ პარტნიორებს შორის უთანხმოება იმის თაობაზე, თუ სად და როგორ გაატარონ შვებულება, გამოწვეულია არა ობიექტური რეალობის შეფასებით – შემოთავაზებული ორი ადგილიდან ობიექტურად, რომელი უფრო მიმზიდველია დასვენებისათვის, არამედ რეალურად მიმართულია იმისკენ, თუ ვის დარჩება ბოლო სიტყვა – ვინ არის გადაწყვეტილების მიმღები პირი და ურთიერთობის მესაჭე.

სუმბაძე/მახარაძე ხაზს უსვამენ, ის თუ რა გზებს ვირჩევთ კონფლიქტის გადასაწყვეტად, მის შედეგებზე მნიშვნელოვნად მოქმედებს – ურთიერთობა შეიძლება გაძლიერდეს და გამუჯობესდეს ან დაიძაბოს და გაუარსედეს. ცნობილია კონფლიქტის მოგვარების ხუთი ძირითადი სტილი, რომელიც შეიძლება ორი განზომილების მიხედვით აღინეროს: საკუთარ თავზე ზრუნვა და მეორე პიროვნებაზე ზრუნვა. კანტის მორალური იმპერატივი (ნურასოდეს განიხილავ სხვას საშაუალებად, განიხილე იგი მიზნად; მოექეცი სხვას, როგორც გინდა, რომ მოგექცნენ შენ!) სწორედ მეორე პიროვნებაზე ზრუნვას გვაგვალდებულებს.

სუმბაძე/მახარაძე გამოყოფენ კონფლიქტის მოგვარების შემდეგ გზებს. პირველია „შეჯიბრი“. „მე მოვიგე/შენ წააგე“. შეჯიბრის სტილის დროს ადამიანი ყურადღებას ამახვილებს საკუთარ საჭიროებებსა და სურვილებზე და ნაკლებად ანუხებს ის, თუ რა სურს მეორე მხარეს. ანუ ეგოისტურადაა განწყობილი. როგორც კი მისი საჭიროებები და სურვილები დაკმაყოფილებულია – კონფლიქტიც მის პოზიციიდან მოგვარებულია. აღნიშნული სტილი ეფუძნება წაგება-მოგების პრინციპს. „მე ვიგე/შენ აგე“. ამ სტილს ხშირად ვხვდებით სასამართლო დარბაზში ან რაიმეს ყიდვისას – როდესაც ერთი მხარის მოგება, მეორე მხარის წაგებიდან გამომდინარეობს. თუმცა გასათვალისწინებელია, რომ პიროვნებათშორის ურთიერთობებში „მოგება/წაგების“ ენას აუცილებლად მოჰყვება წაგებული მხარის განაწყენება, რომელიც ადვილად შეიძლება გადაიზარდოს შულღში, მტრობაში.

სუმბაძე/მახარაძე კონფლიქტის მოგვარების მეორე ვარიანტად ასახელებენ „თავის არიდებას“. „მე წავაგე/შენც წააგე“. კონფლიქტის მოგვარების ეს სტილი მიუთითებს, რომ ადამიანს დიდად არც საკუთარი და არც მეორე მხარის საჭიროებები და სურვილები ანალვლებს.

ცდილობს თავის აარიდოს ყოველგვარ კომუნიკაციას, რომელიც პრობლემას ეხება, ცვლის საუბრის თემას და ზოგადად, როგორც ფიზიკურად, ისე ფსიქოლოგიურად უჩინარდება სცენიდან.

მესამედ გამოყოფენ „მორგება/შეგუებას“, ანუ „მე ნავაგე/შენ მოიგე“. ამ დროს ადამიანი მეორე მხარის სასიკეთოდ, საკუთარ საჭიროებებსა და სურვილებზე ამბობს უარს. ძირითად მიზანს მოცემულ ურთიერთობებში სიმშვიდისა და ჰარმონიის შენარჩუნება წარმოადგენს. კონფლიქტის მოგვარების მოცემული სტილი შეიძლება დაგვეხმაროს მიზნის მიღწევაში მხოლოდ გარკვეული დროით. საკუთარი სურვილების უგულვებელყოფა დროთა განმავლობაში ადამიანში უკმაყოფილებასა და უსამართლობის გრძნობის აღმოცენებას შეუწყობს ხელს. ეს კი შეიძლება პიროვნების დეზინტეგრაციის მიზეზიც შეიქმნას<sup>200</sup>.

ერთ-ერთი ალტერნატივა კონფლიქტის მოგვარების არის თანამშრომლობა. „მე მოვიგე/შენც მოიგე“. პარსონსი „თანამედროვე საზოგადოების სისტემაში“<sup>201</sup> აღნიშნავს, რომ პოლიტიკაში კონფლიქტის დარეგულირების ეს მეთოდებია დასანერგი. როდესაც ადამიანი კონფლიქტის მოგვარების ამ სტილს ირჩევს, ის ზრუნავს როგორც საკუთარ, ასევე მეორე მხარის სურვილებსა და საჭიროებებზე. კონფლიქტზე მუშაობა გულისხმობს მეორე მხარესთან აქტიურ კომუნიკაციას, ყურადღებით მოსმენას. იდეალურ შემთხვევაში ეს სტილი ოივე მხარეს საკუთარი სურვილების დაკმაყოფილების საშუალებას აძლევს, ან სულ ცოტა, თითოეული მხარე რაღაც სარგებელს იღებს. ფაქტიურად, ეს კონფლიქტის მოგვარების ის გზაა, რომელსაც ადამიანები პიროვნებათშორისი კონფლიქტების მოგვარებისას უმრავლეს შემთხვევაში უნდა მიმართავდნენ.

რაც შეეხება კომპრომისს, ესაა „მე მოვიგე და ნავაგე/შენ მოიგე და ნააგე“ ლოგიკა. კომპრომისული სტილის დროს ადამიანი იმყოფება კონტინიუმის შუაში – ის ზრუნავს როგორც საკუთარი, ასევე სხვი-

---

<sup>200</sup> ქართულ უჯახებში სამწუხაროდ მეუღლეები (ცოლები) ხშირად ირჩევენ „მორგება/შეგუების“ ზემოხსენებულ ტაქტიკას. შედეგად გვაქვს დათრგუნული, საკუთარ თავში დაურწმუნებელი არშემდგარი ქალები და ბავშვები დარღვეული ფსიქიკით.

<sup>201</sup> Парсонс Т. “Система современных обществ”, 1998б Москва, Аспект Пресс. (Гл. 1, Социетальное сообщество и политика).

სი სურვილების განხორციელებაზე. კონფლიქტის მოგვარების ამ გზის არჩევნისას, ადამიანი მეორე მხარეს შუა გზაზე შეხვედრის სტრატეგიას სთავაზობს. სავარაუდოდ, ამ სტრატეგიის გამოყენებისას შენარჩუნებული იქნება მშვიდობა, თუმცა გარდაუვალი დათმობის გამო, გარკვეული უკმაყოფილება მაინც თავს იჩენს.

სუმბაძე/მახარაძე კულტურისა და კოფლიქტის მიმართბაზეც საუბრობენ, უფრო ზუსტად კულტურული კონტექსტით კონფლიქტის განპირობებულობაზე. ასევე აცალკევებენ კოფლიქტის მოგვარების ეტაპებს.

კონფლიქტის მართვის პროცესი სუმბაძე/მახარაძის მიხედვით შემდეგი ეტაპებისაგან შედგება: კონფლიქტის განსაზღვრა, კონფლიქტის გადანყვეტის შესაძლო გზების შესწავლა, კონფლიქტის გადანყვეტის გადანყვეტის შერჩეული გზის მოსინჯვა, კონფლიქტის გადანყვეტის შერჩეული გზის შეფასება, კოფლიქტის გადანყვეტის შერჩეული გზის მიღება ან უარყოფა.

სუმბაძე/მახარაძე „ინვერპერსონალურ კომუნიკაციებში“ განიხილავენ ურთიერთობის პასიურ, აგრესიულ და ასერტიულ სტილს, რაც ჩვენი სახელმძღვანელოს სპეციფიკიდან გამომდინარე მეტად მნიშვნელოვანია.

პასიურად ურთიერთობის დროს ადამიანი პირდაპირ არ ავლენს საკუთარ საჭიროებებსა და გრძნობებს. ჩვეულებრივ, სურვილს არაპირდაპირი გზით, არავერბალური მინიშნებების დახმარებით გამოხატავს, უმეტეს შემთხვევაში, საკუთარ სურვილს სხვებს უქვემდებარებს ან მათზე მთიანად უარს ამბობს. თუ ისეთი თხოვნით მიმართავენ, რომლიც შესრულებაც არ სურს, უარის ნაცვლად უამრავ ბოდიშს იხდის ან საბოლოოდ ამ თხოვნას მაინც ასრულებს. კომუნიკაციის პასიური სტილის დროს ადამიანი ლაპარაკობს ნაზი და სუსტი ხმით, საუბრობს გაუბედავად და შესვენებით. როგორც წესი, მისი სხეული მოხრილია და დგომისას საყრდენს ეძებს. თვალებით კონტქატი გაძნელებული – საუბრისას ცდილობს მოსაუბრეს არ შეხედოს, იყურება ქვემოთ ან განზე, რადგან ხშირად ამბობს იმას, რასაც არ ფიქრობს.

აგრესიული ურთიერთობის დროს ადამიანი საკმოდ კარგად გამოხატავს საკუთარ საჭიროებებსა და გრძნობებს, მაგრამ, როგორც წესი, ამას სხვების უფლებების და გრძნობების ხარჯზე აკე-

თებს. მისთვის დამახასიათებელია სხვების დამცირება, დაცინვა. უყვარს შეტევაზე გადასვლა, თუ რალაც ისე არ არის, როგორც მას სურს. მისი წინადადება იწყება მიმართვით „შენ“, ხშირად იყენებს ისეთ კატეგორიულ ტერმინებს, როგორიცაა „ყოველთვის“, „არასოდეს“. მოვლენებს კი ისე აღწერს, რომ თვითონ ყოველთვის მართალი და სხვაზე უკეთესი გამოვიდეს.

როდესაც ადამიანი ურთიერთობის აგრესიულ სტილს მიმართავს, მისი უპირატესობა და სიძლიერე ვლინდება. მისი ქცევა შეიძლება გამოიხატოს სამარისებური დუმილით, აგდებული იუმორით ან გააფრთხილებული ყვირილით. ხმამაღალი ლაპარაკისას ან ყვირილისას ხშირად იქნევა ხელებს და მაგიდაზე მუშტის დაკვრება არ ამობობს უარს. ის იმდენად დარწმუნებულია თავის სიმართლეში, რომ რეალურად სხვებს მაშინაც კი არ უსმენს, როცა ისინი დასმულ კითხვებზე პასუხობენ.

ასერტიული ურთიერთობის დროს ადამიანი საჭიროებებსა და გრძნობებს პირდაპირ გამოხატავს, თუმცა ამავე დროს, ანგარიშს უწევს სხვების გრძნობებსა და უფლებებს. სხვებს ყურადღებით უსმენს და მათ შესატყვის უკუკავშირს აძლევს. მოლაპარაკებისა და კომპრომისებისადმი ღიაა, თუმცა არა საკუთარი სურვილებისა და უფლებების დათმობის ხარჯზე. შეუძლია პირდაპირ გამოხატოს თხოვნა და სხვის თხოვნაზე უარით, ასევე პირდაპირ პასუხობს. ადვილად შეუძლია ქათინაურის თქმა და მიღება, არც საუბრის დაწყება უჭირს და არც დასრულება. კრიტიკასაც მტრული და თავდაცვითი პოზიციის გარეშე იღებს.

როდესაც ადამიანი ასერტიულად მოქმედებს, მისგან სიძლიერე და ემპათია<sup>202</sup> ვლინდება. მისი ხმა მშვიდი, მტკიცე და კარგად რეგულირებულია. თვალებით კონტაქტის დამყარებისას თავს კომფორტულად გრძნობს, თუმცა დაჟინებული მზერა არ ახასიათებს. თავლებით კონტაქტი ღია და გულწრფელი აქვს, პოზა კი გამართული.

ასერტიულობა თვითგახსნის ფორმას წარმოადგენს. უმეტეს შემთხვევაში, იმის თქმა თუ რას ვგრძნობთ და ვფიქრობთ, ხელს

---

<sup>202</sup> გაცნობიერებული თანაგანცდა სხვა ადამიანის მიმდინარე ემოციური მდგომარეობისა, ამ განცდის გარეგანი წარმოშობის შეგრძნების დაკარგვის გარეშე. „ემპათი“, ესაა ადამიანი ემპათიის განვითარებული უნარით.

ურთიერთობების გაუმჯობესებას უწყობს. ასერტიული ადამიანები პატივს სცემენ მეორე ადამიანის თავაზიანობას, გონიერებასა და განონასწორებას.

ასერტიული ადამიანები ურთიერთობისას უფრო დასაბუთებულად ეყრდნობიან, ვიდრე იძულებასა და ძალადობას, ეს კი მეორე მხარეს თვითპატივისცემიას ზრდის. საპასუხოდ, ისინი მოსაუბრის მიმართ კეთილგანწყობას ამჟღავნებენ. ადამიანები პატივისცემითა და ყურადღებით ეპყრობიან იმათ, ვინც საკუთარი თავის ღირებულებისა და პატივისცემის გაზრდაში უწყობენ ხელს. ამიტომ მათ თხოვნას ყურადღებით ეკიდებიან.

ასერტიული ადამიანები უხერხულ და მანიპულირებად კითხვებს არ სვამენ. ჩვეულებრივ, მანიპულირებადი კითხვები ორმაგი შინაარსის მატარებელია.

ასერტიული ადამიანები სვამენ კითხვებს, თუ რაღაც არ ესმით. საკუთარ თავში დარწმუნებულ ადამიანებს არ ერიდებათ თქვან „არ ვიცი“ ან იკითხონ, როცა არ ესმით.

სუმბაძე/მახარაძე ასერტიული ადამიანის ტიპს უფრო ვრცლად და დეტალურად მიმოიხილავენ საკუთარ წიგნში „ინტერპერსონალური კომუნიკაციები“. თუმცა ჩვენთვის მათი ზემოთმოყვანილი პერიფრაზი სრულიად საკმარისია.

საქართველოში სუმბაძე/მახარაძის გარდა კომუნიკაციის ნებისით პათოლოგიებზე, უფრო ზუსტად კონფლიქტის შესაძლო მართვაზე ასევე მუშაობენ ფსიქოლოგები ნოდარ სარჯველაზე და ეკა პავერმანი. ისინი უძღვებიან არასამთავრობო ორგანიზაციას, რომელიც ჩვენს ნაშრომში ერთხელ უკვე ვახსენეთ, „ადამიანურ რესურსთა მართვის ფონდი“ და ორგანიზაციებსა და დაინტერესებულ პირებს სთავაზობენ სერთიფიცირებულ სპეც-კურსს „სტრესის მართვისა და კომუნიკაციის დარგში“. ეყრდნობიან როგორც სოციოლოგიურ გამოდცილებას, ასევე სოციალურ ფსიქოლოგიას.



### 3.6. ურთიერთქმედება – აგრესია და ალტრუიზმი (დევიდ მაიერსის მიხედვით)

მოცემულ ქვეთავში ჩვენ განვიხილავთ ურთიერთობის მასტი-მულირებელ და დამამუხრუჭებელ სტიმულებს. ესენია. აგრესია და ალტრუიზმი (ზიანის მიყენება და დახმარების აღმოჩენა). მოცემულ ქვეთავში ჩვენ ამოვდივართ ამერიკელი მკვლევარის დევიდ მაიერსის თეორიიდან ზიანის მიყენებისა და დახმარების აღმოჩენის თაობაზე, რომლის ფორმულირებაც მან მოახდინა თავის მონოგრაფიაში „სოციალური ფსიქოლოგია“<sup>203</sup>.

დევიდ მაიერსი დაიბადა 1942 წლის 20 სექტემბერს შეერთებულ შტატებში, ქალაქ სიეტლში. სოციალური ფსიქოლოგიის წარმომადგენელი, მკვლევარი, მეცნიერების პოლულებიზატორი. მიჩიგანის შტატში ჰოუპ-კოლეჯის პროფესორი. ფსიქოლოგიაში 17 მონოგრაფიის ავტორი, მათ შორის სახელმძღვანელოებისა და სამეცნიერო-პოლულარული გამცომეების. ჯგუფური პოლარიზაციის კვლევისთვის მიერიჭა გორდონ ოლპორტის სახელობის პროფესიონალური პრემია. მაიერსის დამსახურებად მიიჩნევა დიდი რაოდენობის ფსიქოლოგიური გამოკვლევების დამუშავება და მათი სტუდენტური აუდიტორიისა და ფართე პუბლიკისათვის ადაფტაცია.

