

ISSN – 2667-9361

Vol 1, #1

ალტერბრიჯის სამეცნიერო ჟურნალი  
„თანამედროვე მეცნიერების გამოწვევები“

მართვის და კომუნიკაციის საერთაშორისო სასწავლო უნივერსიტეტი  
„ალტერბრიჯი“

2020 წელი

ნათია გოცაძე

Ph.D. საჯარო მმართველობის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი

მართვისა და კომუნიკაციის საერთაშორისო სასწავლო უნივერსიტეტი  
„ალტერბრიჯი“

## ინტერპერსონალური კომუნიკაცია საჯარო სამსახურში

### Abstract

Communication is a two-way process that occurs through speaking, writing, listening and observing as individuals share ideas, thoughts and feelings.

A public servant is a person who exercises public legal powers as his or her main professional activity, which ensures his / her protection of public interests and is the basis for the creation of a transparent, accountable and quality-oriented public service that should provide fair and equal services to citizens.

The ability to communicate effectively is a foundational skill for professional development and as professionals, public servants need to be acutely aware of their communication skills and of how they give, receive and process information.

*საკვანძო სიტყვები: კომუნიკაცია, საჯარო სამსახური, ინტერპერსონალური ურთიერთობები*

### ინტერპერსონალური კომუნიკაციის არსი და მნიშვნელობა

#### რა არის ინტერპერსონალური კომუნიკაცია?

კომუნიკაცია შეიძლება განიმარტოს, როგორც „აზრების, შეტყობინებების ან ინფორმაციის გაცვლა სიტყვიერად, სიგნალების, წერის ან ქცევის მეშვეობით“ (Houghton Mifflin Company; 2006).

ინტერპერსონალური კომუნიკაცია, ანუ იგივე პიროვნებათშორისი კომუნიკაცია გულისხმობს ურთიერთობას ერთმანეთზე დამოკიდებულ ადამიანებს შორის. ეს არის ინფორმაციის,

იდების, გრძნობებისა და შეხედულებების გაცვლის პროცესი ორ ან მეტ ადამიანს შორის (სუმბაძე, მახარაძე, 2010).

საჯარო სამსახურში სამსახურეობრივი მოვალეობის შესრულების დროს ინტერპერსონალური კომუნიკაცია ძირითადად პირისპირ ხდება, ამ შემთხვევაში ინფორმაცია იცვლება, როგორც ვერბალური, ასევე არავერბალური საშუალებებით. კომუნიკაციაში ჩართული ადამიანები ურთიერთდამოკიდებულები არიან, რაც იმას ნიშნავს, რომ ერთი ადამიანის ქმედება სხვა ადამიანზე მოქმედებს, შესაბამისად, პირისპირი კომუნიკაციის ეფექტიანობა დამოკიდებულია პროცესში მონაწილე პირების ისეთ უნარებზე და როგორიცაა:

- ვერბალური კომუნიკაცია
- აქტიური მოსმენის უნარი
- სხეულის ენა
- გახსნილობა
- თვითფლობა
- რეფლექსია
- ემპათია
- უკუკავშირი

და სხვ.

პროცესის ეფექტიანობას ასევე განაპირობებს ციკლი, რომლის დროსაც ხდება შეტყობინების მიმოცვლა გადამცემსა და მიმღებს შორის.

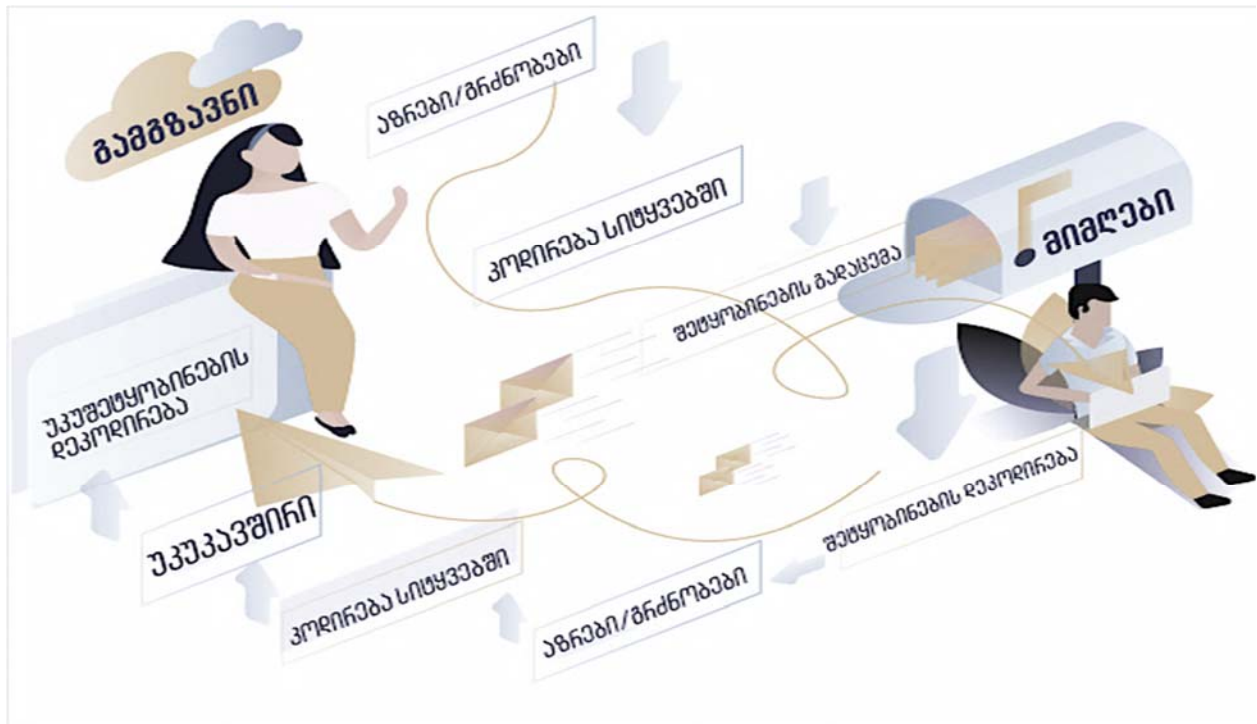
### **ინტერპერსონალური კომუნიკაციის ციკლი**

კომუნიკაციის პროცესი წრიული ხასიათისაა და შედგება, როგორც ვერბალური - სიტყვების, მეტყველების საშუალებით მიმდინარე კომუნიკაციისგან (7%), ასევე არავერბალური - სიტყვების გარეშე, ხმის ტონის, მანერების, გამომეტყველების, გარეგნობის, პოზის, ჩაცმისა და ურთიერთობის მანძილის მეშვეობით კომუნიკაციისგან (93%) (Mehrabian. 2009).

კომუნიკაციის პროცესის ციკლი ასეთია: ერთი ადამიანი გადასცემს გარკვეულ ინფორმაციას მეორეს, ეს უკანასკნელი იძლევა პასუხს, ხოლო ინფორმაციის გადამცემი, პასუხის მიხედვით, აგებს თავის მომდევნო კომუნიკაციას. ამდენად, კომუნიკაცია მარტო იმაზე კი არ არის დამოკიდებული, თუ რა ინფორმაცია გადასცა ერთმა მხარემ, არამედ იმაზეც, თუ როგორ გაიგო და შეაფასა ეს გზავნილი მეორე მხარემ.

ქვემოთ მოყვანილი ძირითადი საკომუნიკაციო პროცესის მოდელი ძალიან მარტივად აჩვენებს გზას, რომლითაც ორი ადამიანი ურთიერთობს. დიაგრამაზე დაყრდნობით, გამგზავნი ახდენს თავისი ფიქრების / გრძნობების კოდირებას სიტყვებით და შემდეგ გადასცემს მათ მიმღებს. მიმღები ახდენს შეტყობინების დეკოდირებას და ავითარებს მიღებულ შეტყობინებასთან დაკავშირებულ აზრებს / გრძნობებს. ისინი შემდეგ ახდენენ თავიანთი ფიქრების / გრძნობების კოდირებას სიტყვებში და უგზავნიან შეტყობინებას უკანვე თავდაპირველ გამომგზავნს.

დიაგრამა 1 - კომუნიკაციის ციკლი



კომუნიკაციის ეფექტურობა მცირდება, როდესაც კომუნიკაციის ციკლის პროცესში ხდება გარკვეული სახის დაბრკოლება ან ჩარევა. ასეთ დაბრკოლებებზე შეიძლება განვიხილოთ შემდეგი ფაქტორები:

**ყურადღების გაფანტვა** - ფონური ხმაური, მოსმენის სირთულეები, სიცხე ან სიცივე, შეწყვეტინება, კონფიდენციალურობის ნაკლებობა, ფიზიკური დისკომფორტი და სტრესი - ყველა მათგანი წარმოადგენს შესაძლო ყურადღების გადატანის საბაზს, რამაც შეიძლება ხელი შეუშალოს კომუნიკაციის პროცესს.

**რეკომენდაცია:** საჯარო მოხელე უნდა უზრუნველყოს, რომ სხვა ადამიანებთან კომუნიკაციისას, მინიმუმამდე დაიყვანოს ყურადღების გამფანტავი ფაქტორები.

**ემოციები** - მწუხარებით, შფოთვით, რისხვით, თავდაცვით და სხვ. ნეგატიური ემოციით მოცული ადამიანები ხშირად შეკურობილი არიან თავიანთი მდგომარეობით და ამიტომაც, შეიძლება არ იყვნენ სრულად ჩართული მიმდინარე კომუნიკაციაში.

**რეკომენდაცია:** საჯარო მოხელე უნდა იყოს ლოიალური მათი ემოციების მიმართ, ვისთანაც აქვთ კომუნიკაცია და უზრუნველყოს გარემოებების სათანადოობა ეფექტური კომუნიკაციის განხორციელებისათვის.

**განსხვავებული ფონი:** შეიძლება ადგილი ჰქონდეს კომუნიკაციის პროცესში ჩარევას, როდესაც მიმღებს აკლია ცოდნა, განათლება, გამოცდილება ან ენობრივი კომპეტენცია გამგზავნის შეტყობინების გასაგებად.

**რეკომენდაცია:** საჯარო მოხელემ უნდა შეაფასოს იმ პირების ცოდნა, განათლება, გამოცდილება ან ენობრივი კომპეტენცია, ვისთანაც ამყარებს ურთიერთობას და მოახდინოს მათი შეტყობინებების სათანადოდ ადაპტირება, რათა უზრუნველყოს მიმღების მიერ გაგება.

**წინასწარი განწყობა:** წინასწარი განწყობა შეიძლება უკავშირდებოდეს რიგ ფაქტორებს, მათ შორის ასაკი, სქესი, რასა, კულტურა, რელიგია და ა. შ. ნეგატიურმა წინასწარმა განწყობამ სხვა ინდივიდის მიმართ ნებისმიერი მიზეზის გამო, შეიძლება პოტენციურად იქონიოს გავლენა კომუნიკაციის პროცესზე.

**რეკომენდაცია:** წინასწარი განწყობებისაგან თავდასაცავად საჯარო მოხელემ პატივი უნდა სცეს ყველას, როგორც ცალკეულ ინდივიდს განურჩევლად განმასხვავებელი მახასიათებლებისა.

**უკუკავშირის როლი კომუნიკაციაში**

უკუკავშირი არის ინფორმაციის მიწოდება მეორე ადამიანისა თუ ჯგუფისთვის იმის შესახებ, თუ რა გავლენას ახდენს და როგორ აღიქმება მისი ან მათი ქცევა სხვების მიერ. უკუკავშირი ეხმარება ადამიანს საკუთარი თავის სწორად შეფასებაში, არასასურველი ქცევის ან კომუნიკაციის სტილის შეცვლასა და შესაბამისად, მიზნის მიღწევაში.

უკუკავშირი კომუნიკაციის პროცესის კონტროლის საშუალებაა. მისი წყალობით გამგზავნი იგებს, როგორ აღიქვა, გაიგო და გააანალიზა ადრესატმა მიწოდებული ინფორმაცია. თუ გამგზავნმა დაინახა, რომ ადრესატმა ვერ გაიგო ან არასწორად გაიგო მიწოდებული ინფორმაცია, იგი ამარტივებს, უფრო ნათლად აყალიბებს მას და ხელახლა გზავნის.

ამრიგად, უკუკავშირი კომუნიკაციის პროცესის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი კომპონენტია, ვინაიდან ის საშუალებას გვაძლევს გავიგოთ, გამგზავნის მიერ მიწოდებული ინფორმაცია რამდენად იდენტურია ადრესატის მიერ აღქმული და გაანალიზებული ინფორმაციისა.

საჯარო მოხელემ კომუნიკაციის პროცესში შეიძლება გამოიყენოს უკუკავშირის როგორც პოზიტიური, ასევე ნეიტრალური და ნეგატიური სტილი. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, რომ ამ პროცესში გათვალისწინებული იქნას ის მიზნები და შედეგები, რომელიც თითოეულ ამ სტილს ახასიათებს.

უკუკავშირის ტიპები, მიზნები, შედეგები და ეფექტიანობის ხანგრძლივობა ქვემოთ მოცემულ ცხრილშია აღწერილი.