აგრესია კომუნიკაციის შესაძლებლობებს სპობს. ის არის მიზეზი მტრობისა, იქნება ეს პიროვნებათშორის, ჯგუფთაშორის თუ საერთაშორისო დონეზე. აგრესია იშვიათად აღმოცენდება სპონტანურად, მას სიღრმისეული მიზეზები ასაზრდოებს, რომელთა საფუძვლიანი შესწავლა ხანდახან ცოდნა ზოგჯერ თავად აგრესიასაც ასუსტებს.

როგორც დევიდ მაიერსი მოგვახსენებს, სოციალურმა ფსიქოლოგებმა, გააანალიზეს რა თანდაყოლილი და ინსტრუმენტალური აგრესიის მიზეზები, სამი მნიშვნელოვანი თეორიული კონცეფცია შემოგვთავაზეს: 1) არსებობენ თანშობილი აგრესიული იმპულსები; 2) აგრესია ბუნებრივი რეაქციაა ფრუსტრაციაზე; 3) აგრესიული ქცევა არის დასწავლის შედეგი.

---

<sup>203</sup> Девид Майерс, Социальная психология, 5-ое международное издание, 2000, Санкт-Петербург, Издательство “Питар”.

ფილოსოფოსები დიდხანს დაობდნენ არის თუ არა ადამიანი თავისი ჭეშმარიტი ბუნებით კეთილგანწყობილი, ანუ დამყოლი ბუნების „კეთილშობილი ველური“ თუ ის თავისი არსით წარმოადგენს უმართავ, იმპულსურ ცხოველს. პირველი პოზიცია – ჩვეულებისამებრ დაკავშირებული ფილოსოფოს ჟან-ჟაკ რუსოს სახელთან – ბრალს სოციალური ბოროტებისთვის აკისრებს საზოგადოებას და არა ადამიანურ ბუნებას. მეორე პოზიციის თანახმად – რომელსაც უკავშირებენ ფილოსოფოსს თომას ჰობსს – სოციალური შეზღუდვები აუცილებელია ადამიანის ბუნების ცხოველური გამოვლინებების მოსათოკად, ადამიანისა, რომელიც საჭიროებს მკაცრ კონტროლს. ჩვენს ეპოქაში, ჰობსის შეხედულებებს, რომ აგრესიული იმპულსები არიან თანშობილი და ამიტომაც უცილობელი, იზიარებდა ზიგმუნდ ფროიდი და კონრად ლორენცი.

ფსიქონალიზის დამფუძნებელი ფროიდი იმდოვნებდა, რომ ადამიანური აგრესიის წყარო ინდივიდის მიერ სიკვდილისადმი პრიმიტიული ლტოლვის (ის მას „სიკვდილის ინსტიქტს“ უწოდებდა<sup>204</sup>) ენერჯიის გადატანა იყო საკუთარი თავიდან გარე ობიექტებზე. ლორენცი, რომელიც შეისწავლიდა ცხოველების ქცევას, აგრესიულ ქცევას უფრო ადაფტაციურად მიიჩნევდა და არა თვითდამანგრეველად. ორივე მეცნიერი ერთსოულვანი იყო იმაში, რომ აგრესიული ქცევა ინსტიქტურ ბუნებას იქონიებს. მათი აზრით, თუკი იგი ვერ განიმუხტება, აფეთქდება. შესატყვისი სტუმული მას გამოათავისუფლებს სათაგურიდან თავის დარად.

აგრესია, მაიერსის თქმით წარმოადგენს რთულ ქცევით კომპლექსს, ამიტომაც შეუძლებელია ადამიანის ტვინში მკაფიოდ არსებული ლოკალიზირებადი „აგრესიის ცენტრის“ არსებობაზე ლაპარაკი. თუმცა ცხოველებსა და ადამიანებშიც მეცნიერებმა აღმოაჩინეს ნერვული სისტემის ზონები, რომლებიც პასუხისმგებელი არიან აგრესიაზე. ტვინის ამ სტრუქტურების აქტივაციისას აგრესიულობა მაღლდება; მათი დეზაქტივაცია კი იწვევს აგრესიის შემცირებას. ამიტომაც, თუნდაც ყველაზე თვინიერი ცხოველის

---

<sup>204</sup> ასევე მოიხსენიებდა როგორც „თანატოსი“ და მისი საპირისპირო „ეროსი“. „თანატოსი“ სიკვდილისადმი ლტოლვა, ხოლო „ეროსი“, სიცოცხლისადმი ლტოლვა.

მიყვანა შესაძლებელია მრისხანების მდგომარეობამდე, შესაბამისად ყველაზე დაუნდობლის – მოთვინიერება.

მემკვიდრეობითობა ზეგავლენას ახდენს აგრესიის აღმძვრელთა მიმართ ნერვული სისტემის მგრძნობიარობაზე.

სისხლის ქიმიური შემადგენლობა კიდევ ერთი ფაქტორია, რომელიც ზეგავლენას ახდენს აგრესიის სტიმულაციისადმი ნერვული სისტემის მგრძნობელობაზე. დევიდ მაიერსი იმონუმებს ლაბორატორიულ ექსპერიმენტებსა და პოლიციის მონაცემებს<sup>205</sup>, რომლებიც ადასტურებენ, რომ ალკოჰოლური თრობის მდგომარეობაში მყოფთა პროვოცირება აგრესიულ ქცევაზე გაცილებით მარტივია. ადამიანები (დამნაშავენი) დანაშაულის ჩადენისა და ძალადობისას ხშირად: 1) ჭარბად მოიხმარდნენ ალკოჰოლს და 2) ინტოქსიკაციის შემდეგ ხდებიან აგრესიულები. ექსპერიმენტის ჩარჩოებში ინტოქსირებული საცდელეები „დასჯილებს“ უფრო ძლიერ ელექტრონულ დაზვას უთავაზებდენ. რეალურ ცხოვრებაში ძალადობასთან დაკავშირებული დანაშაულის თითქმის ნახევარი, მათ შორის სექსუალური დანაშაული ჩადენილია ალკოჰოლური თრობის პირობებში. 100-დან 65 შემთხვევაში მკვლეელი და მისი მსხვერპლიც ეძალეზოდნენ სასამისს. ალკოჰოლი აძლიერებს აგრესიულობას, იგი აქვეითებს პიროვნების შერაცხადობას, ასევე ასუსტებს ჩადენილი ქმედებების მოსალოდნელი შედეგების ანალიზის უნარს. ალკოჰოლი შლის ინდივიდუალურობას და არყევს მუხრუჭებს.

აგრესიულობაზე მაიერსის აზრით ასევე ზეგავლენას ახდენს მამაკაცის სქესობრივი ჰორმონი ტესტოსტერინი. სავარაუდოდ, ჰორმონების ზეგავლენა ადამიანებზე უფრო მკვეთრად ვლინდება ცხოველებში. პრეპარატები, რომლებიც დაბლა სწევენ ტესტოსტერინის დონეს ძალადობისაკენ მიდრეკილ მამაკაცებში, ასუსტებენ იმავდროულად მათ აგრესიულ ტენდენციებს. 25 წლის მერე ტესტოსტერინის შემცველობა მამაკაცის სისხლში დაბლა ეცემა, შესაბამისად ძალადობის კომპონენტებით დანაშაულის ჩადენის რისკიც მცირდება. არაპროვოცირებული ძალადობრივი ქმედებისათვის ნასამართლვეი პატიმრების სისხლში ტესტოსტერინის დონე გაცილებით მაღალია, ვიდრე ძალადობასთან კავშირის არ მქონე ქმედებათათვის

---

<sup>205</sup> Девид Майерс, Социальная психология, 5-ое международное издание, 2000, Санкт-Петербург, Издательство “Питар”. გვ. 488-489

დაკავებულ პატიმართა სისხლში. ასევეა ნორმალური მოზარდები და მამაკაცები. ვისაც ტესტოსტერინის მაღალი ნიშნული აქვთ, მეტად მიდრეკილნი არიან დელიქვანტური ქცევის, ნარკოდამოკიდებულებისადმი და ადვილად წამოეგებიან აგრესიის პროვოკაციაზე.

ამგვარად, როგორც ამას გვიჩვენებს დევიდ მაიერსი, არსებობს წონადი ბიოლოგიური, გენეტიკური და ბიოქიმიური ფაქტორები, რომლებიც ხელს უწყობენ აგრესიის აღმოცენებას.

დევიდ მაიერსი აკეთებს ჯონ დოლარდისა და მისი კოლეგების ციტირებას. „ფრუსტრაცია ყოველთვის მიგვიყვანს აგრესიის რაიმეგვარ გამოვლინებამდე“. ფრუსტრაცია ესაა ყველაფერი, რაც ხელს უშლის მიზნის მიღწევას. ფრუსტრაცია ძლიერდება თუკი ჩვენი მიზანსწრაფულობა იქონიებს ძალზედ ძლიერ მოტივაციას, როცა ჩვენ მოველით სიამოვნების მიღებას, არადა უხეშად რომ ვთქვათ, მივიღებთ კოპს.

აგრესიის ენერგია აუცილებელი არაა განიმუხტოს თავისი პირველმიზეზით. თანდათანობით ჩვენ ვსწავლობთ რისხვის დათრგუნვას და მის გაშუალებულად გამომზეურებას, განსაკუთრებით მაშინ, როცა თავშეუკავებლობას მოსალოდნელია მოყვეს გარეშეთაგან გაკიცხვა და დასჯა. პირდაპირ იერიშის მიტანის ნაცვლად, ჩვენ ჩვენც მტრულ გრძნობებს გადავიტანთ შედარებით უწყინარ სამიზნენზე. სწორედ მსგავს გადატანაზეა საუბარი ანგედოტში ქმარზე, რომელიც უყვირის ცოლს, რომელიც უყვირის ვაჟს, რომელიც ნიხლს ურტყამს ძაღლს, რომელიც კბენს ფოტსტალიონს; ეს ყველაფერი კი იმოტომ, რომ სამსახურში ქმარს ბოსმა ანგელოზები დაუფეთა.

დევიდ მაიერს აგრესიის საკითხთან დაკავშირებით აინტერესებს ადაფტაციის დონის ფენომენი. ადაფტაციის დონის ფენომენი გულისხმობს, რომ წარმატებისა და უიღბლობის, კმაყოფილებისა და უკმაყოფილების შეგრძნება დაკავშირებულია წინამდებარე მიღწევებთან. თუკი ჩვენი მიღწევები დღეისთვის ტოლს ვერ უდებენ ჩვენს მიღწევებს წარსულში, ჩვენ განვიცდით უკმაყოფილებას და ფრუსტრაციას; ხოლო თუკი ამ დონის ზემოთ აღმოჩნდნენ, ჩვენ გვეუფლება წარმატების და კმაყოფილების განცდა.

თუკი ჩვენ ვაგრძელებთ წინსვლას, წარმატებათანაც მალე ვადაფტირდებით. ის, რაც ადრე ჩვენში კეთილდღეობის განცდას

შობდა, უკვე აღარ გვაკვირვებს, უფრო მეტიც, შეიძლება ამ ყველაფერს დეპრივაციასთანაც კი ვაიგივებდეთ. ანუ, ერთგვარი გაუმადლობა. რატომ ვერ ხდება ადამიანი მიუხედავად შესამჩნევი ზრდისა ბედნიერი? ამ კითხვაზე პასუხი სწორედ წარმატებათან ადაფტირებაშია. ბევრი ჩენთაგანი საკუთარი გამოცდილებით შეჩეხებია ადაფტაციის დონის ფენომენს, რომელზეც გვესაუბრება დევიდ მაიერსი.

უკმაყოფილებას, რომელიც ახალ მიღწევებთან ადაფტაციას მოსდევს თან ემატება საკუთარი თავის სხეებთან მუდმივი შედარება. დევიდ მაიერსი ამბობს, რომ მუშებში კეთილდღეობის განცდა დამოკიდებულია მათ სექტორში მომუშავე დანარჩენი მუშების ხელფასის ოდენობაზე ანუ თუკი ისინი შედარებით დაბალ ხელფასს ღებულობენ, მეტად სწუხან. ხელფასის გაზრდასთან დაკავშირებული სიხარულის განცდა პოლიციელებში, მეხანძრეებში პირიქით უგუნებობას იწვევს. ადამიანებს ჩვეულებრივ ის უფრო აინტერესებს, ვინაა მათზე „წინ“, ვიდრე ის, თუ ვინაა მათ „უკან“. გამომდინარე აქედან, „სხვებისკენ ყურება“ ჩვენი მრავალი ტანჯვის მიზეზი ხდება. მაიერსი შენიშნავს, როცა კეთილდღეობა ცხოვრების წესად იქცევა, იზრდება სოციალური სტატუსი, ანდა პროფესიული მიღწევების დონე, ადამიანი მაქსიმუმის ქერს კიდევ უფრო მაღლა აწევს და ახალი თარგით ზომავს ახალ მიღწევებს. ადამიანი სურვლისა და ძალების მოჭარბებასთან ერთად სულ უფრო ზემოთ იყურება, თითქმის არასოდეს უკან! ეს ადამიანური ბუნების სამწუხარო ნიუანსია. ზოგჯერ სწორედ გამომდინარე აქედან ვაკსვნი, რომ ბედნიერება ან უბედურება არა მოცემულობა, არამედ ჩვენი განცდაა. როდესაც ადამიანი აღწევს მიზანში ამოღებულ მწვერვალს, ივიწყებს საიდან მოლოდინად. აქ აღწერილმა „ზევით ყურებამ“ ასევე შეიძლება შვას ადამიანში დეპრივაციის განცდა.

„ინსტინქტისა“ და „ფრსუტრაციის“ ცნებებზე ბაზირებული აგრესიის თეორიები გულისხმობენ, რომ თანშობილი იმპულსები გარეთ იღვრებიან სიღრმიესეული ემოციების წიაღიდან. სოციალური ფსიქოლოგები თვლიან, რომ ამის გარდა ადამიანი ასევე სწავლობს, როგორ გადმონათხიოს ბოღმა და აგრესია.

ადამიანები ხანდახან ხედავენ, რომ აგრესია მათ ირგვლივ ჯილდოვდება და შესაბამისად სწავლობენ ასე მოქცევას. ბავშვი,

რომელიც უხეშობით წარმატებულად დააშინებს დანარჩენ ბავშვებს, კიდევ უფრო აგრესიული ხდება. აგრესიული ჰოკეისტები – ისინი, ვინც უხეში თამაშისათვის საჯარიმო სკამზე ყველაზე ხშირად ზიან – თავიანთ გუნდს უფრო მეტ გოლებს მოუტანენ, ვიდრე „დარბაისელი“ მოთამაშეები. კანადელი ჰოკეისტი იუნიორები (მათ მამებს მოსწონდათ თამაში აგრესიით გაჯერებული) ახდენდნენ მეტად აგრესიული თამაშის წესებისა და სტილის დემონსტრირებას. ამ შემთხვევაში, განსაზღვრული ჯილდოს მიღებაზე მიმართული აგრესია არის ინსტრუმენტი!

კოლექტიური ძალადობა ამ ლოგიკით ასევე შეიძლება მომგებნიან საქმედ ჩანდეს. იგივე მართებული ტერორისტულ აქტებთან მიმართებაში, რომელთა შედეგადაც ძალაუფლების არ მქონე ადამიანები საყოველთაო ყურადღებას იპყრობენ. „მოკალი ერთი, დააშინე ათი ათასი“, გვარწმუნებს ძველი ჩინური ანდაზა. ჩვენს დროში მსოფლიო კომუნიკაციების პირობებში ერთი ადამიანის მკვლელობა ზარავს 10 მილიონს.

დევიდ მაიერსი ეყრდნობა ალბერტ ბანდურას (სოციალური დასწავლის თეორიის წამყვან მომხრეს) ბანდურა დარწმუნებულია, რომ ჩვენ ვსწავლობთ აგრესიას არა მარტო იმიტომ, რომ იგი მომგებიანია, არამედ სხვა ადამიანებზე დაკვირვებით მას ვაკოპირებთ როგორც ქცევის მოდელს. ვაკვირდებით რა გარშემომყოფთა ქცევებს და ვხედავთ რა ამ ქცევების შედეგებს, ისევე როგორც უმეტესობა სხვა სოციალური უნარჩვევებისა, ჩვენ შევისიხლხორცეთ აგრესიული ქცევის მანერა.

ბავშვები, რომელთა მშობლები მიმართავენ დასჯას, სხვებთან ურთიერთობაში იყენებენ ქცევის მსგავს აგრესიულ ფორმებს. მშობლები მათგან მორჩილებას აღწევენ დაყვირებით, ხელისკვრითა და განკეპლვით. ამგვარად უჩვენებენ პრობლემის გადაჭრის გზას და აძლევენ აგრესიის გაკვეთილებს. ასეთ მშობლებს ხშირად თავადაც ფიზიკურად უსწორდებოდნენ თავიანთი მშობლები. თუმცა, ბავშვების უმრავლესობა, რომლებიც ექვემდებარებოდნენ დასჯას სულაც არ ხდება მოგვიანებით დამნაშავე ან შვილის შეურაცხმყოფელი მშობელი. მაგრამ 30% მაინც ბოროტად იყენებს ბავშვობაში შესისხლხორცებულ პატარების დასჯის პრაქტიკას. ისინი შვილებს ოთხჯერ უფრო ხშირად სჯიან, ვიდრე მთლიანად ეროვნული სტატისტიკით (იგულისხმება შეერთებული შტატები,

რადგან მაიერსი სწორედ შტატებში მოპოვებულ მონაცემებს ეყრდნობა). ძალადობა ოჯახში, მცირე ასაკში განცდილი, ხშირად მიგვიყვანს ძალადობამდე დარჩენილ ცხოვრებაში.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, შეგვიძლია ვთქვათ. აგრესია ვლინდება ორი ფორმით: თანშობილი აგრესია, ისეთი ემოციებისაგან წარმომდგარი, როგორცაა ბრაზი, მიმართული ზიანის მიყენებაზე და ინსტრუმენტალური აგრესია, როგორც საშუალება რაიმეგვარი პოზიტიური მიზნის მიღწევისა.

დევიდ მაიერსის თანახმად, არსებობს აგრესიის სამი ძირითადი თეორია. აგრესიის თეორია, მიზანმიმართული როგორც ინსტიქტი (ხშირად ასოცირებული ზიგმუნდ ფროიდისა და კონრად ლორენცის სახელებთან). მოცემული თეორიის თანახმად, აგრესიის ენერგია აკუმულირებულია შიგნით, როგორც წყალი ტბორში. მიუხედავად იმისა, რომ არგუმენტები, თქმული ამ თეორიის სასარგებლოდ საკმაოდ სუსტია, არ შეიძლება არ ვარიაროთ, რომ აგრესიულობაზე ზემოქმედებენ გენსაზღვრული ბიოლოგიური ფაქტორები, ისეთები როგორცაა მემკვიდრეობითობა, სისხლის ბიოქიმია და ცენტრალური ნერვული სისტემის მოწყობა.

მეორე თვალსაზრისის მიხედვით, რისხვისა და მტრული დამოკიდებულების მიზეზს წარმოადგენს ფრუსტრაცია. ფრუსტრაცია როგორც ასეთი დეპრივაციის შედეგს არ წარმოადგენს. იგი აღმოცენდება პიროვნების მოთხოვნილებათა დონისა და მისი რეალური მიღწევების დონეთა შორის ღრმა დაშორების შედეგად.

სოციალური დასწავლის თეორია აგრესიას წარმოადგენს ქცევად, რომელიც შეძენილი გვაქვს დასწავლის გზით. ჩვენი საკუთარი გამცდილება, დაკვირვება სხვების წარმატებაზე ხანდახან დამაჯერებლად გვიდასტურებენ, რომ აგრესიას განსაზღვრული სარგებელი მოაქვს.

დევიდ მაიერსი მაგალითად მოიყვანს ნათან ეზრინის მიერ ჩატარებულ ექსპერიმენტს. ვირთხები თათებზე მიმაგრებული ელექტროდების მეშვეობით მიიღებდნენ ელექტრონული ძაბვის მეტად მტკივნეულ მუხტებს. ეზრინი ჩართავდა ძაბვას, მას მერე კი რაც ვირთხები მიუახლოვდებოდნენ ერთმანეთს გამორთავდა მტკივნეულ იმპულსებს. საკმარისი იყო ვირთხებს ეგრძნოთ ტკივილი, ისინი უმალვე თავს ესხმოდნენ ერთმანეთს! რაც უფრო ძლიერი იყო

ძაბვა და შესაბამისად ტკივილი, ვირთხები უფრო გააფთრებით ეს-  
მოდნენ ერთმანეთს.

დევიდ მაიერსს აინტერესებს, ტკივილზე ასეთი რეაგირება, მხოლოდ ვირთხებისთვის არის მახასიათებელი? ის გვარწმუნებს, რომ მკვლევარებმა აღმოაჩინეს კორელაცია ტკივილისა და ჩვენს მიერ განხორცილებულ აგრესიულ ქმედებებს შორის. ცხოველები სამიზნის შერჩევაში რაიმე მოტივებით არ ხელმძღვანელობენ. ისინი თავს ესხმიან როგორც საკუთარი გვარის წარმომადგენლებს, ასევე უცხოებს, ნაჭრისგან გამოჩორკნილ თოჯინებსა და ჩოგბურ-  
თის ბურთებსაც კი.

დევიდ მაიერსის თქმით, მკვლევარები ახდენენ ტკივილის წყა-  
როების ვარიებას. მათ აღმოაჩინეს, რომ თავდასხმა შეიძლება პროვოცირებული იყოს როგორც მტკივნეული ელექტრონული იმ-  
პულსით, ასევე ძლიერი სიცხით, ან კიდევ „ფსიქოლოგიური ტკივი-  
ლით“. როცა მშვიერი მტრედები ჯილოდს სახით მარცვლებს ღებუ-  
ლობდენ მას მერე რაც ნისკარტით დაფაზე დააკაკუნებდნენ, ჯილ-  
დოს არ მიღების შემთხვევაში ხდებოდნენ მეტად აგრესიულები.  
„ფსიქოლოგიური ტკივილი“, ეს ცხადია იგივეა, რაც „ფრუსტრა-  
ცია“.

როგორც უკვე ვთქვით, ტკივილი აგრესიულობას ზრდის ადა-  
მიანებშიც. ბევრ ჩვენთაგანს ალბათ ახსოვს მსგავსი რეაქციები (აგრესიულობის მოძალება) ფეხის ცერა თითის ტკენისას ანდა მტანჯველი თავის ტკივილისას. დევიდ მაიერსი აღგვიწერს ლეო-  
ნარდ ბერკოვიცისა და მისი თანამშრომლების მიერ ვისკონსისის  
უნივერსიტეტში სტუდენტებზე ჩატარებულ ექსპერიმენტს. სტუ-  
დენტებს ერთი ხელი უნდა ჩაედოთ ტკივილამდე ცხელ ან ცივ  
წყალში. ისინი ვინც ითოშებოდნენ ან იმდუღებოდნენ სასტიკად  
ლიზიანდებოდნენ, თუკი მათ გვერდში მდგომი კვენსოდა და მზად  
იყვნენ მათთვის კისერი მოეგრისათ. ბერკოვიცს, მაიერსის თქმით,  
მიღებულმა შედეგებმა მისცა საშუალება გამოეტენა შემდეგ დას-  
კვნა – ფრუსტრაციაზე მეტად მტანჯველი სტიმულაცია ხდება მი-  
ზეზი მტრული აგრესიისა.

ფრუსტრაცია უდაოდ უსიამოვნო შეგრძნებების ერთ-ერთი  
წყაროა, თუმცა ნებისმიერი ფიზიკური და ფსიქოლოგიური ტკივი-  
ლი მიგვიყვანს ასევე ემოციონალურ აფეთქებად, მათ შორის  
სიტყვიერი შეურაცხყოფა. ენით დაკოდილი ადამიანი როგორც წე-



სი თავს ვერ აკონტროლებს და საპასუხო იერიშზე გადადის. ასევე მტანჯველი დეპრესიული მდგომარეობა ამაღლებს ალბათობას აგრესიული ქცევისა.

საუკუნეების მანძილზე ადამიანები მსჯელობდნენ ადამიანის ქცევაზე კლიმატის ზეგავლენაზე. ჰიპოკრატე (460-377 წ. ძვ. წ. აღ.) აღარებდა ცივილიზებულ ბერძნებს იმ დროისთვის თანამედროვე გერმანიისა და შვეიცარიის მიწაზე მცხოვრებ ველურებს. გამოთქვამდა ვარაუდს, რომ მათი ჩამორჩენილების მიზეზი ჩრდილოეთ ევროპის კლიმატის სიმკაცრეში იყო. მოგვიანებით ინგლისელები თავიანდ უბადლო კულტურას იდეალურ კლიმატს მიანერდნენ. იგივეს იმერობდნენ ფრანგი მოაზროვნენი საფრანგეთთან მიმართებაში. კარგად მოგვეხსენება, რომ მიუხედავად კლიმატის მდგრადობისა, ქვეყნების კულტურული განვითარების დონე ეცემა (ან პირიქით, იმატებს). აქდან გამომდინარე კულტურის კლიმატური თეორიის ღირებულება ერთობ შეზღუდულია.

მაგრამ მაინც, კლიმატური პირობების ცვილებებმა შეიძლება იმოქმედონ ქცევაზე. ამაზრზენი სურნელი, თამბაქოს კვამლი თუნდაც, ჰაერის დაბინძურება – ყველაფერი ეს შეიძლება დაჯუკავშიროთ აგრესიულ ქცევას. ყველაზე მეტად კი ადამიანები რეაგირებენ ტემპერატურის მატებაზე, სიცხეზე.

სხვა ადამიანის შემტევი ქმედება (მაგალითად ტკივილის შეგნებული მიყენება) ანდა შეურაცყოფელი ქცევა, აგრესიის ძლიერი აღმძვრელი გახლავთ.

სივინროვე – სივრცის უკმარობის სუბიექტური შეგრძნება – ასევე არის სტრესოგენური ფაქტორი! როდესაც ავტობუსის სკამზე ვჯაყჯაყებთ, საცობში ვიჭედებით და ტრანსპორტი ნელა მილოლავს, სტუდენტურ საერთოსაცხოვრებელში გადაჭედოთ ოთახში ვწვალობთ, გვექმნება შეგრძნება, რომ სიტუაცუას ვერ ვაკონტროლებთ. ეს უველაფერი კი მოგვიანებით აგრესიას აძლიერებს.

აგრესია, დევიდ მაიერსის თქმით აღტყინების, ეიფორიის დროსაც იზრდება. ადრენალინი სისხლში აგრესიის რისკს ზრდის.

მაიერსი საზოგადოების დონეზე აგრესიის ზრდაში მასმედიის ბრალსაც ხედავს.

ჩვენ განვიხილეთ ფაქტები, რომლებიც ინდივიდს აპროვოციერებენ მოიქცნენ აგრესიულად. თუკი ფრუსტრაცია, შეურაცხყოფა, კლიმატი და სხვა ზემოთ ჩამოთვლილი ცალკეულ ადამიანში

აღძრავს აგრესიულ ტენდენციებს, იგივე მართებული უნდა იყოს ჯგუფისთვისაც. როდესაც იწყება მასობრივი არეულობა, აგრესიული ქმედებები სწრაფად ვრცელდება. ხალხი სადავეებს მას მერე აიწყვეტს, რაც მონინააღმედგე მხარის წარმომადგენელი პირველ იერიშს მოიტანს. როცა ხალხი ხედავს, როგორ აკვარახჭინებენ საქმეებს მძარცველები, მათ მორალური აკრძალვები ერყვებათ (თუნდაც იყონ ჩვეულებრივ კანონმორჩილნი) და უჩნდებათ მიბაძვის სურვილი. პასუხიმგებლობის „გაფანტვის“ გამო ჯგუფებში იზრდება ამპტილიტუდა აგრესიული რეაქციებისა. თავდასხმის გადანყვეტილებას ომის დროს ლებულობენ ზემდგომნი და როგორც წესი, ისინი ღრმა ზურგში იმყოფებიან. სტრატეგებს ჰყავთ ბუფერი, რომელიც მათ უშუალოდ ძალადობაში მონაწილეობისაგან ათავისუფლებენ. ისინი მხოლოდ ბრძანებებს გასცემენ. შემსრულებლები კი არიან უბრალო ჯარისკაცები. დევიდ მაიერს აინერესებს, რამდენად ხელს უწყობს დისტანცია ძალადობის გამოყენების თაობაზე გადანყვეტილების მიღებას. დევიდ მაიერსი იხსენებს ჟაკ-ლინ გაბელაინისა და ენტონი მენდერის მიერ ლაბორატორიაში ამ სიტუაციის კვლავწარმოებას. ჩრდილოეთ კაროლინის უნივერსიტეტში, კერძოდ გრინსბორნში, ისინი სტუდენტებს სთავაზობდნენ რეციპიენტისთვის წარეგზავნათ ელექტრონული ძაბვის მუხტები, ანდა მიეცათ რეკომენდაციები იმასთან დაკავშირებით, რამდენად ძლიერი უნდა ყოფილიყო მუხტი კონკრეტულ შემთხვევაში. როდესაც რეციპიენტი რაიმეგვარად „ფრონტის ხაზზე“ მყოფის პროვოცირებას ახდენდა, ეს უკანასკნელი და მათი „ზურგში მყოფნიც“, მრჩევლები, ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად ირჩევდნენ დაახლოებით ერთნაირი ძალის დარტყმებს. მაგრამ, როდესაც რეციპიენტიდან არანაირი პროვოკაცია არ მოდიოდა, როგორც მასობრივი აგრესიის მსხვერპლთა უმრავლესობისაგან, მაშინ „ფრონტაკვიკები“ მათთვის ნაკლები ძალის დარტყმებს განსაზღვრავდნენ, ვიდრე ეს სურდათ „შტაბისტებს“, რომელთა კისერზე ზიანის მიყენებაში ნაკლები პასუხიმგებლობა იყო.

პასუხიმგებლობის „განფენა“ იზრდება არა მხოლოდ დისტანცირებით, არამედ გადანყვეტილების მიმღებთა რაოდენობის ზრდითაც. მაიერსი ბრაიენ მალენს ეყრდნობა. მან გააანალიზა სამოცამდე ლინჩის სასამართლო, რომელსაც ადგილი ჰქონდა 1899-დან 1946 წლამდე. მალენსმა გააკეთა საინტერესო აღმოჩენა. რაც

უფრო მეტი იყო რიცხოვნობით ლინჩის პროცესში ჩართული ბრბო, მით უფრო ამაზრზენი გახლდათ ნამება და მკვლელოვბანი განსასჯელთა.

მსგავს ვითარებებში ასევე იგულისხმება ჯგუფური ურთიერთქმედება. სოციალური „დამუხტვის“ წყალობით, ჯგუფებში აგრესიული ტენდენციები ძლიერდება და ამისი მიზეზი გახლავთ თავად ჯგუფების უნარი ტენდენციების კვეთრად პოლარიზებისა. ჯგუფთან თანაობის ზრდასთან ერთად იზრდება კონფორმულობა და დეინდივიდუალიზაცია. ინდივიდუალურ დონეზე საკუთარი თავის გაიგივება მინიმუმზე დადის, რამდენადაც ჯგუფის ცალკეული მონაწილენი მთლიანად, თანაც ნებაყოფლობით, არინ ჯგუფის განკარგულებაში. ისინი ხშირად კმაყოფილებასაც კი განიცდიან ჯგუფის სხვა წევრებთან განმარტოების შემთხვევაში. მაგალითის სახით მაიერსს მოყავს მოზარდთა ბანდები, მარადიორი ჯარისკაცები, მასობრივი არეულობების მონაწილენი. მობინგი ეს სწორედ სპეციფიკური ჯგუფური საქმიანობა. მარტო დარჩენილი, თუნდაც ყველაზე იქედნური მოზარდი ვერ გაბედავს ილაპარაკოს მწარედ და თავს დაესხას მსხვერპლს.

დევიდ მაიერსი ხშირად ეყრდნობა მისი კოლეგების მიერ მოპოვებულ მდიდარ ემპირიულ მასალას. ამჯერად იგი იხსენებს სოციალურ ფსიქოლოგებს ისრაელიდან, იორამ ჟაფეს და იოელ უაინონს, რომელთაც ჩაატარეს გარკვეული ექსპერიმენტი. ექსპერიმენტიდან დადასტურდა, რომ ჯგუფებს აგრესიული ტენდენციის პოლარიზება შეუძლიათ. ერთ-ერთ ექსპერიმენტში განრისხებული მამრობითი სქესის სტუდენტები შურს იძიებდნენ მათი რისხვის ნავარაუდევ პროვოკატორებზე, მათ დასასჯელად უთავაზებდნენ განსაზღვრული ძალის ელექტრონული ძაბვის მუხტს; მუხტის სიმძლავრე გაცილებით მეტი იყო, როცა შურისმაძიებლენი ჯგუფურად მოქმედებდნენ და გაცილებით მცირე, როდესაც – ცალკე. სხვა გამოკვლევაში ექსპერიმენტის მონაწილენი ადგენდნენ მუხტის სიმძლავრეს, რომელიც იყო მისაგებელი შეკითხვაზე არასწორი პასუხისათვის. ინდივიდუალური გადაწყვეტილებისას ექსპერიმენტის მონაწილენი პროგრესულად ზრდიდნენ მუხტის სიმძლავრეს, ჯგუფური გადაწყვეტილები კი მკვეთრად აძლიერებდა ამ ტენდენციას. გამოდის, რომ თუკი გარემოებანი ინდივიდუალურ

აგრესიას აპროვოცირებენ, ჯგუფურ ურთიერთქმედებაზე მისი მიზმა აგრესიას კიდევ უფრო ზრდის.