ცხრილი 1 - უკუკავშირის სახეები

უკუკავშირის ტიპი	მიზანი	შედეგი	ეფექტი
პოზიტიური	დადებითი ქცევის განმტკიცება; წახალისება	ქცევის გამეორება	გრძელვადიანი
ნეიტრალური	ქცევის და მისი გამომწვევი მიზეზების დადგენა; ინფორმირება	მცირე გამოხმაურება	მოკლევადიანი
ნეგატიური	უარყოფითი შეფასება; ქცევაზე ზემოქმედება	ქცევის შეცვლა	გრძელვადიანი

## ნეგატიური კომუნიკაციის უკუკავშირი

ნეგატიური კომუნიკაციის დროს მოვლენები არაშესატყვისად აღიქმება და ადამიანში ხდება შემდეგი ფსიქოლოგიური ცვლილებები:

- აღქმის შევიწროვება - ადამიანი აღიქვამს მხოლოდ იმას, რაც შეესაბამება მის პოზიციას;
- ტენდენციურობა - ადამიანი თავის სასარგებლო არგუმენტად იყენებს კონტექსტიდან ამოგლეჯილ მოვლენას ან ფრაზას;
- განზოგადოებები - ადამიანი საუბრობს არა კონკრეტულ ფაქტებზე, არამედ განაზოგადებს, იყენებს სიტყვებს: „არასოდეს...“, „ყოველთვის...“.
- პოლარიზებული აზროვნება - პიროვნება იკავებს უკიდურეს პოზიციას (ან \_ ან);
- გადაფასება - ადამიანი ახდენს დაპირისპირებულ მხარის უარყოფითი თვისებების გადაფასებას, მაქსიმალიზაციას;
- უარყოფითი იარლიყების მიწებება - „მატყუარა ხარ! უპასუხისმგებლო ხარ!“
- პრობლემის პერსონიფიკაცია - კონფლიქტში ჩართული მხარე ნებისმიერ პრობლემას მოწინააღმდეგე მხარის ბოროტ ნებას და განზრახვას მიაწერს;
- სხვისი „აზრების კითხვა“ - ადამიანი დარწმუნებულია იმაში, რომ დანამდვილებით იცის, თუ რას ფიქრობს კონფლიქტში ჩართული სხვა მხარე;
- არაობიექტური შეფასებები და დასკვნები - უარყოფითი ემოციების გავლენით ადამიანი „ცხელ გულზე“ აფასებს სიტუაციას/ოპონენტს და მიკერძოებული დასკვნები გამოაქვს. უკუკავშირის დროს კომუნიკაცია გაგებულია როგორც ცირკულარული პროცესი, რომელიც ერთდროულად მრავალ სიბრტყეზე (ვერბალურზე, არავერბალურზე და ა.შ.) მიმდინარეობს.

### რეკომენდაციები უკუკავშირის გამცემისთვის:

- ❖ აღწერე და არ შეაფასო – უკუკავშირის გამცემი მხოლოდ აღწერს თავის პირად აღქმებს, გრძნობებსა და დაკვირვებებს, გასცემს რეკომენდაციებს, როგორ შეიძლება, მისი აზრით, პრობლემის მოგვარება. ამასთან, იგი არ საყვედურობს, არ იწყებს მორალის კითხვას.
- ❖ თავდაპირველად მიაწოდეთ პოზიტიური უკუკავშირი, შემდეგ კრიტიკა – ასეთი მიდგომა მიძღვება კეთილად განაწყობს, იზრდება ნდობა და კრიტიკის მიმღებლობა.
- ❖ გაეცით კონკრეტული უკუკავშირი – უკუკავშირი უნდა იყოს კონკრეტული, ნათლად ფორმულირებული და გასაგები. ამის მისაღწევად საუკეთესო გზაა უკუკავშირის გამცემის მიერ პრაქტიკული მაგალითების მოყვანა საერთო სამუშაო გამოცდილებიდან. ზოგადი და აბსტრაქტული უკუკავშირი არაფრის მომცემია.
- ❖ ილაპარაკეთ მხოლოდ საკუთარი პოზიციიდან – უკუკავშირის გაცემისას აუცილებელია, გამოვიყენოთ პირველი პირი, მაგ. “მე მიმაჩნია...” და არა “მიაჩნიათ”, “მიიჩნევენ”.
- ❖ დაიცავით კონფიდენციალობა – ყველაფერი, რაც უკუკავშირის დროს გამოითქმება, უნდა იყოს კონფიდენციალური და არავითარ შემთხვევაში ჯგუფიდან გარეთ არ უნდა გავიდეს.

- ❖ ურჩიეთ და არ აიძულოთ – ნუ იქნებით დირექტიული, ეცადეთ, გქონდეს თანამშრომლობითი ტონი.
- ❖ სხვისი თვალთ შეხედეთ პრობლემას – უკუკავშირის გამცემა უნდა იფიქროს არა მხოლოდ საკუთარ მოთხოვნილებებზე, არამედ, პირველ რიგში, უკუკავშირის მიმღებისაზე. გაწონასწორებული უკუკავშირი ყველა მონაწილის მოთხოვნილებებს ითვალისწინებს.
- ❖ გაეცით გამოსადეგი უკუკავშირი – აზრიანმა უკუკავშირმა გავლენა უნდა მოახდინოს უკუკავშირის მიმღებზე.
- ❖ მიაწოდეთ უკუკავშირი დროულად – უკუკავშირი მით უფრო ეფექტიანია, რაც უფრო მყისიერად გაიცემა იგი, მაგრამ გასათვალისწინებელია, მზად არის თუ არა იმ დროს ამისთვის მიმღები.

**რეკომენდაციები უკუკავშირის მიმღებისთვის:**

- ❖ იყავით აქტიური მსმენელი – ყურადღებით მოუსმინეთ უკუკავშირის გამცემს, თუ რაიმე ვერ გაიგეთ, დაუსვით კითხვები.
- ❖ არ დაიწყეთ დაცვა და დაპირისპირება – არ დაიწყეთ საკუთარი პოზიციის არგუმენტირება და დაცვა ისე, რომ ამან კონფლიქტამდე მიგიყვანოთ.
- ❖ შეაჯამეთ რა მოგცათ ამ კომუნიკაციამ - იფიქრეთ იმაზე, უკუკავშირის დროს რომელი რჩევაა თქვენთვის სასარგებლო.
- ❖ დაუბრუნეთ უკუკავშირი გამცემს – არ დაგავიწყდეთ, უთხრათ უკუკავშირის გამცემს, რა მიიღეთ მასთან კომუნიკაციის შედეგად. ასეთი მიდგომით უკუკავშირი შეიძენს წრიულ ხასიათს (Doppler, Klaus, 2005).

მამასადამე, უკუკავშირი შედეგიანია, თუ უკუკავშირის გამცემსა და მიმღებს შორის მყარდება ეფექტური კომუნიკაცია. უკუკავშირმა ორივე მიმართულებით უნდა მისცეს სტიმული რეფლექსიას და არ უნდა წარმოადგენდეს ინფორმაციის წყაროს მხოლოდ უკუკავშირის მიმღებისთვის.

**დასკვნა**

ინტერპერსონალური კომუნიკაცია, მნიშვნელოვანი ასპექტია საჯარო სამსახურის საქმიანობაში. საჯარო მოხელეები ინტერაქციას ამყარებენ მოქალაქეებთან, კოლეგებთან, სხვა პროფესიის წარმომადგენლებთან, მარეგულირებელ ორგანოებთან, პროფესიულ ასოციაციებთან და სხვა. და ამ პროცესის ეფექტიანობა დამოკიდებულია მათ კომუნიკაციურ უნარებზე.

„საკომუნიკაციო უნარ-ჩვევები პროფესიული ცოდნის შემდეგ მეორე ადგილზეა სამუშაოზე წარმატების მიღწევის ხელშეწყობაში” (Morgenstern Julie, 2004, 209). შესაბამისად, კომუნიკაცია წარმოადგენს პროფესიული განვითარების ფუნდამენტურ უნარს და როგორც პროფესიონალები, საჯარო მოხელეები მკაფიოდ უნდა იცნობდნენ თავიანთ საკომუნიკაციო უნარ-ჩვევებსა და იმას, თუ როგორ გასცემენ, იღებენ და ამუშავებენ ინფორმაციას.

კომუნიკაციის პროცესი ეფექტურია, როდესაც გამგზავნი აგზავნის თავის შეტყობინებას, ხოლო მიმღები იღებს მას, შეტყობინება კი გაგებულია ორივე მხარის მიერ. გამგზავნის პასუხისმგებლობაა უზრუნველყოს, რომ მიმღებმა მიიღოს შეტყობინება და რომ მიღებული შეტყობინება არის სწორედ ის, რაც მან გააგზავნა.

ეფექტური კომუნიკაციის ბარიერები შეიძლება მოიცავდეს ყურადღების გაფანტვას, დროის ცუდად განაწილებას, ემოციებს, განსხვავებულ ფონებსა და წინასწარ ჩამოყალიბებულ წარმოდგენებს. შესაბამისად, კომუნიკაციის პროცესის ეფექტურობისთვის აუცილებელია საჯარო მოხელეებს ჰქონდეთ ასეთი ბარიერების ამოცნობისა და დაძლევის შესაძლებლობა.

ამრიგად, ინტერპერსონალური კომუნიკაციის მართვა საჯარო მოხელეებისთვის საჭირო ფუნდამენტური უნარია და ეფექტიანი საქმიანობის საყრდენს წარმოადგენს. ეს არის კომპლექსური და დინამიური პროცესების ჯაჭვი, რომელიც უზრუნველყოფს ინდივიდებისა და ჯგუფების კოორდინირებულ მოქმედებას და მნიშვნელოვან როლს ასრულებს სოციალიზაციის, გადაწყვეტილებების მიღებისა და პრობლემების მართვაში.

#### **ბიბლიოგრაფია:**

სუმბაძე ნ. მახარაძე თ., (2010). ინტერპერსონალური კომუნიკაცია. მომსახურების სფერო, ეროვნული სასწავლო გეგმებისა და შეფასების ცენტრი, თბილისი  
Doppler, Klaus; lauterburg Christoph, (2005). Change Management. Den Unternehmenswandel gestalten. Frankfurt/Main, New York  
Morgenstern, Julie, Making Work Work, (2004). Simon & Schuster, New York, NY; p. 209.  
Nonverbal Communication By Albert Mehrabian, (2009). Third paperback printing, USA  
The American Heritage Dictionary of the English Language (2006). Fourth Edition, Houghton Mifflin Company



მაკო ჯაოშვილი

PH.D. ასოცირებული პროფესორი, მართვისა და კომუნიკაციის საერთაშორისო სასწავლო უნივერსიტეტი „ალტერბრიჯი“, კომუნიკაციის ექსპერტი

ლალი ბადრიძე

ქოუჩი, პოზიტიური ფსიქოთერაპევტი

## პოზიტიური ფსიქოთერაპიული მიდგომა

### საზოგადოებრივ ურთიერთობებში ბალანსის მისაღწევად

#### Abstract

At any stage of life, any organization or person has overcome some kind of difficulty. Positive Psychotherapy, based on the principle of “Here & Now”, teaches us the right analyses of the existed reality, helps to discover our own resources and expand opportunities to find the solution. It’s one of the most human approaches that we can use on the one hand, to better understand our own “I” on the personal level and on the other hand, to manage multifaceted interpersonal relationships at the level of organizational culture.

The article discusses the interpretation of this unique model from a wide perspective, which in people interaction leads to the love of people, understanding each other and through the so-called WIN-WIN tactics can create the team oriented on self-development. It’s well known that if we want to understand us, first we should listen to understand them. This is what helps us to be a leader in managing change, to act in the common interest and to improve the existing reality with our personal responsibility. Here is described the current trends of PR in an original way and tells briefly how professionals in this field can develop skills through a positive psychotherapeutic model to achieve a harmonious balance between internal and external communications.

*საკვანძო სიტყვები: ამბის მოყოლა, „აქ და ახლა“, ჰუმანისტური მიდგომა, ჰარმონიული ბალანსი, საზოგადოებრივი ურთიერთობები*

ბუნებაში ყველაფერი ცვალებადია. ჩვენი სამყაროც შეიცვალა. კაცობრიობის ისტორიაში პირველად, მოწმენი გავხდით, როგორ იქმნება „ურთიერთგადაჯაჭვული“ საზოგადოება, რომლის მთავარ ნიშანს კულტურული ნაირგვარობა წარმოადგენს. დღევანდელი მრავალკულტურული სოციუმისთვის სახასიათოა გახსნილობისა და კომუნიკაბელურობის მზარდი დინამიკა. თუმცა, ამის მიუხედავად, პიროვნებიდან დაწყებული ორგანიზაციებისა

და სახელმწიფოთა დონეზე ხშირად ურთიერთობათა დისბალანსია, რაც გაუგებრობათა ჯაჭვურ რეაქციას წარმოშობს.

ადამიანი მარტოდენ უნიკალური ქმნილება როდია, ის შემოქმედიცაა. თუმცა რას შექმნის, მნიშვნელოვანწილად არის დამოკიდებული აღზრდის თავისებურებებზე და გარემოზე, სადაც ყალიბდება და ვითარდება. ადამიანთა ბუნების უცნაურ სახასიათო თვისებას წარმოადგენს ფაქტი, რომ მათი ქმედებები განსაზღვრულია არა თავად რეალობის არსებობით, არამედ სუბიექტური აღქმით ამ რეალობის მიმართ. მიუხედავად ობიექტური ჭეშმარიტებისა, რომ ყველა ადამიანს გააჩნია შინაგანი განუყოფელი ღირებულება, ხშირად ისინი მოქმედებენ იმგვარად, თითქოსდა ამ ღირებულებას საერთოდ არ ფლობენ (Peseschkian, 2016). ეს განპირობებულია იმით, რომ არ აქვთ ღრმად გაცნობიერებული საკუთარი ფასეულობები. შეიძლება ითქვას, რომ ადამიანები მიდრეკილნი არიან აზრთა შორის სხვაობა და ამით წარმოშობილი გაუგებრობა მიაწერონ კონკრეტული პიროვნების ქმედებებისა და გრძნობების თავისებურებებს, რაც დისკარმონიასა და კონფლიქტს იწვევს ურთიერთობებში.