დასკვნის სახით მაიერსი ამბობს: ავერსიული<sup>206</sup> გამოცდილება თავის თავში მოიცავს არა მხოლოდ ფრუსტრაციას, არამედ დისკომფორტსაც, ტკივილს, ფიზიკურ და ვერბალურ შეურაცხყოფას. ფაქტიურად ყველანაირი აღზნება, თუნდაც ფიზიკური ვარჯიშით ანდა სექსუალური სტიმულით გამოწვეული, შეიძლება გარე სამყაროზე მიმართული იყოს აგრესიის სახით.

ტელევიზია საეკრანო დროის მნიშვნელოვან ნაწილს უთმობს ძალადობის ჩვენებას. მაიერსი იმონშებს კორელაციურ და ესპერიმენტულ გამოკვლევებს და ასკვნის, რომ ტელევიზიით ძალადობითვის თვალის დევნება 1) ნიადაგს ქმნის აგრესიული ქმედების საკმაოზე მეტად გაძლიერებისთვის და 2) ამდაბლებს მაცურებლის მხრიდან აგრესიის აღქმადობას და ამრუდებს მათ წარმოდგენებს რეალობაზე. ამ გამოკვლევებში მაიერსი ასევე გულისხმობს უხეში პორნოგრაფიის ზეგავლენას მაცურებლის ქცევასა და აზროვებაზე. პორნოფილმებს ძალადობის სცენებით შესწევთ ძალა ქალთან მიმართებაში მამაკაცი გახადონ უფრო აგრესიული და დაამახინჯოთ მათი წარმოდგენები სექსუალური იძულების მიმართ ქალების რეაქციაზე.

აგრესიის ჯგუფური გამოვლინება მეტად ძლიერია. ცალკეული ინდივიდის მაპროვოცირებელი გარემოებანი, შეიძლება თანაბრად აპროვოცირებდეს ჯგუფს. როდესაც „განიზნევა“ პასუხისმგებლობა და ხდება პოლარიზება ინდივიდების ქცევისა, ჯგუფური გარემოება აძლიერებს აგრესიულ რეაქციებს.

ჩვენდა საბედნიეროდ ურთიერთობის ფორმებს სახეს აძლევს არა მარტო მტრობა. მეგობრობა კომუნიკაციის კატალიზატორია. ჯერი დადგა ვნახოთ, თუ რას ასახელებს მეგობრობის მიზეზად დევიდ მაიერსი. რა განაწყობს ერთ ადამიანს იგრძნოს მიჯაჭვულობა მეორისადმი ანდა უყვარდეს იგი. ეს შეკითხვა ლამის ყველაზე ხშირად აღელვებთ ადამიანებს.

---

<sup>206</sup> ავერსიული – ის, რაც იწვევს უარყოფით დამოკიდებულებას ან ზიზლს. ეს შეიძლება იყოს სტიმული (მაგალითად მედიკამენტი, რომელიც იწვევს გულისრევის შეგრძნებას), ანდა მოვლენა (უცაბედი ძლიერი ხმაური ან დარტყმა ელექტრონული ძაბვისა).

ერთ-ერთი ყველაზე სანდო დასტური ორი ადამიანის მეგობრობისა არის აშკარა სიახლოვე. თუმცა, სიახლოვემ ასევე შეიძლება შვას მტრობა; ძალადობისა და მკვლეობის უმეტესობა ხდება ადამიანთა წრეში, რომლებიც ერთ ჭერ ქვეშ ცხოვრობდნენ. თავდაცვიც მიზნით შექმნილ იარაღს უფრო ხშირად ოჯახის წევრს უმიზნებენ, ვიდრე კარზე ბოროტი განზრახვით მომდგარ მომხდურს. ფაქტია, რომ უფრო მეტად სიახლოვე ხელს უწყობს შეჩვევას. შეიძლება ამაში არ დაგვეთანხმონ რომანტიკული სიყვარულის მისტიური წყაროების მაძიებლნი, მაგრამ სოციოლოგები გვარწმუნებენ, რომ ადამიანთა უმეტესობა ქორწინდება მათზე, ვინც ცხოვრობს მეზობლად, მუშაობს იმავე ფირმაში ან მოღვაწეობს იმავე პროფესიონალურ სფეროში ან კიდევ სკოლის წლებში სწავლობდა მის კლასში. არაა დანარჩენი მაგალითების ჩამოთვლა აუცილებელი. თუკი, ვთქვათ თქვენ განიზრახეთ დაქორწინება, თქვენი რჩეული იქნება იმავე წრიდან, მეზობელი, კლასელი, ჯგუფელი ან კოლეგა, დარწმუნებულია დევიდ მაიერსს.

გეოგრაფიული სივრცე სინამდვილეში არის არა კრიტიკული, არამედ ფუნქციონალური დისტანცია, ანუ ის, რამდენად ხშირად შეეჩებებიან ადამიანები ყოველდღიურ ცხოვრებაში. ჩვენ მეგობრებს ხშირად მათ შორის აღმოვაჩინოთ, ვინც იმავე კარებით, ასევე პარკირებისათვის განკუთვნილი ზონებითა და დასვენების ცენტრებით სარგებლობს. კოლეგები, რომლებიც შემთხვევით თურმე მეზობლებიც ყოფილან, მოსალოდნელია, რომ არ იმტერებენ და დამეგობრდებიან. მსგავსი ურთიერთქმედება ადამიანებს აძლევთ შესაძლებლობას სხვაში აღმოაჩინონ საკუთარი თვისებები (ანუ, მსგავსება), იგრძნონ ურთიერთმიჯაჭვულობა და ერთმანეთი აღიქვან როგორც თანანევრი რალაცვარი სოციალური კავშირისა.

კოლეჯში, სადაც დევიდ მაიერსი ასწავლიდა, გოგონები და ბიჭები ოდესღაც ქალაქის განსხვავებულ ბოლოებში ცხოვრობდნენ. სრულიად გასაგებია, რომ ისინი სერიოზულად შეფიქრიანებულიყვნენ საპირისპირო სექსთან მეგობრული ურთიერთობის დეფიციტის გამო. შემდგომში ისინი ერთად დასახლდნენ საერთოსაცხოვრებლის შენობაში. ბუნებრივია მას მერე დადიოდნენ ერთსა და იმავე დერეფნებში, იყოფდნენ დასვენების, სამზარეულოსა და რეცხვისთვის განკუთვნილ ოთახებს. შესაბამისად მათი მეგობრუ-

ლი ურთიერთობაც საპირისპირო სქესთან უკვე აღარ წარმოადგენდა იშვიათობას. დევიდ მაიერსი გვირჩევს, თუკი უცხო ქალაქში ამოყავით თავი, ოთახი ისე იქირავეთ, რომ კარი ახლოს იყოს წერილებისა და გაზეთების ყუთთან. ოფისში დაიკავეთ ყავადანთან ახლოს სკამი, ხოლო მანქანა დააყენეთ ცენტრალურ შენობასთან. ასეთია მეგობრობის შენების გზები.

მეგობრებთან და ახლობლებთან ინტენსიური კონტაქტი და მჭიდრო კავშირები ჩვენი ჯანმრთელობის მდგომარეობაზეც დადებითად აისახება. ეს ყველაფერი უფრო ბედნიერთ გვხვდის.

ამრიგად, ჩვენ ერთი პასუხი უკვე გვაქვს: სიახლოვე ადამიანებს აძლევს საშუალებას ერთმანეთში აღმოაჩინონ მსგავსება და გაცვალონ ყურადღების ნიშნები. გარდა ამისა, მიჯაჭვულობის აღმოცენებას ხელს უწყობს ურთიერთქმედების უბრალო ანტიციპაცია<sup>207</sup>. დევიდ მაიერსი ამჯერად ეყრდნობა ჯონ დარლისა და ელენ ბერშიდს. მინესოტიდან უნივერსიტეტის სტუდენტები მათ მოამარაგეს ორ სტუდენტზე ინფორმაციით. უთხრეს, რომ ერთი მათგანი განიზრახავს მათთან შემოვლას და მოელით კონფიდენციალური საუბარი. შეკითხვაზე, რომელი მათგანი მოსწონდათ, სტუდენტებმა აირჩიეს ის, ვისთან შეხვედრის მეტი ალბათობა ჰქონდათ. ჩვენი გამოცდილებიდანაც ვიცით, რომ ორი თაყვანისმცემლიდან როგორც წესი იმას ვანიჭებთ უპირატეოსობას, ვისთანც მეტი ალბათობითაა მოსალოდნელი რეალური ურთიერთობები. „ფანტომურ“ მოტრფიალეს როგორც წესი გაუზრბვართ. გამომდინარე აქედან ვასკვნი, რომ „პირველი შეხვედრის“ გარემოება კვებავს სიმპათიას. პოზიტიური მოლოდინი – ანტიციპაცია იმისა, რომ „ის უსათუდო კარგი ადამიანი იქნება“ და „ჩვენ შესაბამისად შესანიშნავად შევეწყობით“, ზრდის შანსებს ორს შორის საუკეთესო ურთიერთობების აგებისა.

სიახლოვე მიჯაჭვულობას კიდევ ერთი მიზეზით იწვევს: დევიდ მაიერსის თქმით 200-ზე მეტმა ექსპერიმენტმა აჩვენა, რომ ახლო ნაცნობობა ხელს უწყობს ღრმა სიმპათიის აღმოცენებას. როდე-

---

<sup>207</sup> ანტიციპაცია – მათი აღქმის აქტამდე მოვლენასა ან საგანზე აღმოცენებული წარმოდგენა, მოვლენის დადგომის მოლოდინი. წინასწარგანჭვრეტა (ან წინასწარმოხიბლვა). ამათიმ პროცესის შედეგზე წარმოდგენა, რომელიც რეალურად მის დადგომამდე აღმოცენდება.

საც გამლიზიანებლთა სხვადასხვა ფორმები – უცნაური სიტყვები, ჩინური იეროგლიფები, მელოდიის ფრაგმენტები, უცნობი ადამიანების ფოტოები – მუდმივად თვალთახედვის არეში არიან, ეს ადამიანს თავისთავად უბიძგებს უპირატესობა მიანიჭოს სწორედ მათ. ნიშნავს კი ფსევდოთურქული სიტყვები “nansoma”, “saricik”, “afworbu” რაიმე კარგს, ვიდრე სიტყვები “iktital”, “biwojni” და “kadirga”? დევიდ მაიერსი მოგვითხრობს, მიჩიგანის უნივერსიტეტის სტუდენტებს ზაიენ სომმა ტესტირება ჩაუტარა. მათ სიტყვები, რომლებიც ხშირად უჩვენეს მონიშნეს, როგორც „კარგი“. რაც უფრო ხშირად ხედავდნენ უაზრო სიტყვებსა და ჩინურ იეროგლიფებს, მით უფრო დადებითი შინაარსის მოძიებას ცდილობდნენ მათში. დაფიქრდით, ანაბნიდან თქვენთვის საყვარელი რომელი ასოა? სხვადასხვა ადამიანი, მიუხედავად ასაკისა, ენისა და ეროვნებისა, ამჯობინებს ასოს, რომელიც მის საკუთარ სახელს შეადგენს ან იმას, რომელიც მეტადრე ხშირად გამოიყენება მის მშობლიურ ენაში. მაგალითის მიხედვით, რომელიც განიხილა დევიდ მაიერსმა, ფრანგი სტუდენტები საყვარელ ასოდ ასახლებდნენ W, ანუ ასოს, რომელიც მეტადრე გამოიყენებოდა წერით ფრანგულში.

ზემოხსენებულ „ნაცნობის ასოციაციის ფენომენს“, ხშირად იყენებენ რეკლამის სპეციალისტები და პოლიტიკოსები. როდესაც ადამიანს ამათუიმ პროდუქტის (ანდა კანდიდატის) მიმართ გარკვეული არ აქვს თავისი პოზიცია, უბრალოდ მარტივად მუდმივად ხსენებამ შესაძლო გაზარდოს გაყიდვების რაოდენობა (ანდა ხმების რაოდენობა). საქონლის დასახელების მრავალჯერი განმეორების შემდგომ მომხმარებლები ავტომატურად, სრულიად დაუფიქრებლად კეთილად ეხმაურებიან რეკლამირებად პროდუქტს. თუკი კანდიდატები შედარებით ნაკლებადაა ცნობილი, იმარჯვებენ ისინი, ვისაც მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში ხშირად ახსენებენ. პოლიტიკურ სტრატეგებს ესმით „თვალთახედვის არეში ყოფნის ეფექტი“. მათ შეცვალებს მოკლე ვიდეო და აუდიო რეკლამის დაფუძნებული არგუმენტები. ეს უკანასკნელნი როგორც ჩაქუჩი ტვინში ჩააჭედებენ კანდიდატის სახელს მესხიერებაში.

დევიდ მაიერსი იხსენებს ერთ შემთხვევას. ქეით კელოუმ, ვაშინგტონის შტატის უმაღლესი სასამართლოს თავმა, ერთობ პატივსაცემმა პიროვნებამ მიიღო კარგი გაკვეთილი, როცა 1990

ნელს თავის ოპონენტთან, ჩარლზ ჯონსონთან არჩევნებში წააგო. ჯონსონი იყო ნაკლებად ცნობილი ადვოკატი, დაკავებული უმნიშვნელო დანაშაულობებითა და გაყრებით. იგი ბოლოტირებდა იმ მოზასრებით, რომ დროა მოსამართლე „მივსწიოთ“. არ ყოფილა არანაირი წინასაარჩევნო კამპანია და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებმაც შეჯიბრს იგნორირება გაუკეთეს. არჩევნების დღეს სახელები ინტერპრეტაციების გარეშე ერთმანეთის გვერდით გამოჩნდა. შედეგი ასეთი იყო: ჯონსონის გამარჯვება 53% 47%-ზე. „იქ მეტი ჯონსონია, ვიდრე კელოუ“ – თავს იმართლებდა გაოგნებული იურიდიული საზოგადოების წინაშე შეცბუნებული მოსამართლე. მართლაც, ერთ-ერთი სიეტლში გამოცემული გაზეთი ითვლიდა 27 ჩარლი ჯონსონს. ტაკომაში იყო ვინმე ჩარლ ჯონსონი, სატელევიზიო წამყვანი. მისი პროგრამები შეიძლებოდა გენახათ შტატის საკაბელო ტელევიზიით. გახდენენ რა იძულებული ორ უცნობ სახელს შორის გაეკეთებინათ არჩევანი, ბევრმა ამომრჩეველმა აშკარად ამჯობინა უფრო გავრცელებული და ნაცნობი სახელი – ჩრლი ჯონსონი. ასეთი ბანალური იყო ქვეით კელუოს მოსამართლის პოსტზე დამარცხების მიზეზი.

რა აღმოაჩინეთ (ანდა რას ეძებდით) თქვენს შეყვარებულებში? გულწრფელობა? ლამაზი გარეგნობა? საუბრის წარმართვის უნარი? \_სვამს შეკითხვებს დევიდ მაიერსი. ჭკვიანი, გამოცდილი ადამიანები გულგრილნი არიან ისეთი ზედაპირული მახასიათებლების მიმართ, როგორცაა ლამაზი გარეგნობა; მათ იციან, რომ „სილამაზე მხოლოდ ზედაპირულია“ და რომ „ არ შეიძლება წიგნი გარეკანით შეაფასო“. უკიდურეს შემთხვევაში მათ იციან, როგორ შეიგრძნონ ეს. ციცერონი გვირჩევს: „უმალლესი სათნოება და ბრძენის მთავარი მოვალეობაა არ დალბეს გარეგნობით!“

მიუხედავად გავრცელებული აზრისა დევიდ მაიერსი გვარწმუნებს, რომ ბევრი გამოკვლევის თანახმად გარეგნობა სწორედ რომ მნიშვნელოვანი მონაცემია ურთიერთობების წარმართვაში. ლამაზი გარეგნობა ღირებული მახასიათებელია. დევიდ მაიერსი ისე აღწერდა მიმზიდველობას, თითქოს ეს უკანასკნელი ყოფილიყო ობიექტური პარამეტრი, სიმაღლის დარი, რომელიც ვიდაცას მეტი აქვს, მილაცას ნაკლები. მკაცრად რომ ვთქვათ, მიმზიდველობა ეს ისაა, რასაც ადამიანები მოცემულ ადგილას და დროში თვლიან მიმზიდველად. ცხადია, მათი შეხედულებები განსხვავდება. სტან-



დარტები, რომლის მიხედვითაც ირჩევენ სილამაზის დედოფალს, არა მგონია მთელს პლანეტას აწყობდეს. ერთსა და იმავე ადგილსა და დროსაც, ადამიანები არ თანხმდებიან იმასთან დაკავშირებით, თუ რაა მიმზიდველი და პირუკუ.

ზოგადად მიმზიდველი სხეული და სახე არც ისე განსხვავდება „საშუალოსაგან“. ადამიანები აღიქვამენ იმ ცხვირს, ფეხებს და სხეულს, რომლებიც ზედმეტად პატარა ან დიდი არიან ნაკლებად მიმზიდველად. დევიდ მაიერსი იხსენებს ჯუდით ლანგლუამ და ლორი როგმანმა კომპიუტერში როგორ ატვირტეს კოლეჯიდან 32 სტუდენტის ფოტოსურათი. ისინი შეეცადნენ საშუალო არითმეტიკულის გამოყვანას. შეფასების ფლანგზე მყოფმა სტუდენტებმა საშუალო სილამაზე შეაფასეს, როგორც მიმზიდველობა, ვიდრე 96% ინდივიდუალური სახე. ასე რომ, რარაც აზრით, უნიკალური საშუალო გარეგნობა უჩვეულოდ მიმზიდველია.

ჩვეულებრივ ის, რაც ადამიანს ხდის მიმზიდველს, განსაზღვრულია სქესით. შესაბამისად იმისა, რომ ისტორიულად მამაკაცებს ჰქონდათ მეტი საზოგადოებრივი ძალუფლება, ისინი მიმზიდველად თვლიდნენ იმ ქალებს, რომელთა გარეგნობაშიც იყო რაღაც „ბავშვური“<sup>208</sup>, მაგალითად დიდი თვალები, რაც მეტყველებდა, რომ მათ არ გააჩნდათ დომინირების სურვილი. მამაკაცი უფრო მიმზიდველი ჩანს, თუკი მისი სახე და ქცევა მეტყველებს სიმწიფესა და ძალაუფლების ნებაზე. საინტერესოა, რომ ჰომოსექსუალთა შორის მოქმედებს საპირისპირო ტენდენცია: ბევრი ჰომოსექსუალი მამაკაცი ამჯობინებს მამაკაცს ბავშვური სახით; შესაბამისად ბევრ ლესბოსელ ქალს არ უყვარს ქალი ბავშვური სახით<sup>209</sup>. დევიდ მაიერსი სილამაზის სტანდარტებზე სხვადასხვა სექსუალური ორიენტაციის მქონე პირებში მოგვითხრობს მაიკლ კანინგემზე დაყრდნობით<sup>210</sup>. ზემოთჩამოთვლილი გამონაკლისების

---

<sup>208</sup> გემახსოვრებათ ვლადიმირ ნაბოკოვის სენსაციური რომანი „ლოლიტა“. სწორედ მისი ზეგავლენით დამკვიდრდა სიტყვათხმარებაში ტერმინი „ნიმფეტკა“. „ნიმფეტკა“ სწორედ ბავშვს მიმგვანებული ქალის იდეალურ სახეზე მოგვითხრობს.

<sup>209</sup> რუსულ ენაში არის ასეთი გამონათქვამი „мужеподобная женщина“. სწორედ „мужеподобная женщина“ არის ლესბოსური იდეალი.

<sup>210</sup> Майерс Девид, Социальная психология, 2000, Санкт-Петербург, Издательство „Питер“, ст. 548.

გარდა ადამიანები მამაკაცთა და ქალთა იდეალური სახეების თაობაზე ავლენენ სრულ ერთსულოვნებას, და ამაზე გავლენას სულაც არ ახდენს მათი ეთნიკური წარმომავლობა.

დევიდ მაიერსი აღნიშნავს, ფსიქოლოგები, რომლებთაც უმუშავიათ ევოლუციურ თეორიებზე, სქესობრივ ლტოლვებს განმარტავდნენ რეპროდუქციული სტრატეგიის ტერმინებში. მათი აზრით, ევოლუცია მამაკაცს სთავაზობს ადფრთოვანდეს ქალის ნაკვეთებით, რომელიც ასოცირდება ახალგაზრდობასა და ჯანმრთელობასთან, შესაბამისად კარგ რეპროდუქციულ პოტენციალთან. ქალს კი ევოლუცია კეთილად განაწყობს მამაკაცის ნაკვეთების მიმართ, რომელთა უკანაც იკითხება მონადირე, მომხვეჭელი და მცველი. მაიერსის თქმით, 37 კულტურაში დევიდ ბასის მიერ შესწავლილი მამაკაცები (ავსტრალიიდან ზამბიამდე) სწორედ რომ უპირატესობას ანიჭებენ იმ ქალურ თვისებებს, რომლებიც გულისხმობენ რეპროდუქციულ უნარებს. ბასი ასევე განგვიმარტავს, რატომ მიჰყვებიან ფიზიკურად მიმზიდველი ქალები მამაკაცებს მაღალი სოციალური სტატუსით (ხოლო მამაკაცები თავის მხრივ რატომ ეშვებიან რბოლაში დიდებისა და წარმატებისთვის).

დევიდ მაიერსი ცდილობს მიმზიდველობაზე თავისი მონათხრობი დაასრულოს ოფტიმისტური ნოტიო. ჩვენ არა მარტო მიმზიდველ ადამიანებს მივიჩნევთ სიმპათიურად, არამედ სიმპათიურებშიც აღმოვაჩინთ მიმზიდველობას. ჩვენ აღბათ გვახსენდება ადამიანები, რომლებიც მათ მიმართ სიყვარულის მოძალების შემთხვევაში სულ უფრო მიმზიდველი რომ გვეჩვენებოდნენ. მათი ფიზიკური არასრულყოფილება თანდათან შეუმჩნეველი ხდებოდა. დევიდ მაიერსი იხსენებს, ალან გროსსმა და ქრისტინა კროფტონმა მისურიში წმინდა ლუისის უნივერსიტეტში სტუდენტებს უცნობი ადამიანების ფოტოები ჩამოურიგეს. ზოგიერთ მათგანზე დადებითი, ხოლო ზოგიერთზე უარყოფითი დახასიათება ნაუკითხეს. თუკი ადამიანი ხასიათდებოდა როგორც გულთბილი, მეგობრული და სხვების მიმართ ყურადღებიანი, ის მათთვის გამოიყურებოდა უფრო მიმზიდველად. როცა ვინმეში ჩვენს მსგავს ნაკვეთებს აღმოვაჩინთ, ასევე უფრო სიმპათიურად გვეჩვენება. დევიდ მაიერსი ამბობს, „სიყვარული ხედავს სიყვარულის ღირსად“. რაც უფრო მეტად უყვარს ქალს კაცი, მით უფრო მიმზიდველად ეჩვენება იგი. რაც უფრო მეტად უწყვარს წყვილს ერთმანეთი, მით უფრო გულ-

გრილი ხდებიან დანარჩენთა გარეგნობის მიმართ და ვერ ამჩნევენ საპირისპირო სქესს. ბალახი ღობის მიღმა შესაძლოა უფრო მწვანე იყოს, მაგრამ როგორც წესი, ბედნიერი მეზალები ამას ვერ ამჩნევენ. მაიერსი ბენჯამინ ფრანკლინის პერიფრაზს აკეთებს: როცა ჯილს უყვარს ჯეკი, ის თვლის, რომ იგი ყველა მის მეგობარზე ლამაზია.

გამომდინარე იქედან, რაც ზემოთ ითქვა, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ლევ ტოლსტოი სრულიად მართალი იყო – „სიყვარული განისაზღვრება არა მორალური სანწყისებით, არამედ ფიზიკური სიახლოვით. პრაქტიკულად ფარჩის ზედაპირითა და შეფერილობით“<sup>211</sup>. თუმცაღა, მას მერე, რაც ადამიანები საკმარისად გაიცნობენ ერთმანეთს, მეგობრობა რომ სიყვარულში გადაიზარდოს, ცხადია სხვა ფაქტორებიც არის მნიშვნელოვანი.

ერთ რამეში შეიძლება დარწმუნებული ვიყოთ: ერთი ქვუჩის ადამიანები მეტად გრძნობენ ურთიერთსიმპათიას! მეგობრები, დანიშნული წყვილი, მეუღლეები მეტი ალბათობით გაიზიარებენ ღირებულებებს, ინტერესებს, თამაშის წესებს, ვიდრე უცხონი. უფრო მეტიც, რაც მეტი საერთო თვისება აღმოაჩნდება ცოლსა და ქმარს, მით უფრო ბედნიერები არიან ისინი და მცირეა გაყრის ალბათობა. ამ კორელაციის აღმოჩენა გვაინტრიგებს, მაგრამ იოლი არაა გაარკვიო, რაა შედეგი და რა მიზეზი. მსგავსება იწვევს მიჯაჭვულობას თუ მიჯაჭვულობა მსგავსებას?

მიმზიდველობა და მეზობლად ცხოვრება ჩვენს თავდაპირველ კეთილგანწყობაზე ისევე ახდენს ზეგავლენას, როგორც მსგავსება, რომელიც ერთმანეთისადმი კეთილგანწყობას ხდის ხანგრძლივს. ჩვენ გვაქვს გაერთიანების შინაგანი ღრმა მოთხოვნილება და ჩვენთვის აუცილებელია იმისი ცოდნა, რომ მოვწონვართ და გვლებულობენ. ბუნებრივია, ჩვენ კეთილგანწყობა გვაქვს იმათ მიმართ, ვისაც მოვწონვართ. მეგობრობა ხომ ორმხრივი აღფრთოვანების გამოხატულებაა. ერთი ადამიანის მეორისადმი კეთილგანწყობა საპასუხო კეთილგანწყობას გულისხმობს. კეთილგანწყობა ჩვეულებრივ ორმხრივია. ადამიანების მონათხრობი, თუ როგორ შეუყვარდათ ერთმანეთი გვაიძულებს ვიფიქროთ, რომ ერთი ადა-

---

<sup>211</sup> ლევ ტოლსტოი – რუსი კლასიკოსი (1828-1910). მისი საუკეთესო ნაარმოებია „ომი და მშვიდობა“, „ანნა კარენინა“.

მიანის მეორისადმი კეთილგანწყობა საპასუხო მიჯაჭვულობის მიზანია. აღმოჩენა, რომ მართლაც მოსწონხართ მიმზიდველ ადამიანს, აღძრავს რომანტიკულ გრძნობებს. ამას ესპერიმენტებიც ადასტურებენ, როგორც გვარწმუნებს დევიდ მაიერსი. როდესაც ვინმეს ეუბნებით, რომ მისით აღფრთოვანებული ხართ, როგორც წესი, ის იწყებს იმავე გრძნობების განცდას.

იმის ცოდნა, რომ ჩვენ სითბოთი და ყურადღებით ვრეაგირებთ ჩვენით კეთილად დამუხტულ ადამიანებზე, გაცილებით ადრე არსებობდა, ვიდრე ეს მოაფიქრებოდათ სოციალურ ფსიქოლოგებს. ძველი დროის ფილოსოფოსი გეკატონი ამბობდა, „თუ გინდა უყვარდეთ, შეიყვარე“. რაღვ ემერსონი იგივეს იმეორებდა – „ერთადერთი გზა იპოვო მეგობარო, ესაა თავად დაუმეგობრდე ვინმეს“. ასევე, მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ დეილი კარნეგი – „არ დაზოგოთ შექება, ქათინაური!“. ხარვეზი იმაშია, რომ ზემოთჩამოთვლილი მოაზროვნეები არ ლაპარაკობდნენ ზუსტ პირობებზე, რომელთა დროსაც ეს პრინციპი მუშაობდა.

მაიერსის თქმით, მან განიხილა მძლავრი ფაქტორები, რომლებიც მეგობრობასა და კეთილგანწყობას უწყობენ ხელს. საუკეთესო ინდიკატორი იმისა, ვართ თუ არა მეგობრები, არის ერთმანეთისადმი ჩვენი აშკარა სიახლოვე. სიახლოვე თვალთახედვის არეში ყოფნის მიზეზია, შესაბამისად ურთიერთქმედებისა. იგი საშუალებას გვაძლევს სხვებში აღმოვაჩინოთ ჩვენი მსგავსი მახასიათებლები და ვიგრძნოთ მათადმი კეთილგანწყობა.

ადამიანის მიმართ თავდაპირველი ლტოლვის მეორე დეტერმინანტი არის ფიზიკური მიმზიდველობა. დევიდ მაიერსის თქმით, ექსპერიმენტში, რომელიც ჩატარდა ლაბორატორიულ და საველე პირობებში, უნივერსიტეტის სტუდენტებმა დიდი სიმპათიები გამოავლინეს უცნობი და ამავდროულად მიმზიდველი ადამიანებისადმი. ყოველდღიურ ცხოვრებაში ჩვენი მიდრეკილნი ვართ მეუღლედ შევარჩიოთ ის, ვინც მეტად ხიბლავს თვალს. წინააღმდეგ შემთხვევაში მას უნდა ქონდეს მაკომპენსირებელი თვისებები (ღირსება, სიმდიდრე, კარგი წარმომავლობა...).

პოზიტიური ატრიბუციის ორეალი, რომელიც გარემოიცავს მიმზიდველ ადამიანებს, ფიზიკური მიმზიდველობის სტერეოტიპს განსაზღვრავს, ანუ მიდრეკილებას გაიგივდეს ლამაზი და კარგი.

ორი დანარჩენი ფაქტორი ურთიერთობის შემდგომ განვითარებას განსაზღვრავს. მათზეა დამოკიდებული ნაცნობობა გარდაისახება თუ არა მეგობრობაში. სხვა ადამიანისადმი მიჯაჭვულობის აღმოცენებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს შეხედულებათა, რწმენათა, ღირებულებათა მსგავსება. მსგავსება მიგვიყვანს კეთილგანწყობამზე. საპირისპირო ბუნება იშვიათად იზიდავს კაცს. ჩვენ მიდრეკილნი ვართ ვემეგობროთ მათ, ვისაც მოწონვართ. როგორც იტყვიან “одного поля ягоды”<sup>212</sup> მეტად ეწყობიან ერთმანეთს.

ზემოთ, მოცემული ქვეთავის დასაწყისში ჩვენ განვიხილავდით აგრესიას, ანუ რატომ აყენებს ადამიანი სხვას ზიანს. დევიდ მაიერსს ასევე აინტერესებს, რატომ ეხმარება ადამიანი სხვას. ალტრუიზმი სხვა არაფერია, თუ არა სხვებისადმი დახმარება, ზოგჯერ თავგანწირვაც კი. ალტრუიზმი, ესაა ეგოიზმი პირუკუ. ალტრუისტი აღმოუჩენს დახმარებას მაშინაც კი, როცა საპასუხოდ, უფრო ზუსტად სამაგიეროდ არაფერს ელის. კლასიკური ილუსტრაცია ამისა არის სახარებისეული იგავი კეთილ სამარიტელზე.

„ვინმე კაცი მიდიდოდა იერუსალიმიდან იერიხონს, დაესხნენ ყაჩაღები, რომლებმაც ტანსაცმელი გახადეს, დაჭრეს და წავიდნენ. ის კი ცოცხალ-მკვდარი მიატოვეს.

შემთხვევით ერთმა მღვდელმა ჩაიარა იმ გზაზე, დაინახა იგი და გვერდი აუქცია.

ასევე ლევიანმა ჩაიარა იმ ადგილას, დაინახა და გვერდი აუქცია.

მერე ვილაც სამარიელმა გამოიარა, დაინახა და შეიცოდა.

მივიდა მასთან, ჭრილობები შეუხვია, ზეთი და ღვინო დაასხა, შესვა თავის პირუტყვზე, მიიყვანა სასტუმროში და იზრუნა მასზე.

მეორე დღეს, ამოიღო ორი დინარი, მისცა სასტუმროს პატრონს და უთხრა: იზრუნე მასზე და, თუ ზედმეტი ხარჯი მოგივა, რომ დავბრუნდები, მოგცემო.“

(ლუკა. 10. 30-35)

სამარიტელი ავლენს ჭეშმარიტ ალტრუიზმს. აღვსებული თანაგრძნობის გლზნობით, ის სრულიად უცნობ ადამიანს უთმობს

---

<sup>212</sup> ერთგვარი იდიომაა. ასეთ შემთხვევაში ასევე ამბობენ – “из одного теста”.

თავის დროს, ენერჯიას და ფულს, არ ელის დაჯილდოვებას, არც მადლიერებას.