პოზიტიური და ტრანსკულტურული თერაპიის ფუძემდებელი, ირანული წარმოშობის, გერმანელი მეცნიერი ნოსრატ პეზეშკიანი დაინტერესებული იყო საზოგადოებრივ ურთიერთობებში კულტურის როლით. მისი პოზიტიური ფსიქოთერაპია, როგორც ტრანსკულტურული მიდგომა, ერთ-ერთი ყველაზე ჰუმანისტური მეთოდია, რომელმაც თავის თავში გააერთიანა ანალიტიკური, ღრმა ფსიქოლოგიური ქცევის ელემენტები (Peseschkian, 2010). ის ეფუძნება 20-ზე მეტი კულტურის შესწავლა-გაანალიზებით ჩატარებულ ფუნდამენტურ მეცნიერულ კვლევას. ამ მეთოდის შექმნისათვის პეზეშკიანი ნომინირებული იყო ნობელის პრემიაზე.

უფრო ადვილად გასაგები რომ იყოს, რაზე ვსაუბრობთ, პირველ რიგში, განვმარტოთ რა არის კულტურა. ფართო ცნებით იგი მოიცავს გამოცდილებას, რომელიც თაობიდან თაობას გადაეცემა ტრადიციების, წარმოდგენების, ღირებულებებისა და ქცევის თავისებურებების სახით. მასში იგულისხმება ის წესები და ნორმები, რომელთა საშუალებითაც ადამიანები ახდენენ საკუთარი სამყაროს ინტერპრეტირებას და ახორციელებენ ამა თუ იმ ქმედებას. ბუნებრივია, ნებისმიერ ქვეყანას, ქალაქს, ოჯახს, ორგანიზაციას თუ ცალკეულ პირს თავისი საკუთარი, განუმეორებელი, „განსხვავებული კულტურა“ გააჩნია.

საგულისხმოა, რომ პოზიტიური და ტრანსკულტურული მიდგომის გათვალისწინება საზოგადოებრივ ურთიერთობათა ფორმირებასა და შემდგომ განვითარებაში უდიდეს როლს ასრულებს (Peseschkian, 2011). საზოგადოებრივ ურთიერთობებს ცალკეული ინდივიდები ქმნიან და ბუნებრივია, მნიშვნელობა აქვს თითოეული მათგანის ხედვას, რადგან ამაზეა დამოკიდებული, როგორ დარეგულირდება საზოგადოებისთვის აქტუალური საკითხები, ორგანიზაციის მიზნები თუ ამოცანები, როგორ განიხილება კონფლიქტები პიროვნულ თუ ორგანიზაციულ დონეზე, როგორ მოგვარდება ურთიერთობებში წამოჭრილი პრობლემები, როგორ იმართება კრიზისული სიტუაციები და იგეგმება კრიზისის შემდგომი პროცესები.

პოზიტიური და ტრანსკულტურული ფსიქოთერაპია შედარებით ახალგაზრდა მეცნიერებაა. ნახევარსაუკუნოვანი ისტორიის მანძილზე მან თავი დაიმკვიდრა როგორც ყველაზე ჰუმანისტურმა მიდგომამ, რომელიც გვასწავლის, რომ ურთიერთობების დროს კონფლიქტის მიზეზების პასუხის მისაღებად საჭიროა დავსვათ შეკითხვები (Peseschkian, 2016). ერთ-ერთი ძირეულია: რა არის განმასხვავებელი და რა საერთოა დაპირისპირებულ მხარეთა შორის. ეს საშუალებას გვაძლევს გავითვალისწინოთ თითოეული ადამიანის მენტალიტეტი, ხასიათი და რაც მთავარია, დავაფასოთ მისი უნიკალურობა.

ადამიანებს შორის დაბალანსებული ურთიერთობების შესაქმნელად პოზიტიური ფსიქოთერაპიული მოდელის სტრუქტურა გვეხმარება გავიგოთ, რომ შეხედულებათა შორის განსხვავებამ შესაძლოა გამოიწვიოს გაუგებრობა, იმედგაცრუება, შიში, აგრესია და კონფლიქტი, თუმცა, მეორე მხრივ, ეს განსხვავებულობა შეიძლება აღვიქვათ, როგორც დამატებითი, შემავსებელი საზრისი, რომელიც სწავლის, ცოდნისა და ქცევის გაფართოების შესაძლებლობას იძლევა.

ცხოვრების სხვადასხვა ეტაპზე წამოჭრილ სირთულეთა დასაძლევად პოზიტიური ფსიქოთერაპია „აქ და ახლა“ პრინციპით აზროვნებას გვაჩვენებს. მისი მეშვეობით ვსწავლობთ არსებული რეალობის სწორ ანალიზს, რაც გვეხმარება აღმოვაჩინოთ საკუთარი რესურსები, გავიფართოვოთ შესაძლებლობები და მოვძებნოთ გამოსავალი.

საზოგადოებრივ ურთიერთდამოკიდებულებათა ფართო ჭრილში განხილვისას, დიდი როლი ენიჭება ადამიანებს შორის სიყვარულს, ერთმანეთის გაგებას და ე.წ. „მოგება-მოგების“ სამოქმედო ტაქტიკით თვითგანვითარებაზე ორიენტირებული გუნდის შექმნას. ცნობილი ბესტსელერის, „მაღალეფექტიანი ადამიანების 7 უნარის“ ავტორის, სტივენ ქავის ერთ-ერთი პრინციპის თანახმად, თუ გვსურს სხვებმა გაგვიგონ, ჯერ უნდა მოვუსმინოთ და გავუგოთ მათ (Covey, 2004). სწორედ ეს გვეხმარება ვიყოთ ლიდერი ცვლილებების სამართავად, ვიმოქმედოთ საერთო ინტერესების დასადგენად და პირადი პასუხისმგებლობით გავაუმჯობესოთ არსებული რეალობა.

რამდენადაც ეს **ჰუმანისტური მიდგომა** გამოიყენება როგორც საკუთარ „მეს“ შესაცნობად, ასევე ორგანიზაციული კულტურის დონეზე მრავალმხრივ პიროვნებათშორის ურთიერთობათა სამართავად, ჩვენ დავინახეთ ლოგიკური ბმა, როგორ მოვარგოთ იგი საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს, რომლის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფუნქციაა რეპუტაციის მართვა და კრიზისის პრევენცია.

აღიარებული ფაქტია, რომ საზოგადოებრივი ურთიერთობის თეორიები ორგანულად შეერწყა ფსიქოლოგიის არსებით საკითხებს. ამ ორ დისციპლინას შორის მჭიდრო ურთიერთკავშირის პირველი ნიშნები გამოჩნდა გასული საუკუნის 20-იან წლებში, როცა 100 ყველაზე გავლენიან ადამიანთა შორის გამორჩეულად ღირსეულმა წარმომადგენელმა, ედვარდ ბერნეისმა, თავისი ბიძის, ზიგმუნდ ფროიდის შეხედულებები მიუსადაგა კომუნიკაციის პროცესებს. ამით დაასაბუთა საკომუნიკაციო არხების მეშვეობით ინფორმაციის გადაცემისას რაოდენ მნიშვნელოვანია ცალკეული პიროვნების თუ პიროვნებათა ერთობლიობის ფსიქოლოგიური მახასიათებლების გათვალისწინება. ბერნეისი თავის საქმიანობაში ფართოდ იყენებდა ფსიქოლოგიასა და სოციალურ მეცნიერებებზე დამყარებულ ტექნოლოგიებს. მან კომუნიკაციებისა და მომხმარებელთა ქცევის ფსიქოდინამიკურ პროცესთა გაანალიზებით მიღებული გამოცდილება მეცნიერულად დახვეწა და შექმნა საზოგადოებასთან ურთიერთობის თეორია და პრაქტიკა (უილკოქსი, 2011).

2010 წლიდან მოყოლებული საერთაშორისო პრაქტიკულმა გამოცდილებამ ფართოდ აღიარა დოქტორ ჯეიმს გრუნვიგის ფორმულირება, რომ საზოგადოებრივი ურთიერთობები არის ორმხრივ სიმეტრიული კომუნიკაცია. ეს არის სტრატეგიული „დიალოგი“ ყველა დაინტერესებულ მხარესთან (უილკოქსი, 2011). ამ დარგის პროფესიონალებს გამოარჩევენ რამდენიმე არსებითი მახასიათებლით:

- შემოქმედებითი და ინოვაციური აზროვნება
- მმართველობითი უნარი, ინტუიცია და მტკიცე ხასიათი
- სიტუაციის ობიექტურად აღქმა, ანალიზი და სინთეზი

➤ ოპტიმიზმი, იუმორის გრძნობა და მოსმენის უნარი იმისთვის, რომ მათ შეძლონ ეფექტურად დაგეგმონ საკომუნიკაციო კამპანიები, სწორად შეიმუშაონ ანტიკრიზისული პროგრამა და მართონ სტრატეგიული კომუნიკაციები, რეკომენდებულია დაეყრდნონ არტურ ჰეიჯის ცნობილ 7 პრინციპს (Morozoff, 2014). მივყვეთ მათ აღწერას პოზიტიური ფსიქოთერაპიული მოდელის ჭრილში და განვიხილოთ როგორ არის დაბალანსებული არსებული რეალობისთვის სახასიათო ტენდენციები.

**1. უთხარი სიმართლე** - საზოგადოებას აცნობე რაც ხდება, მიაწოდე ზუსტი, რეალისტური სურათი კომპანიის ფასეულობებისა და გამოცდილების შესახებ (Morozoff, 2014). მიმდინარე წლის ტრენდულ მიმართულებებს თუ გადავავლებთ თვალს, ნათლად გამოიკვეთა, რომ ბრენდის კომუნიკაციის მთავარი მამოძრავებელი გახდა ეთიკა და გამჭვირვალობა. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა რამდენად დაცულია პირადი მონაცემები და უსაფრთხოება, როგორ მიმდინარეობს ინფორმირება, განათლება და ნდობის შენარჩუნება (Garvan, 2019).

**2. დაასაბუთე ქმედებით** - საზოგადოების მოლოდინი ნებისმიერი ორგანიზაციისადმი განისაზღვრება 90 % იმით, რასაც აკეთებს ორგანიზაცია და 10% - რას ამბობს; (მოროზოფი, 2014) აჩვენე ფაქტებითა და მაგალითებით რაში გამოიხატება კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობა. დღეს უკვე საკმარისი აღარაა მარტოოდენ იმის თქმა, რომ ხარ ეთიკური. კერძო თუ საჯარო ორგანიზაციებმა უნდა შეასრულონ თავიანთი დანაპირები, მისდიონ თავიანთ ნათქვამ სიტყვას და ნებისმიერ კომუნიკაციაში გამოავლინონ თავიანთი ეთიკური ფასეულობები. რა სახის ინფორმაციასაც არ უნდა ავრცელებდნენ, მუდმივად უნდა იყვნენ ორიენტირებული ნათქვამის სიზუსტეზე, რეალურად მიმდინარე ფაქტებსა და მათ ობიექტურ ინტერპრეტაციაზე. პროფესიონალთა მიერ „ამბის მოყოლა“ სწორედ ამ სამ კრიტერიუმს უნდა ეყრდნობოდეს. გაინტერესებთ, როგორ შეგვიძლია კარგად მოვყვეთ ამბავი?! ამასთან დაკავშირებით გაგიზიარებთ საკუთარ გამოცდილებას და ასევე ABPR-ის დამფუძნებლის ანჟელა ბეთანქორთის რჩევას. (Graham McGregor, 2014) უპასუხეთ ქვემოთ მოყვანილ შეკითხვებს:

- ✓ რა არის ყველაზე საინტერესო, რასაც ყოველთვის არ ვეუბნები სხვებს?
- ✓ რა იყო ყველაზე რთული / მძიმე, როცა წამოვიწყე ბიზნესი?
- ✓ რამ გამაბედინა გაბედული ნაბიჯის გადადგმა დამეწყო ბიზნესი?
- ✓ რა უნიკალური მახასიათებლები გამოარჩევს ჩემს გუნდს?
- ✓ რა არის ერთი მნიშვნელოვანი რამ, რაც მინდა რომ სხვებმაც გაიგონ?
- ✓ რას მივადწიე განსაკუთრებულს, რაც სამოტივაციო იქნება სხვებისთვისაც?
- ✓ რა შემთხვევა ვურჩიო სხვებს საკუთარი გამოცდილების გაზიარებით?

**3. მოუსმინე მომხმარებელს** - იმისთვის, რომ კომპანია უკეთ მოემსახუროს თავის მომხმარებელს, უნდა იცოდეს მისი სურვილები და საჭიროებები (Morozoff, 2014). ამ ინფორმაციას უნდა ფლობდნენ როგორც გადაწყვეტილების მიმღები პირები და ასევე, სხვა თანამშრომლები. ნებისმიერ დონეზე საურთიერთობოდ, ყოველთვის ყური უნდა დაუგდო და მხედველობაში მიიღო მომხმარებლის აზრი. კოგნიტური ფსიქოლოგიის ფართოდ გავრცელებული მიდგომა გვასწავლის, რომ ყურადღების გამოხატვა განსაზღვრავს, თუ როგორ ვახდენთ ინფორმაციის ურთიერთგაცვლას. ეს არის უწყვეტი პროცესი, რომლის შედეგადაც მყარდება ნდობა. უამრავი კვლევით დასაბუთებულია, რომ გავლენის მოსახდენად არსებითი როლი ენიჭება გაიგო რა სურს მომხმარებელს და საინტერესოდ შესთავაზო მისთვის სასარგებლო ინფორმაცია. კარგად მუშაობს ე.წ. „სასიამოვნო

მოულოდნელობის“ ეფექტი. როცა ბრენდი მორგებულია მომხმარებლის ინტერესებზე, ბუნებრივია, ორივე მხარე მოგებული რჩება. ამიტომ, უახლესი მიდგომებით, წინა პლანზე გადმოვიდა მულტი-მედია კონტენტის შექმნა-გაანალიზება, „ამბის მოყოლა“ და ინფლუენსერების ჩართულობა.

**4. მართე პროცესები ხვალისთვის** - წინასწარ განჭვრიტე საზოგადოების რეაგირება და მინიმუმამდე შეამცირე უთანხმოების წარმომშობი საბაზი (Morozoff, 2014). ორგანიზაციის შიდა საკომუნიკაციო სტრატეგია ეფექტურ როლს ასრულებს კრიზისის მენეჯმენტის საკითხებში. აქ ორი მიმართულება გამოიყოფა: ერთი ე.წ. ხიდის ფუნქციის და მეორე, როგორც ბუფერული, რომელთა გამოყენებით საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერებს სწორი შეკითხვების დასმითა და მოსმენილის საფუძვლიანი გაანალიზებით შეუძლიათ ურთიერთობათა მოწესრიგება, გაუგებრობისა და კონფლიქტის გამწვავების თავიდან არიდება. 2018 წელს სამხრეთ კორეაში 105 ორგანიზაციის გამოკითხვით ჩატარებულმა კვლევამ დაასაბუთა, რომ ის ორგანიზაციები, სადაც „შემაკავშირებელი ხიდის“ სტრატეგია წარმოადგენს ძირითად საკომუნიკაციო საშუალებას, უკეთ აგვარებენ კრიზისულ სიტუაციას ან მარტივად ახდენენ მის პრევენციას (Kim et al, 2017). ამით საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური უკეთ ახერხებს რეპუტაციის შენარჩუნებას.

**5. შექმენი საკომუნიკაციო აქტივობათა პოლიტიკა** - სტრატეგიული კომუნიკაცია ვერ ინერგება, თუ არაა გათვალისწინებული მისი გავლენა საზოგადოებაზე (Morozoff, 2014). ფსიქოლოგიის ცოდნის გამოყენებით საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროფესიონალები გაცილებით ეფექტურად ადგენენ საკომუნიკაციო გეგმას და მოქმედებენ სწორად დასახული სტრატეგიული ამოცანების შესაბამისად. სანდიეგოს უნივერსიტეტის მენეჯმენტის მიმართულებით პროფესორ-ემერიტუსის და მკვლევარის სტივენ რობინსის განმარტებით სტრატეგია წარმოადგენს კომპანიის გრძელვადიანი მიზნებისა და გონივრულად შერჩეულ ქმედებათა ნაკრებს (რობინსი, 2008). მასში ზუსტად არის გათვლილი დანიშნულების ადგილამდე მისასვლელი რესურსი. სტრატეგიული აზროვნება ეხმარება საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერს ეფექტურად დანერგოს საკომუნიკაციო აქტივობები, რომელთა მიხედვითაც კონკრეტულადაა აღწერილი რა ზეგავლენას მოახდენს საზოგადოებაზე ყოველი ცალკეული შედეგი (Lusy, 2019).

**6. შეიმუშავე კორპორაციული კომუნიკაციები**- კომპანიის შესახებ ნებისმიერი მოსაზრება განპირობებულია თანამშრომელთა სიტყვით /ქმედებით (Morozoff, 2014). ორგანიზაციის ნებისმიერი წევრი წარმოადგენს ე.წ. „ელჩს“ და ქმნის საერთო ხასიათს. დღესდღეობით, როცა კონკურენცია გამწვავებულია, მით უმეტეს, კრიზისის პირობებში, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია გუნდის „შეჭიდულობა.“ ასეთ დროს ცვლილებებისადმი მოქნილობა, სტრესისადმი გამძლეობა და ურთიერთგაგება აუცილებელი წინაპირობაა ერთი მხრივ, არსებული ვითარების სწორად გაანალიზებისათვის, მეორე მხრივ, ორგანიზაციული განვითარების შემდგომ ეტაპზე გადასვლისთვის (რობინსი, 2009). კომუნიკაციის სპეციალისტები ითვალისწინებენ ფსიქოლოგიის როლს ნებისმიერ დაინტერესებულ მხარესთან ურთიერთობის პროცესში. ამისთვის, ისინი ქმნიან ერთიან კორპორაციულ კომუნიკაციას, რომლის მეშვეობითაც ორგანიზაციის ნებისმიერი წევრი თანაბარზომიერად არის პასუხისმგებელი, რას როგორ იტყვის ან/და გააკეთებს, რითიც დაამახსოვრებინებს ორგანიზაციის სახელს, კრედოს თუ პროდუქტს.

**7. შეინარჩუნე სიმშვიდე, მოთმინება და წონასწორობა** - კრიზისის პირობებში ცივი გონებით კომუნიკაცია ყველაზე ეფექტურ საშუალებას წარმოადგენს (Morozoff, 2014). ცხადია, ასეთ დროს გონივრული ანტიკრიზისული გეგმის შეიმუშავება და დიდი სიფრთხილით გათვლილი

ნაბიჯების გადადგმა საჭირო. ასევე მნიშვნელოვანია, ვინ იქნება პასუხისმგებელი ორგანიზაციის სახელით კომუნიკაციის დამყარებაზე. განსაკუთრებული როლი ენიჭება ემოციების მართვას და სტრესისადმი გამძლეობას. თავისთავად, საზოგადოებასთან ურთიერთობა ერთ-ერთ ყველაზე სტრესულ პროფესიად ითვლება. ამ სფეროში დასაქმებულ ადამიანებს ძალიან ეხმარება პოზიტიური აზროვნება. უამრავი კვლევით დასაბუთებულია, რომ ზოგადად, სტრესის მართვას აადვილებს საკითხისადმი რეალისტური მიდგომა და ოპტიმისტური განწყობა. ეს კი ხელს უწყობს:

- ✓ ფსიქოლოგიური ბალანსის დაცვას
- ✓ სტრესფაქტორების „განიარადებას“
- ✓ ჯანსაღ, მტკიცე ურთიერთობებს
- ✓ შინაგან სიმშვიდეს და სიღინჯეს

ზემოთ დასახელებულ ფაქტორთა ერთობლიობით ყველაზე რთულ ვითარებაშიც კი, შესაძლებელია დაინტერესებულ მხარეებთან ურთიერთობა ორმხრივად სასარგებლო მიმართულებით წარიმართოს.

ხშირად ისმის შეკითხვა, როგორ ავსავთ საზოგადოებრივი ურთიერთობები ისე, რომ იყოს მართლაც ორმაგ სარგებლიანობაზე დაფუძნებული და ემსახურებოდეს ერთი მხრივ, ორგანიზაციის ინტერესთა გათვალისწინებას და მეორე მხრივ, შეინარჩუნოს ობიექტურობა ყველა სხვა ჩართულ პირთან მიმართებით. სწორედ აქ შემოდის ფსიქოლოგიის „მაგიურობა“, რაც გულისხმობს ქცევის განმსაზღვრელი ფსიქოლოგიური ასპექტების ცოდნას და იმ მიდგომებს, რომლებიც აადვილებს პიროვნებათშორის ურთიერთქმედებას. დააკვირდით სამომხმარებლო ქცევაზე გავლენის მოსახდენად რა ეტაპებს გადის მარკეტინგული ან საზოგადოებასთან ურთიერთობის კამპანიები და თვალნათლივ დაინახავთ როგორ მიიღწევა დასახული მიზანი (უილკოქსი, 2011). რა სახის კომუნიკაციასაც არ უნდა ვამყარებდეთ სამიზნე აუდიტორიასთან, ჩვენ წინასწარ უნდა ვპასუხოთ ოთხ საბაზისო შეკითხვას:

1. ვის მივმართავთ კონკრეტულ სიტუაციაში - ვინ არის მიზნობრივი სეგმენტი მოცემულ ეტაპზე და არა ზოგადად, ვინ გვინდა რომ იყოს;
2. რა ქცევითი მახასიათებლებით გამოირჩევა კონკრეტული აუდიტორია - რა არის მიზნები, მისწრაფებები, ინტერესები
3. რას აქცევენ ისინი ყურადღებას ანუ რითი გავხადოთ მიმზიდველი ჩვენ მიერ შემუშავებული არსებითი შეტყობინება
4. როგორ რეაგირებენ ისინი მიღებულ ინფორმაციაზე - რამდენად დაიმახსოვრებენ და რა შესაბამის ქმედებას განახორციელებენ.

კომუნიკაციაში გაცილებით მეტი დატვირთვა აქვს არავერბალურ ნაწილს ანუ შეგრძნებების, ემოციების, დამოკიდებულებების დონეზე რეალობის აღქმას და ამის შესაბამისად მიმდინარე ქცევით რეაქციებს. ნებისმიერი ჩვენგანის მიდგომა ამა თუ იმ მოვლენის, საკითხისა თუ პიროვნების მიმართ განისაზღვრება ჩვენი ემოციების, ფასეულობებისა და ხასიათის ერთგვარი ნაკრებით. ფსიქოლოგია გვასწავლის, რომ მიდგომების ჩამოყალიბებაში არსებითია სამი მთავარი კომპონენტი:

1. ემოციურ დონეზე - რას განვიცდით (ვგრძნობთ) კონკრეტულ სიტუაციაში
2. კოგნიტურ დონეზე - რას ვფიქრობთ აღნიშნულთან დაკავშირებით
3. ბიჰევიორულ ანუ ქცევის დონეზე - რას ვაკეთებთ, როგორ ვიქცევით.

პოზიტიური და ტრანსკულტურული ფსიქოთერაპიული მოდელი თავისი ღრმა შინაარსობრივი და დინამიკური ტექნიკით სწორედ ამ სამ შეკითხვაზე პასუხების შედეგად

გვეხმარება გავერკვეთ საკუთარ თავში, გულმოდგინედ მოვუსმინოთ და გავუგოთ გარშემო მყოფებს, აღმოვაჩინოთ მეტი რესურსი ჩვენში და ყველა იმ ადამიანში, ვისთანაც გვაქვს საქმიანი თუ პირადი ურთიერთობა. ზუსტად ამიტომ ის წარმატებით შეგვიძლია გამოვიყენოთ ნებისმიერ ორგანიზაციულ დონეზე პროცესების სამართავად და ჰარმონიულ ურთიერთობებში ბალანსის დასამყარებლად.

## ბიბლიოგრაფია:

- რობინსი ს. ჯაჯი ტ. (2009). ორგანიზაციული ქცევის საფუძვლები, თბილისი, ილიას სახ. უნივერსიტეტი
- უილკოქსი ლ. კამერონი დ. ტ. გლენ, (2011), საზოგადოებასთან ურთიერთობა: სტრატეგია და ტაქტიკა, ნაწილი I, თბილისი, გამომცემლობა „დიოგენე“
- Covey Stephen R., (2004). *The 7 Habits of Highly Effective People*, Pocket Books
- Graham M, (2014). *Million Dollar PR Advice*, vol.1, Retrieved from <http://mavensandmoguls.com/pdf/Million-Dollar-PR-advice-Vol-1.pdf> (Retrieved 25.04.2020)
- Garvan K., (2019). Top 5 Trends to Look for out in 2020, December, Retrieved from <https://www.mediatoolkit.com/blog/top-5-pr-trends-to-look-out-for-in-2020/> (Retrieved 25.04.2020)
- Kim, Soojin & Krishna, Arunima. (2017). Bridging strategy versus buffering strategy: enhancing crisis management capability in public management for relational and reputational improvement, and conflict avoidance. *Asian Journal of Communication*. 1-19. 10.1080/01292986.2017.1313876.
- Trapp N. L., (2019). Stakeholder Involvement in CSR Strategy-making Clues from sixteen Danish companies | Public Relations, *International Journal of Scientific & Technology*, Research Volume 8, Issue 10, October, ISSN 2277-8616 1993
- Lusy T. N et al. (2019). Public Relations Management Through Management by Objective, *International Journal of Scientific & Technology Research* 8 (10), IJSTR
- Morosoff J., (2014). Arthur Page's 7 Principles, September, Retrieved from <https://www.publicrelationsnation.com/2014/09/14/arthur-pages-seven-principles/> (Retrieved 24.04.2020)
- Peseschkian, N. (2010), Psychotherapy in Europe: About positive Psychotherapy. *International Journal of Psychotherapy*, 14 (3). Retrieved from [http://positum.org/fileadmin/user/pdf/Articles/Article\\_Intern\\_Journal\\_of\\_Psychotherapy\\_11-2010.pdf](http://positum.org/fileadmin/user/pdf/Articles/Article_Intern_Journal_of_Psychotherapy_11-2010.pdf) (Retrieved 25.04.2020)
- Peseschkian, N. (2011). The strategy of positive psychotherapy and positive family therapy on the cross-cultural point of view. *International Journal of Positive Psychotherapy and Research*, 1(1), 6-13. Retrieved from [http://www.positum.org/files/ppt\\_electronic\\_journal\\_-\\_final.pdf](http://www.positum.org/files/ppt_electronic_journal_-_final.pdf) (Retrieved 25.04.2020)
- Peseschkian, N. (2016). *In Search of Meaning*, Author House UK

ქეთევან ოთარაშვილი  
ვარშავის მენეჯმენტის უნივერსიტეტის მაგისტრი

## კულტურათაშორისი კომუნიკაციების მნიშვნელობა კომპანიებისათვის

### Abstract

The increasing importance of intercultural communication is a consequence of the globalization process. The importance of communication management is growing day by day and offers companies new opportunities. Globalization is transforming mono-cultural companies into multicultural ones, which is a new challenge for company managers. Adapting to a foreign culture involves a number of stages. Proper management of the stages leads to further development and success of the companies. To be successful, companies need to be realistic. They have to identify their own cultural, ethnic, identity.