ალტრუიზმის ერთ-ერთი ახსნა არის სოციალური გაცვლის თეორიაში: ადამიანური ურთიერთქმედება იმართება „სოციალური ეკონომიკით“. ჩვენ გავცვლით არა მხოლოდ მატერიალურ სიკეთეებს და ფულს, არამედ სოციალურ პროდუქტსაც – სიყვარულს, დახმარებას, ინფორმაციას, სტატუსს. ვიქცევით რა მსგავსად, ჩვენ ვიყენებთ „მინი-მაქსის“ სტრატეგიას, ვამცირებთ გასავალს, ვზრდით დაჯილდოვებას. სოციალური გაცვლის თეორია სულაც არ ამტკიცებს, რომ ჩვენ ცნობიერად დაჯილდოების იმედი გვაქვს. უბრალოდ ხშირად ასეთი არაცნობიერი ვარაუდი განსაზღვრავს ჩვენს ქცევას.

დაჯილდოვება, რომელიც დახმარების მოტივი ხდება, შეიძლება იყოს გარეგანი და შინაგანი. როდესაც ფირმები თავიანთი კორპორაციული იმიჯის გასაუმჯობესებლად სპონსორებად გვევლინებიან, როცა ადამიანი ალიარების და მეგობრობის მოსაპოვებლად თავაზობს მისი სამსახურით სარგებლობას, სარგებელი არის გარეგანი. ჩვენ გავცემთ, რათა მივიღოთ. ჩვენ ამ შემთხვევაში დახმარება ყველაზე მეტად გვინდა აღმოვუჩინოთ იმას, ვინც ჩვენთვის მიმზიდველია, იმას, ვისი კეთილგანწყობის მოპოვებასაც ვესწრაფვით.

დახმარების განწვეიდან სარგებელი შესაძლოა გულისხმობდეს შინაგან დაჯილდოვებასაც. თუკი ვინმე ჩვენს სიახლოვეს მდგომარეობიდანაა გამოსული, როგორც წესი, ვპასუხობთ ემპათიით (თანაგრძნობით)<sup>213</sup>. ფანჯრის მიღმა ქალის კივილი გვაღელვებს და გვშოკავს. ცხადია, თუკი ტკივილს არ მივიჩნევთ ნაყალბევად. ვერაფრით დავმშვიდდებით, სანამ არ გავარკვევთ მიზეზს უბედურებისა. აღმოვუჩინებთ დახმარებას და ამით ვამცირებთ ჩვენს დისტრესს<sup>214</sup>.

---

<sup>213</sup> ემპათია – სხვა ადამიანის მიმდინარე ემოციონალური მდგომარეობის მიმართ ცნობიერი თანაგანცდა. როგორც წესი, ამ დროს არ იკარგება მოცემული განცდის „გარეგანი წარმოშობის“ შეგრძნება. შესაბამისად „ემპათი“, ესაა ადამიანი, ემპათიისადმი განვითარებული უნარი.

<sup>214</sup> სტრესი, დაკავშირებული ნეგატიურ ემოციებთან, რომლებიც ჯანმრთელობაზე საზიანო ზეგავლენას ახდენენ.

დევიდ მაიერსი იხსენებს, რომ მარკ სნაიდერმა, ალენ ომოტომ და ჯილ კლერიმ თავიანთი გამოკვლევების საფუძველზე გამოყვეს ექვსი მიზეზი, რომლებიც ააშკარავებენ ადამიანებში სხვისათვის დახმარების სურვილის მიზეზებს:

1. ცოდნა: სურვილი უკეთ გაუგო ადამიანებს ანდა რაიმე ის-ნავლო.
2. კარიერა: გაიფართოვოთ სამსახურის მიღების შანსები მიღებული გამოცდილებისა და კავშირების წყალობით.
3. სოციალური შემგუებლობა: გახდეთ ნაწილი რომელიმე ჯგუფისა. მოაღწიო, რომ კვერს გიკრავდნენ.
4. საკუთარი „მე“-ს დაცვა: დანაშაულის გრძნობის შემცირება და პირადი პრობლემებისაგან განთავისუფლება.
5. პატივისცემის გაზრდა: საკუთარ თავში დარწმუნებულობისა და საკუთარი ღირსების გრძნობის გაზრდა.
6. ღირებულებათა გამოხატულება: ზოგადსაკაცობრიო ღირებულებების შესაბამისად მოქმედება და სხვებზე ზრუნვა.

თავგანწირული ალტრუისტის ქმედება მხოლოდ ღირებულებებისადმი ერთგულებით აიხსნება. ამიტომაც „შემოსავლისა“ და „გასავლის“ ზემოთნახსენები ანალიზი შეურაცხმყოფელი ჩანს. შეიძლება დავსვათ ზოგიერთი შეკითხვა: ჩვენ ხომ ადამიანურობის წყალობით ვღებულობთ სიამოვნებას სხვებისთვის დახმარების განწევით; სწორედ ამის წყალობით არაა ჩვენი ქცევა „პროსოციალური“ და არა ანტიპროსოციალური?; განა სიყვარულის მიძღვნისას ამიტომაც არ ვტკბებით?; თუკი კმაყოფილებას მხოლოდ საკუთარი ინტერესების მსახურება მოგგვრიდა, რამდენად უარესად იქნებოდა საქმე?

მიუხედავად ზემო თქმულისა სოციალური გაცვლის თეორია აქცენტს აკეთებს იმაზე, რომ დახმარების განწევა არასოდეს წარმოადგენს წმინდა ალტრუისტულ ქცევას. მას ალტრუისტულს ვეძახით, რადგან სარგებელი უბრალოდ არ გვეჩხირება თვალში. თუკი ჩვენ დახმარებას აღმოვუჩინებთ მკვიან ქალს, განა ამის წყალობით საზოგადოებაში მონონებას არ მოვიპოვებთ? განა საკუთარ დისტრესს არ შევამცირებთ და არ ავმალდებით საკუთარ თავში? ასე რომ, ეს საქციელი არის კი ჭეშმარიტად ალტრუისტული? დევიდ მაიერსს ეს აგონებს ბ.ფ. სკინერის მიერ შესრულებულ ალტრუიზ-

მის ანალიზს. ჩვენ სკინერის აზრით<sup>215</sup> ადამიანებს მხოლოდ მაშინ ვცემთ პატივს, თუკი არ შეგვიძლია ავხსნათ მათი ქცევები. ჩვენ ადამიანის საქციელს ავხსნით მისი შინაგანი დისპოზიციიდან, თუკი არ გვეოფნის გარეგანი „სამხილები“. როდესაც გარეგანი მიზეზები აშკარაა, სწორედ ჩვენ მათგან ამოვდივართ და არა პიროვნების განსაკუთრებულობიდან!

წუთუ ადამიანები, რომლებიც სხვებს შველიან, დონორები, მშვიდობის კორპუსის ვოლუნტერები ყოველთვის ხელმძღვანელობენ სხვებზე უანგარო ზრუნვის მოტივებით. იქნებ მათ ყოველთვის განსაზღვრული პირადი ინტერესები ამოძრავებთ, როგორცაა მაგალითად დისტრესის დაწევა, ანდა დანაშაულის გრძნობისაგან განთავისუფლება.

დევიდ მაიერსი აბრაამ ლინკოლნის ერთ თავგადასავლს იხსენებს. ერთხელ ლინკოლნი თავის მეგობართან საფოსტო ეტლით მგზავრობდა. ლინკოლმა გამოთქვა ვარაუდი ალტრუიზმის ეგოისტურ მოტივებზე. ამ დროს მათ გზაზე განოლილი ღორის კივილი შემოესმათ, რომელსაც გოჭები დელეში ჩასცვივნოდა. ლინკოლმა მეეტლეს შეჩერება სთხოვა. ეტლიდან გადაიჭრა და გოჭები დახრჩობისგან იხსნა. როცა იგი ეტლში მიბრუნდა, თანამგზავრმა ჰკითხა, „აბა რა კავშირია ეგოიზმისა და ამ წუთას მომხდარს შორის?“. „რას ამბობ ედ, უფალი შეგეწიოს, სწორედ რომ პირდაპირ კავშირშია! მთელი დღე ვერ დავმშიდდებოდი გვერდი რომ ჩამეველო და თავისი პატარების გამო გადარეული სანყალი ღორი დამეტოვებინა. მე ეს გავაკეთე, რათა სიმშვიდე მეპოვნა. წუთუ ეს არ გესმის?“ დიდი დრო არ გასულა, რაც ფსიქოლოგები დაეთანხმნენ ლინკოლნს.

დევიდ მაიერსი ახსენებს ფსიქოლოგ დანიელ ბასტონს. ეს უკანასკნელი ამტკიცებს, რომ ჩვენს მისწრაფებაზე აღმოვუჩინოთ დახმარება, ზეგავლენას ახდენს როგორც ეგოისტური, ასევე უანგარო შინაარსის მქონე იმპულსები. როცა რაიმეს გამო დამწუხრებული ვართ, ვცდილობთ შევიმსუბუქოთ ჩვენი ტანჯვა, თავს ვარიდებთ უსიამო გარემოებას (როგორც სახარებისეულ იგავში მღვდელი და ლევიტელი), ანდა დახმარებას აღმოვუჩინთ (როგორც სამარიტელი). თუკი მიჯაჭვულობას ვგრნობთ ვინმეს მი-

---

<sup>215</sup> Майерс Девид, Социальная психология, 2000, Санкт-Петербург, Издательство “Питер”, ст.589



მართ, ასევე განვიცდით ემპათიას (თანაგრძნობას). მოსიყვარულე მშობელი იტანჯება, თუკი მისი შვილი ცუდ დღეშია. ხოლო თუკი ულხინს, მასთან ერთად სიხარულს განიცდის. მტარვალს, სისასტიკისკენ მიდრეკილს ცხადია ემპათია აკალია.

როდესაც ემპათიას განვიცდით (თანაგრძნობას), ყურადღებას მივმართავს არა იმდენად ჩვენს დისტრესზე, არამედ სხვათა ტანჯვაზე. ნამდვილი თანაგანცდა, თანაგრძნობა მოტივატორია. აღგძრავს სხვათა დასახმარებლად. ასეთი ემპათია აღმოცენდება ბუნებრივი გზით. ერთი დღის ჩვილიც კი უფრო ძლიერ ტირის, თუკი უცაბედად სხვა ჩვილის ტირილი შემოესმა. სამშობიარო სახლებში ერთი ბავშვის ტირილს ზოგჯერ მტირალი ხმების მთელი ორკესტრი მოჰყვება. როგორც ჩანს ჩვენ ქვეყანას ემპათიის თანშობილი განცდით ვევლინებით.

მაიერსის თქმით, ზოგიერთი მონაცემის თანახმად, ნამდვილი ალტრუიზმი მხოლოდ შემდეგ შემთხვევებში არსებობს:

1. ემპათიას დახმარების განწევა მოსდევს თუკი ადამიანებს ღრმად სჯერათ, რომ სხვებისთვის მათი დახმარება აუცილებელია!
2. ადამიანს თუკი მოეძალა ემპათია, განსაცდელში მყოფს დახმარებას აღმოუჩენს, თუნდაც ამის შესახებ არავინ შეიტყოს. ის დაეხმარება მანამ, სანამ მეორე მხარისთვის ამისი საჭიროება იარსებებს.
3. ადამიანი დახმარებას აღმოუჩენს სასონარკვეთილს, მაშინაც კი, თუ უგუნებობდა და სასონარკვეთა ამ უკანასკნელს მედიკამენტების ზეგავლენით განუვითარდა.
4. რადგან ემპათია აღვივებს ალტრუიზმს, ადამიანი ზოგჯერ ცდილობს თავი აარიდოს ასეთ „ხაფანგს“ და შორს იყოს „გადამეტებული ჩართულობისგან“. ანუ, „კეთილი ფერიის“ როლი დიდად არ იზიდავთ.

თუკი ზემოთ თქმულს დავაჯამებთ, დავეთანხმებით, რომ დახმარების განწევის ზოგიერთი მცდელობა აშკარად ეგოისტურია. ის აიხსნება საკუთარი დისტრესის შემსუბუქების მისწრაფებით. დახმარების განწევის მესამე ტიპიც არსებობს – უბრალოდ სხვისი კეთილდღეობის გაზრდაზე მიმართული ალტრუიზმი! დევიდ მაიერსი ამბობს, ეგოიზმისა და ემპათიას შორის კორელაციის თაობაზე

25-მა ექსპერიმენტმა დაადასტურა, რომ ზოგიერთ ადამიანს მართლაც სიამოვნებას ანიჭებს სხვის და არა საკუთარ კეთილდღეობაზე ზრუნვა.

მაიერსი მაგალითად ასეთ შემთხვევას მოგვიყვანს. ვიეტნამის ომში 63 ჯარისკაცმა მიიღო დიდების ორდენი. მათ თავიანთი თანამებრძოლები აფეთქებასა და სიკვდილს გადაარჩინეს. მათი უმეტესობა მცირე საბრძოლო ჯგუფში ირიცხებოდა. ჯარისკაცები საკუთარი სხეულით ფარავდნენ აფეთქებულ ყუმბარებს. შედეგად 59 ჯარისკაცი დაიღუპა და უფრო მეტი დაშავდა. მაიერსი ასევე იხსენებს მეორე მსოფლიო ომში ჩართულ 50 000 ჯარისკაცს, რომლებმაც 200 000 ებრაელი ტყვე ისხნა. თუმცა ვიეტნამში არ იყო დრო გენგეცადა სირცხვილის გრძნობა სიმბდალის შემთხვევაში და დაფიქრებულიყავი თავგანწირვისთვის მოსალოდნელ მარადიულ მისაგებელზე. მიუხედავად ამისა, ჯარისკაცებს რაღაც უბიძგებდა გმიერობისაკენ. ფსიქოლოგები მთელი ცნობისნადილით იკვლევენ ომის დროს თავგანწირვის შემთხვევებს.

ნაწილობრივ ჩვენ დამხამრებას აღმოვუჩინებ შინაგანი ხმის კარნახით, და არა იმიტომ, რომ მსგავსი საქციელი ჩვენსავე ინტერესებშია. შინაგანი ხმის კარნახით მეზობელს გადმობარგებაში ვეხმარებით, მანქანაში შუქს ვრთავთ, თუკი პიკნიკზე აღმოვჩნდით, ვაბრუნებთ საფულეს, რომელიც ჩვენს თვალწინ დაკარგეს, ვიცავთ ჩვენს თანამებრძოლებს დაჭრისა და უეცარი სიკვდილისაგან. ნორმები საზოგადოებრივ მოლოდინებს წარმოადგენენ. ისინი მოგვიწოდებენ განსაზღვრული ქცევისაკენ. მკვლევარები, რომლებიც შეისწავლიან ურთიერთდახმარების შემთხვევებს, გამოყოფენ სოციალურ ნორმებს, როგორც ალტრუიზმის მოტივატორებს. დევიდ მაიერსი ეყრდნობა ალვინ გოულდნერს. მისი მტკიცებით სიკეთის მიგების ნორმა სწორედ რომ საყოველთაო მორალური კოდაა. თუკი დაგვეხმარნენ, ცხადია სიკეთეზე სიკეთით უნდა ვუპასუხოთ. გოულდნერის ვარაუდით ეს ნორმა ისევე უნივერსალურია, როგორც ინცესტის აკრძალვა. ჩვენ ჩვენს ძალისხმევას სხვებში ვდებთ და ველოდებით დივიდენდებს. შემოწირულობები როდესაც კეთდება, საფოსტო გზავნილებში სავიზიტო ბარათებიც ხშირად თანაა. ბევრი „გამცემი“ იმედოვნებს, რომ სიკეთეზე სიკეთით უპასუხებენ და უკუკონტაქტის შესაძლებლობას წინდანინვე იძლევა. პოლიტიკოსებმა კარგად იციან, ის ვინც სამ-

სახურს აღმოგვიჩინეს, იგივეს მიღებას თავადაც მოეღოს! ე.წ. „მისაგებლის ნორმა“ ქორწინებასაც კი შეეხება. ხანდახან ადამიანები უფრო მეტს „ჩადებენ“, ვიდრე „ლებულობენ“. თუმცა ხანგრძლივ დროით პერსპექტივაში გასავალი მაინც ნაზღაურდება. ურთიერთქმედებისას დროთა განმავლობაში განსაზღვრული ბალანსი მიიღწევა. მისაგებლის გარეშე კი ურთიერთობებში ირღევა „ურთიერთგების ნორმა“.

„ურთიერთგების ნორმა“ გვასწავლის, რომ ურთიერთობებში უნდა არსებობდეს ჩუქებისა და მიღების გარკვეული ბალანსი. თუმცა, ურთიერთგება ერთადერთი ნორმა რომ ყოფილიყო, სამარიტელი არ შეირაცხებოდა კეთილ სამარიტელად და ეს იგავი თავის დიდაქტიკურ დანიშნულებასაც დაკარგავდა. იესოს ამ იგავში მხედველობაში ჰქონდა რაღაც აშკარად უფრო ჰუმანური, რამაც ასახვა ჰპოვა მის მიერ ფორმულირებულ სხვა მცნებაში:

„თქვენ გსმენიათ, რომ თქმულა: „მეიყვარე მოყვასი შენი და შეიძულე მტერი შენი“.