The territory of Georgia has been an area of intensive migration since ancient times. This has created multi-ethnicity in the country and the formation of a multicultural environment where there is a high level of recognition of different cultures. The flow of foreign investment into the country has increased since the 1990s, which has increased the impact of foreign cultures on local. Georgia is one of the countries whose economy is largely dependent on foreign investment. Therefore, the importance of coordinating intercultural communication in the country is especially great.

*საკვანძო სიტყვები: კომუნიკაცია, მენეჯმენტი, კულტურათაშორისი*

„კომუნიკაციის“ ერთ-ერთი მარტივი განმარტება ასეთია - „ინფორმაციის გაცვლის პროცესი ინდივიდებს შორის სიმბოლოთა საერთო სისტემის დახმარებით (<https://en.wikipedia.org/wiki/Communication>) ამ განმარტებაში ნაკლებად მარტივია „სიმბოლოთა საერთო სისტემის“ შერჩევა და „ინფორმაციის გაცვლის პროცესის“ მართვა. უმართავი ან არასწორად წარმართული კომუნიკაცია კი უმართავი და არასასურველი შედეგების მიზეზია, როგორც ინდივიდუალურ ისე გლობალურ ჭრილში.

ტრაფარეტული ფრაზა, გლობალიზაციას თანამედროვე მენეჯმენტისთვის არნახული შესაძლებლობები და სარგებელი რომ „მოაქვს“ ყველამ ვიცით, თუმცა „გლობალიზაცია“ არნახულ სიკეთე-სარგებელთან ერთად გამოწვევებისთვის არნახულ მზადყოფნას გულისხმობს.



გლობალიზაცია მენეჯერებს განვითარებისთვის სთავაზობს მულტიკულტურული კომუნიკაციების სინთეზს, რომლის სწორი მანიპულაცია ხელს უწყობს მათი კომპანიების ინტეგრაციას და ადაპტირებას როგორც გლობალურ, ისე ინტერპერსონალურ დონეებზე.

წინა აზრის ჩამოყალიბება გაცილებით მარტივად და გასაგებად რომ შეიძლებოდა ალბათ დამეთანხმებით, ასეა კომუნიკაცია - რაც მარტივია, მით ეფექტურია. გლობალიზაციის თანმდევი ეფექტია მონოკულტურული კომპანიების ტრანსფორმაცია მულტიკულტურულ ორგანიზმებად, ამ ორგანიზმის გამართული ფუნქციონირებისთვის საჭიროა გამართული საკომუნიკაციო სისტემა.

ტრანსფორმაციისას კომპანიებმა უნდა გააცნობიერონ ის რისკები, რომლებიც თან ახლავს არაკოორდინირებულ კომუნიკაციას განსხვავებული კულტურების გადაკვეთისას.

ორგანიზაციული კულტურა განსაზღვრავს ორგანიზაციულ ქცევას, რაც თავის მხრივ დამოკიდებულებაა თანამშრომლების ფასეულობებზე, რომელიც სწორი კომუნიკაციის პირობებში უნდა ემთხვეოდეს კომპანიისას.

მენეჯმენტს შეუძლია ორგანიზაციული კულტურის მანიპულირებით დასახული მიზნების მიღწევა, ამიტომ ორგანიზაციული კულტურა უნდა ჩამოყალიბდეს მისი შემადგენელი ინდივიდების ინტერესების დაცვით. განსხვავებული კულტურული რესურსი ინექციისას, კომპანიებმა უნდა გააანალიზონ, რომ კომპანიის ახალბედა წევრებს უცხო გარემოში მოხვედრისას მოუწევთ რიგი ეტაპების გავლა. ადაპტაციის პერიოდი ხშირად იყოფა 5 ძირითად ეტაპად, რომლის გადალახვაც კომპანიის ჩართულობით უნდა მოხდეს:

1. „თაფლობის თვე“ – გარშემო ყველაფერი ახალი, განსხვავებული და დადებითია. ხალხი სასიამოვნო შთაბეჭდილებას ტოვებს, ადამიანი ენთუზიაზმითაა განწყობილი სიახლეებისადმი.
2. დაბნეულობა/დეზორიენტაცია – განსხვავებული გარემო, ახალ კულტურასთან შეგუება დიდ ძალისხმევას მოითხოვს. სიახლის ეიფორია ეტაპობრივად ქრება, მას ანაცვლებს ყოველდღიური სამუშაო პროცესის სიძნელებები.
3. იმედგაცრუება – განსხვავებულ გარემოში ადამიანი თავს დაუცველად, ნეგატიურად განწყობა უცხო კულტურის მიმართ.
4. ავტონომიის დონე/შეგუების დასაწყისი – ადამიანი უფრო იმედიანადაა განწყობილი, რწმუნდება, რომ შეუძლია ახალ სიტუაციასთან შეგუება.
5. დამოუკიდებლობის საფეხური – ახალ კულტურასთან ადაპტაციის ბარიერი გადალახულია.

გარდა შიდა კულტურათაშორისი ბალანსისა ორგანიზაციებს უწევთ ამ ბალანსის დაცვა საველე პირობებშიც - პარტნიორებთან, კონკურენტებთან მომხმარებლებთან ურთიერთობისას.

საინტერესოა კულტურათაშორის კომუნიკაციების ქართული გზა და ტენდენციები - გლობალიზაციის ჭრილში განხილვაზე არანაკლებ საინტერესოა „ნიკოფსიდან დარუბანდამდე და ოვსეთიდან არეგაწამდე დატოვებული“ ქვეყნის ქროსკულტურული

გამოცდილება. საქართველოს ტერიტორია უმველესი დროიდან ინტენსიური მიგრაციის არეალს წარმოადგენდა, ამან განაპირობა ქვეყნის მრავალ-ეთნიკურობა და მულტიკულტურული გარემოს ფორმირება სადაც მაღალია განსხვავებული კულტურის მიმდებლობა. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ქროს-კულტურული კომუნიკაციების მართვის საუკუნოვანი გამოცდილება გვაქვს, რაც დადებითად აისახება თანამედროვე კომუნიკაციებზე ქართულ მენეჯმენტშიც.

ქროს-კულტურული კომუნიკაციების მნიშვნელობა იზრდება ქვეყანაში უცხოური ინვესტიციების ზრდასთან ერთად, რადგან ამ დროს ინვესტიციის ნაკადის პარალელურად იზრდება ადამიანური კაპიტალის განვითარების შესაძლებლობა. ინვესტიციების მიღების თანმდევი პროცესია ინვესტორი ქვეყნის ადამიანური კაპიტალის გადმოძინება მიმღებ ქვეყანაში, რაც ზრდის დასაქმებას და მნიშვნელოვანია ადგილობრივი ადამიანური კაპიტალის განვითარებისთვისაც. მაღალი პროდუქტიულობის გამო ხშირად ასეთი ტიპის დასაქმება უფრო მაღალ ხელფასებსა და უკეთეს სამუშაო პირობებს გულისხმობს. ტექნოლოგიური „ნოუ-ჰაუ“ და პროგრესული მენეჯმენტი გლობალურ ბაზრებზე ასეთი ტიპის წარმოების თავის დამკვიდრების საშუალებას იძლევა. გარდა ამისა, უცხოური ინვესტიციის მოზიდვის პროცესი გულისხმობს ინვესტორთან კომუნიკაციას. ამიტომ, გასათვალისწინებელია, რომ ბიზნეს კომუნიკაცია გულისხმობს ინფორმაციული ნაკადების, როგორც გარე, ასევე შიდა დინებებს. ამ ნაკადების მნიშვნელობა ბიზნესში განისაზღვრება იმით, რომ კომუნიკაციური პროცესის მონაწილეები ხშირად იმყოფებიან უცხო ქვეყნებსა და კონტინენტებზე და არიან სხვადასხვა კულტურის მატარებლები. ეს ქმნის კომუნიკაციის პრობლემებს, რომლებიც განპირობებულია კომპანიისათვის ჩვეული კურტურული საზღვრების დარღვევით, ასევე ენობრივი ბარიერით.

საერთაშორისო კომპანიის გარე საინფორმაციო ნაკადები მოიცავს უცხოელ ბიზნესპარტნიორებსა და მომხმარებლებთან, მოიჯარეებსა და მომწოდებლებთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან საქმიან ურთიერთობებს. კანონმდებლობა, ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონე, განსხვავებული ფასეულობები და ტრადიციები, ენობრივი ბარიერები დიდ გავლენას ახდენენ კომპანიის გარე კომუნიკაციაზე.

საერთაშორისო კომპანიებში კომუნიკაცია განსხვავდება იმის მიხედვით, თუ სად და როგორ, რა სიჩქარითა და რა არხებით, ფორმალურად თუ არაფორმალურად ხდება მისი გავრცელება.

ბიზნეს კომუნიკაცია საქმიან ურთიერთობებში და მოლაპარაკებების დროს შესაძლებელია განხორციელდეს წერილობითი, ვერბალური, არა ვერბალური და ელექტრონული ფორმით. ზოგჯერ ბიზნეს სუბიექტები საფრთხეში იგდებენ თავს იმის გამო, რომ კომუნიკაციის ერთნაირ გზას ირჩევენ განსხვავებულ გარემოებებში (Thomas, 2008). ბიზნესში კომუნიკაციის ეფექტიანობის ამაღლებისათვის, ორგანიზაციაში კომუნიკაციის დახვეწილ ჩვეულ ზომებთან ერთად შეიძლება გადაიდგას სხვა ნაბიჯებიც, რაც მიმართულია ენობრივი ბარიერების გადალახვის, თანამედროვე საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ეფექტიანი გამოყენებისაკენ.

მულტინაციონალური კომპანიებისთვის ეფექტურია შიდა ქსელის შექმნა, რომელიც შიდა საფირმოა და მოიცავს მის ლოკალურ დაწესებულებებსაც. ეს ამარტივებს შიდა კომუნიკაციების პროცესს და ხელმისაწვდომობას, რადგან ყველასთვის ერთდროულად

ხელმისაწვდომია კომპანიის სიახლეები, ახალი ტექნოლოგიები, სტრატეგია, მარტივია თანამშრომლებს შორის ინფორმაციის ხარისხიანი გაცვლის პროცესი.

საქართველოს შემთხვევაში კულტურათაშორისი საკომუნიკაციო სისტემის შემუშავება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ხდება 90-ანი წლების შემდეგ, ამ პერიოდიდან იწყება ინვესტიციების შემოდინება ქვეყანაში, ბაზარზე ჩნდებიან სხვადასხვა სიდიდის საერთაშორისო კომპანიები, ისეთები როგორცაა: „კოკა კოლა“, „ჯეოსელი“. ასევე ბევრ ქართულ კომპანიაში ჩნდება უცხოური კომპანიების საინვესტიციო წილი - მათ შორისაა 1937 წელს დაფუძნებული „თბილელექტროქსელი“ (იგივე „თელასი“), რომლის 75 %-ის მფლობელი 1998 წელს „AES Silk Road Holding“ -ი ხდება. ამ პერიოდიდან მოყოლებული იწყება უცხო კულტურების აქტიური ინექცია ქართულ ბიზნესში. კულტურათაშორისი კომუნიკაციების თავისებურებების გათვალისწინება აქტუალური ხდება საქართველოში არსებული კომპანიებისთვის, იმისდა მიუხედავად, რამდენად სცდება მათი საქმიანობა საქართველოს საზღვრებს.

კომპანიების სამუშაო ძალა ფორმირდება განსხვავებული კულტურის, რელიგიის და ეთნიკური წარმომავლობის ადამიანებისგან, რომლებსაც განსხვავებული საკომუნიკაციო სისტემა და სტანდარტები აქვთ. ყველა მათგანს შეაქვს გუნდში მისთვის დამახასიათებელი, ტრადიციული სამუშაო შტრიხი, რომელიც კომპანიაში ახალ, მულტიკულტურულ ატმოსფეროს აყალბებს (Harris, [Elashmawi](#), 1993).