მე კი გეუბნებით: გიყვარდეთ თქვენი მტრები, დალოცეთ თქვენი მანყევრები, სიკეთე უყავით თქვენს მოძულეებს და ილოცეთ მათთვის, ვინც თქვენ გავიწროებთ და გდევნით.

რათა იყოთ თქვენუ ზეციერი მამის ძენი, ვისაც თავისი მზე ამოყავს ბოროტთა და კეთილთა თავზე და წვიმას უგზავნის მართლებსა და უსამართლოებს.

ვინაიდან, თუ თქვენ თქვენი მოყვარულები გეყვარებთ, რა იქნება თქვენი საზღაური? განა მებაჟეებიც ასევე არ იქცევიან?

თუ მხოლოდ თქვენს ძმებს მოიკითხავთ, განსაკუთრებულს რას გააკეთებთ? განა წარმართებიც ასევე არ იქცევიან?

მაშ, იყავით სრულყოფილნი, ისევე როგორც თქვენი ზეციერი მამაა სრულყოფილი.“

(მათე. 5. 43-48.)

დევიდ მაიერსის თქმით, რწმენა, რომლის თანახმადაც სარგებლის გარეშე განსაცდელში მყოფს უნდა გაუმართო ხელი ინოდება სოციალური პასუხიმგებლობის ნორმად. სწორედ სოციალური პასუხიმგებლობის ნორმის მიდევნებით ყავარჯნიან უცნობს ვანვდით ხელიდან გავარდნილ წიგნს. კოლექტივისტურ ინდოეთში ინდივიდიალისტურ დასავლეთზე ხშირად მისდევენ სოციალური პასუხიმგებლობის ნორმას. ინდოეთში მაიერსის თქმით, დახმარების

სურვილს მაშინაც გამოთქვამენ, როცა დაზარალებულისთვის სასიცოცხლო საფრთხე არ არსებობს ანდა იგი ნათესავების რიცხვს არ განეკუთვნება.

ალტრუიზმის მესამე ასხნა გამომდინარეობს ევოლუციური თეორიიდან. ევოლუციური ფსიქოლოგია დაიჟინებს, რომ სიცოცხლის საზრისი გვარის შენარჩუნებაში მდგომარეობს. გენები გვაიძულებენ მაქსიმალურად გავზარდოთ გადარჩენის შესაძლებლობა და მოვიქცეთ შესაბამისად. ჩვენი წინაპრები კვდებოდნენ, მაგრამ მათი გენები აგრძელებდნენ ცხოვრებას.

სწორედ გენები გვაიძულებენ ვიზრუნოთ იმათზე, ვისთანაც გვაკავშირებს სისხლით ნათესაობა. ამით აიხსნება საკუთარი შვილების თავდავინყებულის სიყვარული. მშობელი საკუთარ კეთილდღეობაზე მალა შვილის კეთილდღეობას აყენებს. თუკი საკუთარ შვილს იგნორირებას უწევთ, თქვენი გენები შემდეგ თაობებს არ გადაეცემა. გენები ასე ეხმარებიან საკუთარ თავს – თუნდაც სხვადასხვა სხეულში გაიფანტონ, მათ მხოლოდ თავისი თავი ეპიტნავებათ. რაც შეეხება შვილებს, ისინი შედარებით ნაკლებად არიან დაინტერესებულნი მშობლების გენების გადარჩენაში.

ნათესავები ჩვენთან ბიოლოგიურად ახლოს არიან და შესაბამისად ატარებენ იგივე გენებს. ჩვენი გენების ნახევარი ჩვენს დედამამიშვილებშია განბნეული. ერთი მერვედი კი ბიძაშვილებში. დევიდ მაიერსი იხსენებს ბიოლოგი ევოლუციონსტის – ჯ.ბ.ს. ჰოლდენის – ხუმრობით ნათქვამს: „თავს სწირავენ არა ერთი ძმისთვის, არამედ სამი ძმისთვისა და შესაძლოა ცხრა ბიძაშვილისთვისაც“. მაიერსის თქმით, ორკვერცხიან ტყუპებზე მეტად გენეტიკური ტყუპები უფრო მიდრეკილი არიან ურთიერთთავგანწირვაზე.

დახმარების განწევამდე ნათესაობას კი არ ვუწევთ ცნობიერად ანგარიშს, არამედ ბუნებამ დაგვაპროგრამა ამგვარად. ნათესავის დახმარებისთვის ორდენს არავის ჩუქნიან. ნათესავისგან დახმარებას ფაქტიურად მოველით როგორც ვალდებულებას. ამიტომაც როცა უცხო გავიმართავს ხელს, მეტია მადლიერების განცდა.

საერთო გვაქვს ასევე მრავალ უცხო ადამიანთან. ყველა ცისფერთვალებას ხომ საერთო გენი აქვს. საინტერესოა, როგორ ამოვიცნობთ ადამიანს, რომელთანაც საერთო გენი გვაკავშირებს? ცისფერთვალებათა მაგალითზე შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ

ერთ-ერთი პასუხი ფიზიკურ თავისებურებებშია. გარდა ამისა, ევოლუციის საწყის ეტაპებზე საერთო გენები უცხოტომელთაგან განსხვავებით მეზობლებშიც იჩენდა თავს. ამიტომაც ჩვენ ბიოლოგიურად დაპროგრამებული ვართ ალტრუისტურად მოვექცეთ ახლოს მცხოვრებთ. სამეზობლო თემში არის ერთგვარი ფამილარული ურთიერთობები. ვის უნდა გაუწიო თავდაპირველად დახმარება თითქოს ისედაც ცხადია. ევოლუციონისტი ფსიქოლოგები ბუნებრივი დაპროგრამების ასეთ მექანიზმს ავლენენ. ჯერ ვეხმარებით ახალგაზრდებს, შემდეგ მოხუცებს; თავდაპირველად ოჯახის წევრებს, შემდეგ მეგობრებს, მეზობლებს და ბოლოს უცნობებს.

ზოგიერთი ევოლუციონისტი ფსიქოლოგი ამბობს, რომ ჩვენ უნდა გავითვალისწინოთ ეთნიკური შიდაჯგუფური ფავორიტიზმი – უსასრულო ისტორიული გნებავთ თანამედროვე კოფლიქტის სათავე. დევიდ მაიერსი იმეორებს ე.ო. უილსონს, რომლის თქმითაც გვაროვნული მიკუთვნებულობის პრინციპით შერჩევა ცივილიზაციის მტერია. თუკი ადამიანთა ქცევა მნიშვნელოვან წილად განისაზღვრება ნათესავებისა და ტომელების სასარგებლოდ მჯობინებებით, მაშინ მსოფლიო ჰარმონია შეუძლებელია.

გენეტიკური ეგოიზმი ანგარიშგების პრინციპის შესაბამისად ასევე წინასწარგანსაზღვრავს ქმედებებს. ერთი ორგანიზმი დახმარებას აღმოუჩენს მეორეს, რადგანაც საპასუხოდ დახმარების განევას მოელის. „გამცემი“ იმედოვნებს, რომ მიგვიანებით გახდება „მიმღები“, ხოლო ანგარიშგების უგულვებელმყოფელი დაისჯება. როგორც წესი მატყუარებს, განდგომილებს და მოღალატეებს სძულთ მთელი სამყარო. ალტრუისტური თეორიის ახსნას იძლევა სამი თეორია. სოციალური გაცვლის თეორიის თანახმად, დახმარების განევა, საზოგადოებაში ნებისმიერი ქცევის მსგავსად, მოტივირდება გასავლის მინიმუმამდე და მოგების მაქსიმუმამდე დაყვანის მისწრაფებით. ამ მიმართულების სხვა წარმომადგენლები თვლიან, რომ სხვა ადამიანების მდგომარეობით ჭეშმარიტი გულის არწყება ასევე ადამიანების მოტივაციის საფუძველია.

სოციალური ნორმები ასევე გვკარნახობენ დახმარების აღმოჩენას. ანგარიშგების ნორმა გვაიძულებს დახმარებაზე დახმარებით ვუპასუხოთ და არ ვავნოთ იმას, ვინც დახმარება აღმოგვიჩინა. სოციალური პასუხისმგებლობის ნორმა გვაიძულებს გაჭირვებულებს დახმარება გავუწიოთ მაშინაც კი, როცა სამაგიეროდ

არაფრის გაღება შეუძლიათ. თანაც, დახმარებაში იგულისმება თანადგომა სანამ ამისი საჭიროება არსებობს.

ევოლუციონისტიური ფსიქოლოგია აღიარებდა ალტრუიზმის ორ ტიპს: გვარისადმი ერთგულებას და ანგარიშგებას. თუმცა, ევოლუციონისტი ფსიქოლოგთა უმრავლესობა თვლის, რომ ეგოისტი ადამიანების გენები უფრო მეტი ალბათობით გადაარჩება, ვიდრე იმათი, ვინც საკუთარ თავს სხვის სასარგებლოდ მსხვერპლად წირავს. სწორედ ამიტომ საზოგადოებას უნდა ვასწავლოთ ალტრუიზმი.

ყველა აქ ჩამოთვლილი თეორია ერთმანეთს ავსებს. თითოეული იყენებს ფსიქოლოგიურ, სოციოლოგიურ ანდა ბიოლოგიურ კონცეფციებს ორი ტიპის ალტრუიზმის ასახსნელად: 1) „ალტრუიზმი“, დაფუძნებული ურთიერთგაცვლაზე და 2) ალტრუიზმი, რომელიც არ გულისხმობს არანაირ დამატებით პირობას.

ალტრუიზმის გამოვლინებას სხვადასხვა სიტუაციური ზეგავლენანი უწყობენ ხელს. რაც მეტია საგანგებო ვითარების მხილველთა რიცხვი: 1) როგორც ჩანს, მით უფრო მცირე ამჩნევს შემთხვევას; 2) მით უფრო ნაკლებად არიან მიდრეკილნი აღიქვან ვითარება საგანგებოდ და 3) ასევე მით უფრო ნაკლებად იღებენ თავის თავზე მისი გადაჭრის პასუხისმგებლობას.

როდის არის ადამიანი ყველაზე მეტად მიდრეკილი გაუწიოს დახმარება? 1) როცა ხედვას, რომ სხვა ასევე მოიჩქარის დასახმარებლად და 2) როცა მათ არსად ეჩქარებათ. ასევე ზეგავლენას იქონიებს პიროვნული მახასიათებლები. დანაშაულის ჩადენის შემდეგ ადამიანი უფრო ცდილობს დამხარების აღმოჩენას. ამაში აშკარად შვებას პოვებს. ამრიგად იმსუბუქებს დანაშაულის გრძნობასა და სინდისის ქეჩნას. აღიდგენს საკუთარი მე-ს სახეს. დამწუხრებული ადამიანი ასევე მზადაა დახმარების აღმოსაჩენად. თუმცა, პრინციპი „ცუდი განწყობა – კარგი საქციელი“ ბავშვებში არ მუშაობს. რაც გვაფიქრებინებს, რომ დახმარების აღმოჩენის სანაცვლოდ შინაგანი ჯილდო აშკარად უფრო გვიანდელი სოციალიზაციის პროდუქტია. და ბოლოს, არსებობს გასაოცარი კავშირი განწყობასა და ქცევას შორის, „კარგი განწყობა – კარგი საქციელი“, ბედნიერი ადამიანები ასევე ხშირად მზად არიან აღმოუჩინონ დახმარება.

ალტრუიზმის ისეთი ძლიერი დეტერმინანტებისგან განსხვავებით, როგორიცაა სიტუაცია და განწყობა, პიროვნული მახასიათებლები დახმარების განევის პროგნოზირების საშუალებას მხოლოდ

ნანილობრივ იძლევიან. უკანასკნელი მონაცემების თანახმად, ამბობს დევიდ მაიერსი, ზოგიერთი ადამიანი მუდმივად მიდრეკილია დახმარების აღმოჩენაზე. პიროვნულ მახასიათებლებზე და ასევე გენდერზე ზეგავლენას იქონიებენ გარემოებანი. რელიგიურობა ასევე კატალიზატორია, ხანგრძლივად აღიძრას ადამიანი დასახმარებლად. რელიგიური ადამიანები, როგორც წესი უფრო არიან ქველმოქმედები.

კრიზისულ სიტუაციებში ქალები უფრო მიიღებენ დახმარებას, ვიდრე მამაკაცები. მითუმეტეს თუ დამხარების აღმომჩენი მამაკაცია. ჩვენ მიდრეკილი ვართ დახმარება აღმოვუჩინოთ ადამიანებს, რომლებსაც ყველაზე მეტად უჭირთ, ან იმსახურებენ ამას. ასევე, იმათ ვინც ჩვენ ჩამოგვგვავს.

დევიდ მაიერსის თქმით დახმარების აღმოჩენა ძლიერდება ორი გზით. პირველი, ჩვენ შეიძლება ზეგავლენა მოვახდინოთ იმ ფაქტორებზე, რომლებიც ხელს უშლიან დახმარების განევას. ჩვენ შეგვიძლია ასევე შევამციროთ ექსტრენული სიტუაციის განუსაზღვრელობა, გაურკვეველობა და გავზარდოთ პასუხისმგებლობის გრძნობა. ჩვენ შეიძლება მივმართოთ საყვედურის ანდა „პირდაპირ შუბლმის“ ტაკტიკას, რათა ავღძრათ დანაშაულის განცდა, ან საკუთარი რეპუტაციისთვის შფოთვის გრძნობა.

ჩვენ ალტრუიზმი ასევე შეიძლება ვისწავლოთ. პროტოსოციალური სატელევიზიო ჩვენებების გამოკვლევები აჩვენებენ, რომ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს უნარი შესწევთ ასწავლონ პოზიტიური ქცევა. ბავშვებს, თუკი დახმარების აღმოჩენის მაგალითები თვალწინ აქვთ, თავადაც ცდილობენ მსგავსად მოქცევას.

თუ ჩვენ გვინდა ადამიანები ალტრუისტული ქცევისთვის ავღძრათ, არ უნდა დავივიწყოთ ე.წ. „ზეგამართლების“ ეფექტი: თუკი სწორად მოქცევას გვაიძულებენ გადაჭარბებული ჯილდოს ან მუქარის ძალით, მსგავსი საქციელისადმი შინაგანი მოტივაცია მცირდება. და თუ ადამიანებს ვაჯილდოვებთ სამართლიანად კეთილი საქმეების მიდევნებისათვის, ისინი თავიანთ საქციელს ალტრუისტულ მოტივებს მიაწერენ და შესაბამისად, მეტი მონადინებით აღმოუჩენენ დახმარებას.

როდესაც ზემოქმედებს ორი ადამიანი, ორი ჯგუფი ანდა ორი მხარე, მათ მიერ საჭიროებებისა და მიზნების აღქმა ხოლმე კონ-

ფლიქტამდე მიგვიყვანს. მრავალი სოციალური პრობლემა აღმოცენდება, თუკი კოლექტივისტური ინტერესების საზიანოდ მისდევენ თავიანთ ეგოისტურ ინტერესებს. ლაბორატორიული თამაში „პატიმრის დილემა“<sup>216</sup> გულისხმობს ინდივიდუალური და საზოგადო სარგებლის ასეთ ურთიერთდაპირისპირებას. რეალურ ცხოვრებაში, როგორც ლაბორატორიულ ექსპერიმენტებში ჩვენ შეგვიძლია თავი ავარიდოთ მსგავს ხაფანგს, დავადგინოთ წესები, რომლებიც დაარეგულირებენ ეგოისტურ ქცევებს; თუკი ჯგუფებში მცირე მასშტაბის შენარჩუნება შევძელით, ადამიანები ერთმანეთის გამო უფრო მეტ პასუხისმგებლობას იგრძნობენ; გაუმჯობესდება კომუნიკაცია, შემცირდება უნდობლობა. შეგვიძლია ასევე თამაშის მატრიცა შევცვალოთ (თანამშრომლობა გასავლიანი, გაყიდვადი გავხადოთ) და მოვახდინოთ აპელირება ალტრუისტული ქცევის ნორმისა.

როდესაც ადამიანები შეზღუდული რესურსებისთვის კონკურირებენ, ადამიანურ ურთიერთობებს ჩაძირავს მტრობა. შეჯიბრი „მე გავიმარჯვე – შენ წააგე“ უცნობებს აქცევს მტრებად, ნორმალურ პატიოსან ბიჭებშიც შობს ღია კონფრონტაციას.

კონფლიქტი მაშინაც აღმოცენდება, თუ ადამიანი გრძნობს უსამართლობას, ანუ ხედავს, რომ მას უსამართლოდ ეპყრობიან. გასავლის და მოგების ბალანსის თეორიის თანახმად, ადამიანები სამართლიანად მიიჩნევენ თითოეული შენატანის პროპორციულად დაჯილდოვების განაწილებას. კონფლიქტები მაშინ ხდება, როცა ადამიანები არ ეთანხმებიან თავინთი შენატანების შეფასებას და

---

<sup>216</sup> ორი ადამიანი დაპატიმრებულია ერთი და იგივე მძიმე დანაშაულისათვის (რომელშიც მათ მონაწილეობა ბრალდება); მათ არ შეუძლიათ ერთმანეთთან დაკავშირება და მართოდენ ქცევის შემდეგი სტრატეგია შეიძლება აირჩიონ: ან ორივემ აღიაროს ეს ბრალდება და მაშინ ორივე იქნება დადანაშაულებული, მაგრამ გასამართლებული უფრო მსუბუქად; შესაძლებელია აგრეთვე ამ ორიდან ერთმა აღიაროს დანაშაული და მაშინ ის იქნება გათავისუფლებული და მეორე გასამართლებული მაქსიმალური სიმკაცრით; შეიძლება არც ერთმა, და არც მეორემ არ აღიაროს დანაშაული და ამ შემთხვევაში მათ ორივეს გაათავისუფლებენ. თითოეული პატიმარი ანგარიშობს და თავის გამოთვლებში ცდილობს განჭვრიტოს, თუ რას გააკეთებს მეორე. საბოლოოდ ის გადაწყვეტს, რომ დანაშაულის აღიარება შეამსუბუქებს სასჯელს. მაგრამ მათ რომ შეეძლოთ შეთანხმება (რაც, რასაკვირველია, აკრძალულია) აღიარონ თუ არა დანაშაული, ისინი მოახერხებდნენ სასჯელის მინიმუმამდე დაყვანას.



ექვი შეაქვთ თავიანთი დაჯილდოვების სამართლიანობაში. დევიდ მაიერსის თქმით ზოგოერთი თეორეტიკოსი ამტკიცებს, რომ ხანდახან ადამიანები სამართლიანობას განსაზღვრავენ არა როგორც ბალანსს, არამედ გათანაბრებას ანდა მათი საჭიროებების ჯეროვან გათვალისწინებას.

კონფლიქტებში ხშირად სახეზეა შეუთავსებელი მიზნები მონინალმდეგის მოტივების დამახინჯებული აღქმის სქელი მანტიით შეფუთული. კონფლიქტში მყოფი მხარეები იქონიებენ „სარკისებურ აღქმას“. თუკი ორივე მხარე დარწმუნებულია, რომ „ჩვენ ვართ მშვიდობისმოყვარე და ისინი აგრესიულები“, ისინი ერთმანეთს აპროვოცირებენ და ამ ვარაუდებს ადასტურებენ. საერთაშორისო კონფლიქტებს რაც შეეხება, ისინი ხასიათდებიან ილუზიით „ცუდი ლიდერი – კარგი ხალხი“.

კონფლიქტები იოლად იშობიან და იკვებებიან სოციალური დილემებით, კონკურენციით, აღქმის დამახინჯებით. ისეთი ნაკლებად მძლავრი ძალა კი, როგორცაა თანამშრომლობა, კომუნიკაცია და შერიგება, მტრობას ჰარმონიად გარდასახავს.

მოცემულ ქვეთავში ჩვენი ინტერესის საგანი იყო დევიდ მაიერსის მოსაზრებები აგრესიისა და ალტრუიზმის თაობაზე; ადამიანურ ურთიერთქმედებებში რა დროს ჭარბობს ზიანის მიყენებისა და დახმარების განევის სურვილი. მაიერსის მტკიცებულებანი შობენ შეკითვებს, არის თუ არა ადამიანური ურთიერთქმედებების ხასიათი განსაზღვრული ადამიანური ბუნებით; პრიმატებში აგრესიისა და ალტრუიზმის გამოვლენა ხომ არ ხდება იგივე მექანიზმით? აგრესიისა და კეთილგანწყობის მექანიზმების ცოდნა ხომ არ მოგვცემს ადამიანებით მანიპულირების ან ყოველ შემთხვევაში კომუნიკაციათა დარეგულირებისა და სტრესის მართვის შესაძლებლობას? სოციალური ურთიერთქმედების კანონზომიერებაზე ხომ ვერ მოგვანვდის ინფორმაციას სოციოლოგიისა და სოციალური ფსიქოლოგიის გვერდით ასევე სოციობიოლოგია?

თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ თეორია, რომელიც შობს მთელ რიგ შეკითხვებს და ახალი ძიებებისათვის აღგვძრავს, უდაოდ იმსახურებს მონონებას და არის სერიოზული განხილვის ღირსი. გარდა ამისა, მაიერსის მოსაზრებები გვაძლევენ კომპარატივისტული ანალიზის შესაძლებლობას და გვიფართოებენ თვალსაწიერს.

## ბიბლიოგრაფია

1. ასათიანი მარია, „კულტურის სოციოლოგია“, თბილისი, სოცი-ალურ მეცნიერებათა ცენტრი, 2006.
2. ბარტი როლან, „წერის ნულოვანი დონე“, თბილისი, ილიას სა-ხელმწიფო უნივერსიტეტი, 2012.
3. ბერტრანი კლოდ-ჟან, მედია, ეთიკა და ანგარიშვალდებულების სისტემები (ხარისხის კონტროლი). თავისუფლების ინსტიტუ-ტი, 2004.
4. ბერძენიშვილი ამირან, კლასიკური სოციოლოგიური თეორიები (სოციოლოგიური თეორიების განვითარების ადრეული წლები). თბილისი, 2013.
5. გიდენსი ენტონი, „სოციოლოგია“, თბილისი, ფონდი „ღია სა-ზოგადოება-საქართველო“, 2011.
6. დეფლორი დენისი, მასობრივი კომუნიკაციის გააზრებისთვის. საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი, 2009.
7. ემბერი ქეროლ რ., ემბერი მელვინ, პერეგრინი პიტერ ნ., ან-თროპოლოგია, თბილისი, ილიას სახელმწიფო გამომცემლობა, 2009.
8. ვეკუა მარინე, რუე ჟილ, ჟურნალისტიკა. გთსუ, 2013.
9. ვიტგენშტაინი ლუდვიგ, „ფილოსოფიური გამოკვლევა“, 2003, თბილისი, „ლოგოს პრესი“.
10. კადრების მართვა საჯარო სამსახურში, ფონდი „ჰორიზონტი“, ფსიქომეტრული და საკონსულტაციო ასოციაცია. გამოიცა შპს „არადანში“, 2001.
11. კაკაბაძე ზურაბ, ფილოსოფიური საუბრები. თბილისი, გამომ-ცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, 1988.
12. კოვაჩი ბილ, ჟურნალისტიკის პრინციპები MAY 10, 2015. <https://bubukabu.wordpress.com>
13. კალჰუნი ქრეგ, ლაითი დონალდ, კელერი სუზენ, „სოციოლო-გია“, თბილისი, ილია ჭავჭავაძის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2008.
14. კოლა დომინიკ, „პოლიტიკური სოციოლოგია“, თბილისი, „სმარტი“, 1999.
15. კორტავა შორენა, „საზოგადოება, ინდივიდი, ძალაუფლება“, თბილისი, „უნივერსალი“, 2014.

16. კორტავა შორენა, „პოსტმოდერნიზმი და თანამედროვეობა“, თბილისი, „უნივერსალი“, 2016.
17. კორტავა შორენა, „პოლიტიკის სოციოლოგიის საკითხები“, თბილისი, „უნივერსალი“, 2016.
18. ლებანიძე მურმან, რჩეული ლირიკა. თბილისი, გამომცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, 1984.
19. მაალუფი ამინ, დამღუპველი იდენტობები, თბილისი, გამომცემლობა „იმპრესი“, 2007.
20. მარგალიტაძე თინათინ, პოლისემიური სიტყვის ერთგანზომილებიანი მოდელი.  
<http://kadmos.iliauni.edu.ge/index.php/kadmos/article/viewFile/123/112>
21. მარქსი კარლ, თეზისები ფოიერბახის შესახებ. ტ. 3. თბილისი, 1953.
22. მედია ეთიკა და პროფესიული სტანდარტები. 10 საქმე 2013 წლის პრაქტიკიდან. მედიის განვითარების ფონდი. MDF.
23. ნიჟარაძე გაგა, სხეულის ენა და არავერბალური კომუნიკაცია.  
<https://www.google.ge>
24. პეტრიაშვილი იზაბელა, მეტაფორა და პოლიტიკური დისკურსის პრაგმატიკა. ელ.ვერსია:  
<https://semioticsjournal.wordpress.com>
25. სახარება, ტფილისი, გამოცემა ბრიტანიისა და უცხო-ქვეყნის ბიბლიური საზოგადოებისა, 1915.
26. სუმბაძე ნანა, მახარაძე თამარ, „ინტერპერსონალური კომუნიკაცია“, თბილისი, ეროვნული სასწავლო გეგმებისა და შეფასების ცენტრი, 2010.
27. სთორი ჯონ, კულტურის კვლევები და პოლულარული კოლტურის შესწავლა, ილია ჭავჭავაძის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი, 2007.
28. სურმანიძე ლალი, ინდივიდუალისტური და კოლექტივისტური საზოგადოებები. თბილისი, გამომცემლობა „ნეკერი“, 2001.
29. ტაბიძე გალაქტიონ, თხზულებანი ორ წიგნად. წიგნი I ლექსები. თბილისი, გამომცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, 1988.
30. უილკოქსი ლ. დენის, კამერონი ტ. გლენ, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა, სტრატეგია და ტაქტიკა“, თბილისი, „დიოგენე“, 2011.

31. ფუკუიამა ფრენსის, „ისტორიის დასასრული და უკანასკნელი ადამიანი“, თბილისი, მშვიდობის, დემოკრატიისა და განვითარების კავკასიური ინსტიტუტი, 1999.
32. ყაზბეგი ალექსანდრე, ხევისბერი გოჩა. ტომი 3; თბილისი, გამომცემლობა „პალიტრა“, 2013.
33. ყულიჯანიშვილი აკაკი, „კულტურის თეორია“, თბილისი, „უნივერსალი“, 2009.
34. შონია მურად, „ვერბალური კომუნიკაციის სოციოლოგია“, თბილისი, 2013.
35. შოშიტიანიშვილი ნინო, ტელემედიის თავისუფლება და დამოუკიდებლობა პოსტრევოლუციურ (2003-2009) საქართველოში, 2010.  
[https://www.tsu.ge/data/file\\_db/faculty\\_social\\_political/soc%20nino%20shoshita.pdf](https://www.tsu.ge/data/file_db/faculty_social_political/soc%20nino%20shoshita.pdf)
36. ჩაჩანიძე ეთერ, ზოდელავა თამარ, გოგიშვილი მიხეილ, სულხანიშვილი მაია. კომუნიკაცია სასამართლოში. პრაქტიკული სახელმძღვანელო. თბილისი, გამომცემლობა: „სიესტა“, 2013.
37. ხარისხის უზრუნველყოფის შიდა ინსტიტუციური მექანიზმები. გზამკვლევი. თბილისი, 2009. ელექტრონული ვერსია იხილეთ: [www.mes.gov.ge/uploads/Se](http://www.mes.gov.ge/uploads/Se)
38. ხახუტაშვილი ელისაბედ, კაპანაძე ლია, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა“, თბილისი, ეკონომიკისა და მენეჯმენტის კონსულტანტთა ასოციაცია, 2007.
39. ჰაბერმასი იურგენ, „მოქმედების კომუნიკაციური თეორიის წინასწარი მონახაზები და დამატებები“, ქუთაისი, საგამომცემლო ცენტრი, 2003.
40. ჰოფსტედე გირტ, ჰოფსტედე გერტ იან, „კულტურები და ორგანიზაციები, გონების პრაგმატული უზრუნველყოფა“, თბილისი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2011.
41. Kercsmar Sarah, Kaufmann Renee. წერიტი, ზეპირი, ვიზუალური და ელექტრონული კომუნიკაცია. ლექციების კურსი . თბილისი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, 2014წ. ელ-ვერსია.  
[www.google.com](http://www.google.com)
42. Аллан Пиз, Язык телодвижений, Как читать мысли окружающих по их жестам. [www.mlm24.ru](http://www.mlm24.ru)

43. Белл Т. Роджер, "Социолингвистика", Москва, Международные отношения, 1980.
44. Бергер Питер, Лукман Томас, "Социальное конструирование реальности", Москва, "Медиум", 1995.
45. Бодрийяр Жан, "Система вещей", Москва, "Рудомино", 2001.
46. Василик М.А. Основы теории коммуникации. Москва. 2003.
47. Гузикова М. О.; Фофанова П. Ю. Основы теории межкультурной коммуникации; Екатеринбург. Издательство Уральского университета. 2015.
48. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов /Под ред. А.П. Садохина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
49. Зосименко А.И. "Социология массовых коммуникации", Ульяновск, УлГТУ, 2013.
50. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникаций: Учеб. Пособие. Воронеж. Изд-во ВГТУ, 2003
51. Кирьянов В.И. Сергеева О.В. "Социология коммуникации", Волгоград, 2004.
52. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение; Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001.
53. Курбатов В. И. "Современная западная социология", Ростов-на - Дону, "Феникс", 2001.
54. Левин Курт, "Разрешение социальных конфликтов", Санкт-Петербург, "Речь", 2000.
55. Лоусон Тони, Гэррод Джоан, "Социология – Словарь-справочник", Москва, Торговый дом ГРАНД, 2000.
56. Луман Никлас, "Власть", Москва, Праксис, 2001.
57. Майерс Дэвид, "Социальная психология", Москва, "Питер", 2000.
58. Моисеева А.П. "Основы теории коммуникации", Томск, 2004.
59. Моль Абраам, "Социодинамика культуры", Москва, "Прогресс", 1973.
60. Э. Ноель Нойман, Ощественное мнение, открытие спирали молчения, Москва, Издательство "Прогресс академия", 1996.
61. Сендидж Ч. Фрайбургер В. Ротцолл К. "Реклама: Теория и практика". Москва, 1989.
62. Осипов Г.В. Ионин Л.Г. Культыгин В.П. "История социологии в Западной Европе", Москва, "Норма", 1999.
63. Осипов Г.В. Московичев Л.Н. "Социология", Москва, "Норма", 2002.

64. Основы теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. М.А. Василика. — М.: Гардарики, Москва, 2003.
65. Сепир Э. Коммуникация // Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 1993
66. Сиберт Ф., Петерсон Т., Шрамм У. Четыре теории прессы. М.: Фонд Карнеги, 1998.
67. Парсонс Т. “Система современных обществ”, Москва, Аспект Пресс, 1998.
68. Терин В.П. Массовая коммуникация. Исследование опыта запада. М. 2000.
69. Тер-Минасова С. Г.. Язык и межкультурная коммуникация., Слово / Slovo. Москва. 2000.
70. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – СПб.: Прайм – Еврознак, 2001.
71. Хэллидей М.А.К. Лингвистическая функция и литературный стиль / М.А.К. Хэллидей // Новое в зарубежной лингвистике: Сб.ст.: переводы. — М.: Прогресс, 1979. Вып. 9: Лингвостилистика / Сост., вступ. ст. И. Р. Гальперина.
72. Холл Эдвард, Молчаливый язык. М.: Фонд Карнеги, 1998.
73. Bandura Albert. (2001) Social Cognitive Theory of Mass Communication. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. pp. 266-293.
74. Bell T. Roger, SOCIOLINGUISTICS Goals, Approaches and Problems, London: Batsford, 1976.
75. Buc Ross k and VanLear C. Arthur. (2002). Verbal and Nonverbal Communication: Distinguishing Symbolic, Spontaneous, and Pseudo-Spontaneous Nonverbal Behavior. *International Communication Association*, pp.522-536.
76. Knapp R.H. Psychology of Rumor // Public Opinion Quarterly. Vol. 8 , 1944
77. Retter Hein. (2002). STUDIENBUCH PÄDAGOGISCHE KOMMUNIKATION ; 2., durchgesehene Auflage VERLAG JULIUS KLINKHARDT.
78. Jones E. and LeBaron Curtis D. (2002). Research on the Relationship Between Verbal and Nonverbal Communication: Emerging Integrations. *International Communication Association*, pp.499-521.
79. Esser Hartmut, “Soziologie – Allgemeine Grundlagen”, Frankfurt/New York, Campus Verlag, 1999.
80. Reinhold Gerd, “Soziologie – Lexikon”, Oldenbourg Verlag Munchen Wien, 2000.



გამომცემლობა „უნივერსალი“

---

თბილისი, 0179, ი. ჯავახიშვილის ბაზზ. 19, ☎: 2 22 36 09, 5(99) 17 22 30

E-mail: [universal505@ymail.com](mailto:universal505@ymail.com); [universal@internet.ge](mailto:universal@internet.ge)