დღეისათვის საქართველოში რეგისტრირებული ასი ყველაზე მსხვილი კომპანიიდან ასივე შეიცავს უცხოური ინვესტიციის, როგორც მატერიალურ, ისე ინტელექტუალურ წილს. მულტიკულტურული გარემოს ფორმირება გლობალიზაციის თანმდევი, შეუქცევადი პროცესია, რომელიც განსაკუთრებულად საინტერესო გამოწვევაა მენეჯერებისთვის. მათ სწორად უნდა შეაფასონ კულტურის გავლენის ძალა და დაინახონ შესაძლებლობები და რისკები, რომელიც თან ახლავს უცხო კულტურის შემოსვლას მათ კომპანიებში.

მენეჯმენტმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ მათ არსებულ და ახალ თანამშრომლებს მოუწევთ კომფორტის ზონიდან ტურბულენტურ ზონაში გადანაცვლება, რომელიც განპირობებული იქნება შიდა კონკურენციით, უსაფრთხოებისა და სტაბილურობის გრძნობის შესუსტებით, ორივე მხარის მიერ მეორე მხარის უპირატესი ცოდნის ან საკუთარ რესურსის „შეუცვლელიობის“ ილუზიით, ქაოსური, არა სტრუქტურული კომუნიკაციით ([Richard](#), 1998). ამის დასაძლევად სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია კონკრეტული ქმედებების განხორციელება. მათ უნდა მოახდინონ საკუთარი კომპანიების კულტურული, ეთნიკური, გენდერული, ასაკობრივი იდენტიფიკაცია, განსაზღვრონ საკომუნიკაციო სტრატეგია და არხები, მართონ კომუნიკაციის პროცესი და უზრუნველყონ კომპანიის ფასეულობებისა და კულტურის ორგანული აღიარება თანამშრომლების მხრიდან. სტრატეგია და მიდგომები თავისთავად შესაძლოა განსხვავდებოდეს „აღმოსავლეთის“ და „დასავლეთის“, მაღალი და დაბალი კონტექსტის, განვითარებადი და განვითარებული ქვეყნების ჭრილში, თუმცა ფაქტია რომ კულტურათაშორისი „ხმაურის ჩახშობა“ და მულტიკულტურული კომუნიკაციური სტრატეგია კომპანიებისთვის განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია ახლა, რომლის სწორად წარმართვაც მათ შემდგომ წარმატება/წარუმატებლობას განაპირობებს.

საქართველო იმ ქვეყნების რიცხვს მიეკუთვნება, რომლის ეკონომიკაც მეტწილად უცხოურ ინვესტიციებზე დამოკიდებული. ქვეყანაში ნარჩუნდება ინვესტიციების ზრდის ტრენდი, რაც თავის მხრივ უცხო კულტურების შემოდინებას გულისხმობს, ამიტომ ქართული ბიზნესისთვის ქროს-კულტურული ბიზნეს გარემოს ფორმირება, კომუნიკაციების მართვის პროცესი ერთ-ერთ პრიორიტეტად უნდა იქცეს.

#### **ბიბლიოგრაფია:**

Harris Ph. R. and Elashmawi F. (1993). Multicultural Management: New Skills for Global Success, Houston, Texas: Gulf publishing company

Lewis R.D.(1998). Cross-cultural Communication, London: Axis Europe Limited

Thomas D. C. (2008). Cross-Cultural Management: Essential Concepts, 2nd Edition, Loss Angeles: Sage Publication

<https://www.my.gov.ge/ka-ge/services/6/service/179> (მასალა მოძიებულია 10.04.2020)

<https://forbes.ge/news/6055/reitingi-saqarTvelos-100-umsxvilesi-kompania> (მასალა მოძიებულია 12.04.2020)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Communication> (მასალა მოძიებულია 22.04.2020)

ნინა ხატიაშვილი

საჯარო მმართველობის დოქტორი

ასისტენტ-პროფესორი, მართვისა და კომუნიკაციის საერთაშორისო სასწავლო  
უნივერსიტეტი „ალტერბრიჯი“

## საჯარო სერვისები კულტურის სფეროში

### Abstract

In the article, actualization of the State's goals in the field of culture is discussed as a service provided by administrative bodies in order to satisfy the society's cultural needs. Bearing in mind the existing social and global challenges, the article suggests recommendations for the optimization of the governmental system. Aiming to create cultural products, the recommendations are provided for the phases of spreading cultural values and state support.

*საკვანძო სიტყვები: საზოგადოება, კულტურა, პროდუქტი, სერვისი, სახელმწიფო*

კულტურის სფერო წარმოადგენს მნიშვნელოვან სეგმენტს ქვეყნის წარმატებული ფუნქციონირებისთვის. ამიტომ აქტუალურია, რომ სახელმწიფო მმართველობითმა სისტემამ, რომელიც რეაგირებას ახდენს განვითარების პირობებზე და გამოწვევაზე, კულტურის სფეროშიც მოახდინოს ადაპტაბელობა-გამოიყენოს შესაძლებლობა, რათა იყოს მეტად მოქნილი და მორგებული თანამედროვე მოცემულობაზე და საზოგადოების მოთხოვნილებებზე.

სახელმწიფო, რომელსაც გააჩნია ადამიანზე ზრუნვის ვალდებულება, დაინტერესებულია, მეტად ხელმისაწვდომი გახადოს კულტურის სფეროს სიკეთეები თითოეული ადამიანისთვის და საზოგადოებისთვის, როგორც ადამიანთა ერთობისთვის. ამ მიმართულებით ვაწყდებით სოციალური ხასიათის წინააღმდეგობებს, რასაც ბოლო პერიოდში დაერთო მსოფლიო პანდემიით გამოწვეული პრობლემები. საქართველოს მოსახლეობის მნიშვნელოვან ნაწილს (უმუშევარობის დონა 11%-ია, ხოლო (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური) სიღარიბის აბსოლუტურ ზღვარს ქვემოთ მყოფი მოქალაქეების რაოდენობა 20.1% (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური) სოციალური პირობების გამოისობით, არ ეძლევა საშუალება, სრულყოფილად ჩაერთოს ქვეყნის კულტურულ ცხოვრებაში. წინააღმდეგობას ქმნის ასევე კულტურული ცენტრების ტერიტორიული ხელმისაწვდომობის საკითხი, რაც გამოიხატება რეგიონში მყოფ მოსახლეობასა და ქალაქებში განთავსებულ კულტურის კერებს შორის არსებულ დისტანციაში.

პანდემიის გამო მკვეთრად შეზღუდულია გადაადგილება, არ ფუნქციონირებს კულტურის ინსტიტუციათა უდიდესი ნაწილი, რაც კიდევ უფრო დეფიციტურს ხდის მოსახლეობისთვის კულტურის სფეროს პროდუქტებს.

კვლევის მიზანს წარმოადგენს კულტურის სფეროს სიკეთეებზე საზოგადოების წვდომის შესაძლებლობების გაფართოება, აღნიშნული კუთხით მმართველობითი სისტემის ოპტიმიზაცია. შესაბამისად, ნამუშევარს აქვს სოციალური მნიშვნელობა.

სახელმწიფოს უმთავრესი დანიშნულება ადამიანთა მსახურებაა. მიუხედავად იმისა, რომ კულტურის სფეროშიც ფართოდ ხდება მომსახურების გაწევა, ამ გაგებით სახელმწიფოს საქმიანობა ნაკლებად აღიქმება და ტერმინი „კულტურის სფეროს სერვისები“ და „საჯარო სერვისები კულტურის სფეროში“ დამკვიდრებული არ არის. თავად „სერვისი“ სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაციის ISO-ს მიხედვით განისაზღვრება როგორც „რეზულტატი მინიმუმ ერთი აქტივობისა, რომელიც სრულდება მომწოდებელსა და მომხმარებელს შორის.“ (სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია ISO, 2016:4). აქვე აღნიშნულია, რომ მომსახურების ცნება ფართოა და იგი ხშირად მოიცავს მომხმარებელთან ურთიერთობას მათი მოთხოვნების დაკმაყოფილებისთვის, დაკონკრეტებულია, რომ მომსახურების ხასიათი, მეტწილად არამატერიალური ფორმისაა და შესაძლებელია იყოს დაკავშირებული არამატერიალური პროდუქტის მიწოდებასთან. ოფიციალურ დოკუმენტებში ერთი და იმავე მნიშვნელობით გამოყენებულია ტერმინები: „ფასეულობა“ და „პროდუქცია“. შემოქმედებითი მოღვაწეობა არის „კულტურული ფასეულობების შექმნა, აღდგენა და ინტერპრეტაცია“ (საქართველოს კანონი კულტურის შესახებ, 1997, თავი I, მე-5 მუხლი, ბ პუნქტი). ცალკეული დარგების შემთხვევაში, მაგ. კინემატოგრაფია, თეატრი, ოფიციალურ დოკუმენტებში გვხვდება ტერმინი „პროდუქცია“ (საქართველოს კანონი კინემატოგრაფიის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ). სიტყვა „ფასეულობა“ წარმოქმნილია არსებითი სახელისგან „ფასი“ „ობა“ სუბიქსის მეშვეობით და შინაარსობრივად აღიქმება როგორც ღირებულების მქონე საგანი. ამ შემთხვევაში, აზრობრივად რთული გასარკვევია, თუ რამდენად ფასეულია შემოქმედებითი საქმიანობის შედეგი. გარდა ამისა, მისი მოსახლეობისთვის მიწოდების კონტექსტში მეტად რელევანტურია ტერმინი პროდუქტი.

კულტურის სფეროს პროდუქცია არის მრავალფეროვანი სახეობის, ფორმისა და შინაარსის. მატერიალური ფორმის, საინფორმაციო ხასიათის პროდუქტები-სულიერი იდეის მატარებელი, მხატვრულ ფორმაში გარდაქმნილი და გარკვეულ მატარებელზე დატანილი კულტურული მოღვაწეობის შედეგია. შემოქმედებითი საქმიანობა არის წარმოდგენითი ფორმატისაც. ეს კი, უპირველესად არის მოქმედებასთან დაკავშირებული საქმიანობა, ისეთები როგორც ნაწარმოების შესრულება სხვადასხვა ფორმით: კითხვით, სიმღერით, ცეკვით, თამაშით (შესრულებით), ცოცხალი შესრულებით, ტექნიკური საშუალებების გამოყენებით-სცენური, საკონცერტო ფორმატში, ასევე სახელოვნებო განათლება, დასვენებისა და გართობის ორგანიზება. შესაბამისად, კულტურის სფეროში მომსახურება გულისხმობს კულტურის სფეროს პროდუქტების მომხმარებელამდე მიტანას. ამასთანავე, კეთდება დაშვება, რომ სახელმწიფოს მიერ ყოველი პროდუქტის შექმნის მხარდაჭერა წინდაწინვე საზოგადოების შესაბამისი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას ისახავს მიზნად.

ამიტომ მომხმარებლისთვის კულტურის პროდუქტების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა წარმოადგენს მიზნის შესრულების გზაზე არსებულ ამოცანას.

საჯარო სერვისები წარმოადგენს საჯარო ხასიათის და სოციალური მნიშვნელობის მქონე მომსახურებას. არსებულ რეალობაში ის მეტწილად აღიქმება როგორც საინფორმაციო უზრუნველყოფასთან დაკავშირებული ღონისძიება. თუმცა, ამ ტერმინის მნიშვნელობა არის გაცილებით ფართო. „სახელმწიფო მის ხელთ არსებული საშუალებით აწარმოებს სამომხმარებლო პროდუქტს, რომლის აუცილებლობაც განპირობებულია საზოგადოების საჭიროებებით“ (ლექსიკონი-ცნობარი სოციალურ მეცნიერებებში) და აწვდის მას მოსახლეობას. ამასთანავე, სახელმწიფოს მიერ მიწოდებული საჯარო სერვისები უმეტესად არაკომერციული ხასიათისაა. ამიტომ ისინი ზედმიწევნით ასახავენ საჯარო მმართველობის არსს, რაც პიროვნებისთვის, ორგანიზაციებისთვის და ზოგადად საზოგადოებისთვის საჯარო მომსახურების გაწევას გულისხმობს. თავის მხრივ, საჯარო სერვისების ცნება აერთიანებს სახელმწიფო და მუნიციპალური სერვისების ცნებებს. დაინტერესებული მხარისთვის მომსახურების მიწოდება ხდება ორი გზით: უშუალოდ სახელმწიფო და მუნიციპალური ინსტიტუციებისგან და მათი დაკვეთით ფიზიკური და იურიდიული პირების მეშვეობით. ამ შემთხვევაში სახელმწიფო ყიდულობს სერვისებს კერძო ფიზიკური და იურიდიული პირებისგან.

სოციო-კულტურული მომსახურება კონცენტრირებულია სოციალური სფეროს შემადგენელ ნაწილზე, კულტურაზე და მიზნად ისახავს მომხმარებელთა სულიერი, ინტელექტუალური, ესთეტიური მოთხოვნების დაკმაყოფილებას, მათი კულტურული ღონის ამღვლელებას და ნორმალური ქმედუნარიანობის შენარჩუნებას. იგი შესაძლოა იყოს სახელმწიფო და კერძო, კომერციული, გეგმიური და მეყსეული, ერთჯერადი და მრავალჯერადი, ანონიმური, ცალმხრივი და ორმხივი და ა.შ.

კულტურის სფეროში არსებული მომსახურების განმარტებასთან დაკავშირებით სამეცნიერო წრეებში განსხვავებული მოსაზრებები არსებობს. ერთ-ერთი მათგანის თანახმად, კულტურის მომსახურება შესაბამისი პროდუქტის თვისებებისა და მოხმარების პირობების ინტეგრაციას წარმოადგენს. სხვა თვალსაზრისის მიხედვით, აღნიშნული კონტენტი მოიცავს კულტურის პროდუქტების წარმოებას, განაწილებასა და მოხმარებასთან დაკავშირებულ მომსახურებებს და ვინაიდან, თითოეული მათგანი საბოლოო მიზანს-მომხმარებელამდე მიტანას ემსახურება, მის განსასაზღვრად მეტად შესაბამისია ტერმინი „კულტურის ორგანიზაციის მომსახურება“ (Бутова, Жираткова, Сереева. 2006). კულტურის ორგანიზაცია საქართველოს კანონის კულტურის შესახებ მიხედვით განიმარტება როგორც „სახელმწიფო ან არასახელმწიფო ორგანიზაცია, დაწესებულება ან საწარმო, აგრეთვე ასოციაცია, შემოქმედებითი კავშირი და სხვა საზოგადოებრივი გაერთიანება, რომელიც ეწევა კულტურულ და შემოქმედებით მოღვაწეობას“ (საქართველოს კანონი კულტურის შესახებ, 1997, თავი I, მე-5 მუხლი, ვ პუნქტი). ვინაიდან სახელმწიფო ორგანიზაციები ატარებენ სახელმწიფო პოლიტიკას, კერძო სუბიექტები კი განვითარების შემოთავაზებულ პირობებში ოპერირებენ, ამიტომ სახელმწიფოს როლი არის გადამწყვეტი და შესაბამისად, ტერმინი „საჯარო სერვისები კულტურის სფეროში“ - მეტად რელევანტური.

კულტურის სფეროში ფუნქციონირებს კერძო სექტორიც. კულტურის ინდუსტრიაში შექმნილი პროდუქცია გათვლილია უპირველესად ეკონომიკური სარგებლის მიღებისთვის. ორგანიზაციები ძირითადად სახელმწიფო ფინანსური მხარდაჭერის საშუალებით მუშაობენ: ამზადებენ და აწვდიან საზოგადოებას პროდუქციას, რითიც ახდენენ სოციალურ ეფექტს, თუმცა მათ მიერ გაწეული მომსახურება უფრო ნაკლებადაა ხელმისაწვდომი საზოგადოების ფართო ფენებისთვის, ვიდრე სახელმწიფო სერვისი.

კულტურის ეკონომიკური ფუნქციის შესაბამისად, ხელოვნების ნაწარმოებების მოხმარება ხდება გაყიდვის ბაზარზე. კომუნიკაციის თეორიის ჭრილში, კომუნიკაციის ადრესატები წარმოადგენენ აუდიტორიას. კულტურის სფეროში კომუნიკაციებისათვის დამახასიათებელია უკუკავშირის სიმცირე. ხელოვანი როგორც წესი, არ ლეზულობს შეტყობინებაზე პასუხს. სახელმწიფოსთვის, როგორც კომუნიკატორისთვის, კომუნიკაციის მიზნის მიღწევის დადასტურებად მიიჩნევა სახელმწიფო პროგრამების შესრულების მაჩვენებლები. სახელმწიფო მმართველობა კულტურის გავრცელების ჭრილში გამოიხატება საკომუნიკაციო არხების ეფექტიანი ფუნქციონირების უზრუნველყოფის ღონისძიებებში და ფართო აუდიტორიასთან კულტურის პროდუქტების მეშვეობით კომუნიკაციის დამყარებაში.

„ყოველ ადამიანს უფლება აქვს ეზიაროს კულტურულ ფასეულობებს, ისარგებლოს სახელმწიფო ბიბლიოთეკების, მუზეუმების, არქივების ფონდებით, კულტურული მოღვაწეობის სხვა შესაბამისი მასალებით კანონმდებლობის ფარგლებში“ (საქართველოს კანონი კულტურის შესახებ, 1997, თავი II, 11-ე მუხლი, I ქვემუხლი), სადაც კულტურული ფასეულობა არის „შემოქმედებითი პროცესის შედეგად, ნებისმიერი მასალითა და საშუალებით, ნებისმიერ ისტორიულ ეპოქაში შექმნილი უძრავი ან მოძრავი ნივთი, რომელსაც აქვს მხატვრული, ესთეტიკური, ეთნოლოგიური, არქეოლოგიური, ისტორიული, რელიგიური, მემორიალური, მეცნიერული, ტექნიკური, ტექნოლოგიური ღირებულება“ (საქართველოს კანონი კულტურის შესახებ, თავი I, მე-5 მუხლი, ი პუნქტი). შესაბამისად, სახელმწიფო ზრუნავს შემოქმედებითი პროდუქციის ხელმისაწვდომობაზე-უზრუნველყოფს კულტურის სფეროში საკომუნიკაციო არხების ეფექტიან ფუნქციონირებას და საჯარო სერვისების მიწოდებას.

საკვლევი კითხვა კონკრეტდება შემდეგნაირად: როგორ მოვახერხოთ სახელმწიფო და კერძო ინსტიტუციების: მედიის, ბიბლიოთეკების, მუზეუმების, ფონდებისა და არქივების, გამოფენების, თეატრების, კინოთეატრების, მუსიკალური და საკონცერტო დარბაზების, ღია სივრცეების (საკონცერტო და კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებთან) საქმიანობის ოპტიმიზაცია ისე, რომ მათ უპასოხონ სოციალურ გამოწვევებს, იყვნენ მეტად მობილურები დროსა და სივრცეში. საკითხმა განსაკუთრებული აქტუალურობა შეიძინა მიმდინარე გლობალური გამოწვევების პირობებში, როდესაც კულტურის ინტეგრაციული და კომპენსირების ფუნქციები მეტად აქტუალური გახდა. „ეფექტიანი სახელმწიფო მართვისთვის აუცილებელია სახელმწიფო მართვის რესურსებისა და მეთოდების შეხამება არსებულ შესაძლებლობებსა და რისკებთან“ (დოლონაძე, იაშვილი, 2013:342) და მმართველობის სისტემის შემოქმედებით-პრაქსიოლოგიური მიდგომით ოპტიმიზაცია. მითუმეტეს, რომ ეკონომიკამ უკვე მოახერხა ახალ შესაძლებლობებზე ორიენტაცია. მსოფლიოში



მატულობს მომსახურების სფეროში დასაქმებული ადამიანების რიცხვი და საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მეშვეობით მიღებული მომსახურების რაოდენობა. მიჩნეულია, რომ მომსახურების სფეროს ამგვარი ტრანსფორმაცია მნიშვნელოვან პოზიტიურ გავლენას ახდენს ადამიანთა ცხოვრების ხარისხზე (Восколович Н.А., 2019).

კულტურის სფეროში (დარგობრივი გაგებით) საკმაოდ ხშირია ურთიერთობები ადამიანთა უშუალო ჩართულობის ფორმატში, რაშიც მოიაზრება კულტურული ღონისძიების შექმნა, მიმდინარეობა და მაყურებელთა დასწრება. წარმოდგენების შემთხვევაში კულტურის ორგანიზაციის მიერ შექმნილი პროდუქტის საკომუნიკაციო არხი არის არეალი წარმოდგენის გამართვის ადგილსა და მაყურებლებს შორის. ზემოთ აღნიშნულ გამოწვევებზე რეაგირების მიზნით, შესაძლებელია აუდიტორიის გაფართოებისთვის თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენება. წარმოდგენის ციფრულ ფორმატში გადატანის და ინტერნეტით მიწოდების შემთხვევაში რასაკვირველია, მაყურებელზე ზეგავლენის ეფექტი კლებულობს, თუმცა ამ გადაწყვეტას გააჩნია რიგი უპირატესობებიც: მცირდება მანძილი ღონისძიების ჩატარების ადგილსა და წარმოდგენაზე დასწრების სურვილის მქონე პირებს შორის და დღის წესრიგიდან იხსნება ფინანსური ხელმისაწვდომობის პრობლემაც. ამასთანავე, გადაწყვეტის დადებით მხარეს წარმოადგენს მოქნილი უკუკავშირის უზრუნველყოფის შესაძლებლობა. აღნიშნული მეთოდი წარმოადგენს კულტურის პროდუქტების მოხმარების საშინაო და საჯარო ტიპების სინთეზს. მისი ექსპლუატაციისთვის წინააღმდეგობას ქმნის კულტურის პროდუქტის ციფრულ მატარებელზე დატანასთან დაკავშირებული სამუშაოების ჩატარება და რიგი ორგანიზაციების კომერციული ინტერესი, ვინაიდან ამ შემთხვევაში შემცირდება მათი პროდუქციის მოხმარების ბაზარი. სახელმწიფო ინსტიტუციებს არ ამოძრავებთ კომერციული ინტერესი, ორიენტირებულები არიან სახელმწიფო პოლიტიკის გატარებაზე. ამიტომ მათი საქმიანობის ოპტიმიზაცია პროდუქციის დიჯიტალიზაციის და მისი ელექტრონული არხებით გავრცელების გზით, მეტად რეალურია.

კულტურული ფასეულობების თანამედროვე ტექნოლოგიებით ტრანსლირების მეთოდი რელევანტურია მუზეუმების და გამოფენების შემთხვევაშიც-შესაძლებელია ექსპოზიციების დატანა ციფრულ მატარებელზე და მათი ჩვენება, მათ შორის 360 გრადუსიანი რეტროსპექტივის რეჟიმში. თანამედროვე ქართულ მუზეუმოგრაფიაში კრეატიული ინდუსტრია და 3D ანიმაცია პირველად გამოყენებული იქნა 2017 წელს, ნიკოლოზ ბარათაშვილის სახლ-მუზეუმის რეექსპოზიციის პროექტის ფარგლებში, თუმცა მისი ნახვა მხოლოდ ადგილზეა შესაძლებელი. მუზეუმების საქმიანობაში თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვისა და მომხმარებელთა აუდიტორიის გაფართოების პოზიტიური მაგალითებია მსოფლიოს ცნობილი მუზეუმების (ვაშინგტონის ხელოვნების ეროვნული მუზეუმი, პარიზის დ'ორსეის, ამსტერდამის ვან გოგის, სეულის თანამედროვე ხელოვნების ეროვნული მუზეუმი და სხვა) მიერ წარმოდგენილი, თავისუფალ ინტერნეტწვდომაში განთავსებული ვირტუალური ტურები (Travel+Leisure).

წარმოდგენების ფართო საზოგადოებისთვის პირდაპირი ეთერის (ცოცხალი წარმოდგენების და ჩანაწერის ნაკადის) მეშვეობით მიწოდების პრაქტიკას ეწევიან თბილისის ოპერისა და ბალეტის სახელმწიფო, თუმანიშვილის კინომსახიობთა თეატრები, საქართველოს ეროვნული სიმფონიური ორკესტრი, ქალაქ თბილისის მერია

და სხვა ორგანიზაციები. წარმოდგენის ვიდეოჩანაწერის გაკეთება ან/და მისი ტელევიზიით გადაცემა დამკვიდრებული, თუმცა არაპოპულარული პრაქტიკაა. კულტურულ ცხოვრებაში მისი ინტენსიური გამოყენება გამოიწვია მსოფლიო პანდემიის გამო დაწესებულმა სოციალური დისტანციის დაცვის აუცილებლობამ.

კრიზისულ სიტუაციაში სოციალური პასუხისმგებლობის გამოვლენის საუკეთესო შესაძლებლობა მიეცა კინემატოგრაფს. მსოფლიოს ყველაზე პოპულარული კინოფესტივლები, ისეთები, როგორებიცაა კანის, ბერლინის, ვენეციის, ტორონტოს, ლოკარნოს, ტრიბეკას, ტოკიოს, სან-სებასტიანის კინოფესტივალები, YouTube-ს პლატფორმაზე ათი დღის განმავლობაში თავიანთი პროგრამებიდან უსასყიდლოდ წარმოდგენენ მხატვრულ, დოკუმენტურ და ანიმაციურ ფილმებს. სხვა ფესტივალები, ასევე კინოკომპანიები თავისუფალ წვდომაში ანთავსებენ საკუთარ კინოპროდუქციას (Variety).

საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნულმა ცენტრმა პანდემიით გამოწვეული კრიზისის დაძლევის ღონისძიების ფარგლებში გამართა თავისი ფინანსური მხარდაჭერით გადაღებული ფილმების ონლაინ ჩვენებები. (საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრი) კინოპროდუქცია მიწოდებულ იქნა საპროდიუსერო კომპანიების მიერ.

თეატრები, კონსერვატორია, ბიბლიოთეკები, მუზეუმები ქმნიან რა სამომხმარებლო პროდუქტს, რომლის ქონებრივი უფლებების მფლობელებიც თავად არიან, განკარგავენ მას საკუთარი შეხედულებისამებრ-მაყურებელთა ფიზიკური დასწრების ფორმატში, შესაბამისად, ფინანსური შემოსავლის მიღების მიზნით ან ფართო საზოგადოებისთვის თავისუფლად წვდომის რეჟიმში. კინემატოგრაფიის სახელმწიფო მმართველობის სისტემა ახდენს კინოწარმოების მიზნით პროექტების ფინანსურ მხარდაჭერას, რა დროსაც საბოლოო პროდუქტზე ქონებრივი უფლებები მთლიანად სურათის მწარმოებელ მხარეს, კერძო სუბიექტებს რჩება. ამრიგად, სახელმწიფოს მხრიდან გაღებული ძალისხმევა არ არის კონცენტრირებული ფართო საზოგადოების ინტერესზე და კულტურის პროდუქტების მიღებით მათი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. ამ საკითხის გადაწყვეტის უფლებამოსილება მთლიანად ბენეფიციარს გააჩნია. ის გეგმავს კინოსურათის გაქირავების, ტელე და ინტერნეტ ჩვენებების საკითხებს, რაც არ გამოირიცხავს მის გასაჯაროებაზე უარის თქმის შესაძლებლობასაც. აღნიშნული გადაწყვეტილების შემთხვევაში კი ვერ მოხდება საზოგადოების სოციო-კულტურული მომსახურება. ზემოთ გამოთქმული ჰიპოტეზის თანახმად, ყველა სახელმწიფო ორგანიზაციის მხრიდან, პროდუქტების შექმნის სახელმწიფო მხარდაჭერის პირობებში შესაძლებელია ჩაიდოს მისი გასაჯაროების მოთხოვნა, მოხდეს შესაბამის პირობებზე ხელშეკრულებით შეთანხმება ბენეფიციარის ვალდებულებების ნაწილში ან ადმინისტრაციულ ორგანოსთან ქონებრივი უფლებების ნაწილობრივი თანაფლობის თაობაზე. ამასთანავე, რელევანტურია ფილმების ინტერნეტ პლატფორმის იდეის განხორციელება.

მთავრობის კრიზისული მენეჯმენტის ფორმატში კერძო ბიზნეს-სუბიექტებთან კოორდინაცია და საზოგადოებისთვის ელექტრულ წიგნებზე უფასო წვდომის შესაძლებლობის მიცემა კულტურის სფეროში სახელმწიფოს მხრიდან სერვისების არაპირდაპირი ჩართულობით მიწოდების და მისი მიზნების რეალიზების გამოვლინებას წარმოადგენს (edu.aris.ge). საბიუჯეტო ბიბლიოთეკები მკითხველებს



[https://www.facebook.com/GeorgianNationalFilmCenter/?\\_tn=%2Cd%2CPR&id=ARDmvGEx2zFuo7Diws8FYO957XkqwNIZOkk3zGRTx0Xyfkjc6qvVe\\_ZRvtOyTTYkOymvLKkF9NPTDox](https://www.facebook.com/GeorgianNationalFilmCenter/?_tn=%2Cd%2CPR&id=ARDmvGEx2zFuo7Diws8FYO957XkqwNIZOkk3zGRTx0Xyfkjc6qvVe_ZRvtOyTTYkOymvLKkF9NPTDox), მასალაზე წვდომა 01.05.2020

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/38/dasakmeba-da-umushevropa>

<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/192/tskhovrebis-done> მასალაზე წვდომა 01.05.2020

Calling All Car Lovers: You Can Take a Virtual Tour of the Mercedes-Benz Museum in Germany, Travel+Leisure.

<https://www.travelandleisure.com/attractions/museums-galleries/mercedes-benz-museum-germanyvirtuatour?fbclid=IwAR0dYS9S298lzd2j23dlRQKjzKFhmuj3OLTMIG2TEntHtJbuzH02ewMDsuk>, მასალაზე წვდომა 01.05.2020

ISO Strategy of Services, (2016), Presentation 4,12, ISO, <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100390.pdf> მასალაზე წვდომა 25.04.2020

Variety, YouTube to Host Free Virtual Film Festival With 20 Partners Including Cannes, Tribeca, Sundance, 27.04.2020.

<https://variety.com/2020/digital/news/youtube-free-film-festival-cannes-tribeca-sundance-1234590501/?fbclid=IwAR1TDiPKW6wzJIT1c1jEp7tb7CJYXlZN7MNBmu5WfRDyfoK-Gu8TVfQO2Tg> მასალაზე წვდომა 01.05.2020

Бутова Т.Г., Жираткова А.Н., Сергеева И.И., (2006). Определение сущности услуг организации культуры как основа реформирования отрасли.

<https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-suschnosti-uslug-organizatsiy-kultury-kak-osnova-reformirovaniya-otrasli> მასალაზე წვდომა 01.05.2020

Восколович Н.А., (2019). Измерение влияния цифровой трансформации сферы услуг на качество жизни населения, *Государственное управление. Электронный вестник* Выпуск №75. Москва, 33. 18 [http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2019/vipusk\\_75\\_avgust\\_2019\\_g./problemi\\_upravlenija\\_t\\_eoriya\\_i\\_praktika\\_voskolovitch.pdf](http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2019/vipusk_75_avgust_2019_g./problemi_upravlenija_t_eoriya_i_praktika_voskolovitch.pdf) მასალაზე წვდომა 01.05.2020

Marika Bubuteishvili

Master of Warsaw Management University

## **Anxiety as Determining Indicator for Work-Related Stress**

### **Abstract**

Researches prove that people, who have a permanent job, feel much better than the unemployed. It means that employment means a lot for almost every person. However, in many cases, the inappropriate environment at work is a source of stress as well.

When we discuss stress, we should not forget that one and the same situation could have a stronger impact (stress) on one person and less – on the other. Individual factors such as how one sees and copes with stress are extremely important here. Besides, qualification and socio-demographic conditions are essential, too.

The aim of the survey was to assess the quality of the staff anxiety and to carry out correlation and comparative analysis between the level of job satisfaction and the survey results of anxiety.

Employees' diagnosis was made with reactive and personal anxiety test – questionnaires, developed by Charles Spielberger.

*Key Words: Employee, Stress, Anxiety*

### **The essence and Consequences of Work-related Stress**

People live in stressful environments and spend plenty of internal resource to cope with it. Our daily life is filled with stressful situations, unseen circumstances, everyday problems that seriously harm our mind and body.

Technological progress, constant growth of pace in modern life, ongoing reforms and changes, permanent rapid flow of personal, family and social events, requires appropriate responses from people. These could be overcoming obstacles and mobilizing physical and mental forces.

Why is the atmosphere in organisations stressful and tensed? We have to analyse the working environment to find an answer. Despite the fact that the definition for stress prompts us to connect stress to a personal or individual factor, the detailed research shows that there are additional factors that create such atmosphere. Some of them are vague organizational culture and low self-actualization of the personnel.

The reason is simple - there is no organization that prioritizes and analyses how employees' professional and emotional conditions matches the job they are doing. Therefore, there are quite a number of cases where there are inconsistencies between the work that one is performing and their character. This is exactly the cause of stress (Robbins S.P., Judge T.A. 2018).

We performed the desk-research and studied the analysis in several organizations where the focus is on job-related stress. We have seen that the results were alarming. More concretely, none of the parameters such as salaries, quality of engagement, work-life balance discussed work-related stress factors. The contradictory nature of these results and the reality were the reason of our hypothesis and research in general (Paul J. Rosch, M.D. 1998).

Despite high satisfaction rates described in internal organizational research reports, job-related stress is very high in both big commercial/private companies as well as public institutions. This can also be proved by the fact that employees do not state their positions on this issue. (Management project (2008).

Therefore, in order to analyse and examine the real situation and prove our hypothesis, we have studied different literature, working environment and terms as well as internal research. On the other hand, to analyse personnel stress related factors, we have selected the Spielberg Method invented by Professor Charles Donald Spielberger. The method uses differentiated approach to measure stress as a personal and as a situational factor. For that, we use The State-Trait Anxiety Inventory (STAI) where the first part looks at situational stress and the other – personal.

### **Correlation of Anxiety and Stress**

Current century is called as the century for anxiety. The term itself was used by Sigmund Freud and currently is considered by many researchers as the precondition for stress, fear and depression. In the last years, the interest towards the relationship of stress with anxiety has increased. This is because of the fact that in many cases stress is considered in different aspects such as temporary condition caused by stress (Beridze R. 2011).

According to psychologists, it is an important emotional condition created by predicted and unexpected threat and is revealed when the situation is anticipated to develop undesirably. In contrast with fear, anxiety is related to unconscious, diffuse, subjective threat whereas fear – with real one. Freud believed that anxiety has a signalling function and with the help of intensive impulses warns ego about the upcoming threat. In response, “ego” is using defensive mechanisms such as relocation/expulsion, projection, substitution, rationalization and so forth. At the same time, defensive mechanisms act at unconscious level and cause unreal perfection of the reality by an individual (Shubladze G., Mgebrishvili B., Wowkolauri F., 2008).

Because of threat uncertainty, people assess situations subjectively and are anxious because of personal as well as weakness towards external factors. Anxiety at the psychological level is considered as tension, nervousness and uncertainty, not being able to cope with approaching defeat, which causes inadequate behaviour and is the reason for unjustified failure (Selye H.1974).

In many cases anxiety is revealed as a destructing factor which interferes with constructional and consistent realization of set objectives. The factor that produces development of different psychopathologic complexes and formation of phobias.

Anxiety as an emotional discomfort and exposure of anticipated threat is an important revelation of unfulfilled requirements. This is a personal sign, readiness for fear.

Anxiety is an emotional condition of worry and concern that is characteristically for many whenever they feel danger; whenever they feel that it would be difficult to adapt to a critical situation (e.g. resolving professional or civic duties and achieving important objective). Anxiety is

caused by unexpected changes in the adapted reality (moving to new situation from a good collective)

Anxiety is felt when doing something important and some dosage of it helps us in thinking and effective working. However, intensive anxiety brings negative results. More than the normal amount and uncontrolled type has a stressful effect on a person (Karasek R. 2007).

Specialists differentiate between two criteria and concept: Anxiety and anxiousness. The latter is also considered by two criteria – personal and situational. They believe that the level of anxiousness diagnosis is very important because that determines behaviour of the object. Some level of anxiousness is absolutely normal for the human being in order to be active. Each person has his/her own level the so-called necessary anxiousness. In that sense, specialists believe that self-assessment is an important component of self-control and self-regulation. It is believed that people express different psychological adaptive skills according to their lifestyle and the level of anxiousness in it.

To be precise, in contrast with people of high-level anxiousness characteristics, low-level ones have more clear socio-psychological adaptive skills.

### **Spielberger Anxiety Scale – State-Trait Anxiety Inventory**

Current methods of assessment give only general levels of anxiety or the possibility to evaluate specific reactions. The only method that gives us possibility to differently evaluate personal and psychological conditions of anxiety in a person is the Spielberger's method. It encompasses evaluating personal and situational anxiety. Considering the fact that this method is translated in 52 languages and dialects, we could say that it is an international standard/method for evaluating the level of anxiety in a human being.

According to his concept, anxiety is a condition and anxiousness – personal trait: anxiety is the reaction to an anticipated threat whether real or not; Anxiousness – individual sustainable psychological characteristic that is expressed in inclining towards anxiety. For instance, during ordinary situations when they do not give any basis for anxiety.

Personal anxiety – it is a characteristic that is activated when a person evaluates the situation as dangerous that is connected with his/her prestige, self-assessment, and respect. Situational or reactive anxiety is characterized with subjective feelings of emotions and nervousness. (Correlation of Anxiety and Stress <http://www.youngscientistusa.com/archive/6/397/>)

Spielberger gives us 40 questions to think of. In the test, 20 questions are about assessing situational anxiety level and 20 – personal. According to this method there are four answers to each question and each answer demonstrates the choice of the respondent.

High level anxiety is a negative characteristic and has unnecessary impact on a person and his behaviour. It reduces mind efficiency and could lead to aggressive behaviour and the negative status of the person. According to specialists, anxiety could serve as stimulating increase in activity as well as foretelling risks. However, in most cases it creates the feeling of helplessness and lack of self-confidence.

Anxiety as situational phenomena is a relatively easy subject to correction. That could be done by different psychotherapy methods and defensive mechanisms. As for anxiousness, it is more of a

personal trait and harder one to change. For that one needs good observation, right assessment and identifying the root causes.

### **Types of Assessment Methods**

At the selective stage of the survey by us were reviewed three directions of personality assessment:

#### 1. Interview as a method of assessment

Interview is the old one and widely used method of getting information about people. During the interview, the personologist gets information from the respondent by asking questions and receiving answers. Directly between the interviewer and the respondent is held a dialogue to achieve a certain goal.

The form of interviewing itself depends on the specific topic and purpose of the study. Despite its diversity, interview can be divided into two main categories: structured and unstructured. Questions in the first type of interview are precisely formulated and sorted by a certain sequence. The structured interview scheme is illustrated in the order of pre-established questions where it is easy to notice that the most personal and endangered questions are asked at the end. The essence of the strategy is to build confidence toward the interviewer at the beginning of the interview by asking general and innocent questions to get more intimate information.

In the unstructured interviews, on the contrary, the questions are built so that the respondents have some freedom in answers. The respondent chooses himself what he / she wants to answer the questions. On the other hand, the interviewer may refuse the pre-planned practice of the survey, if he/she thinks it does not provide useful information and chooses another direction of the conversation. In comparison with the structured interview, unstructured gives an opportunity to the personologist to make respondent's thoughts and fillings sensing more flexible in the context of received answers.

### **Self-report method**

Not a single work, which is devoted to assessing individual differences, will be complete without reviewing the results obtained through the self-report questionnaires. In fact, the questionnaires are used more widely than any other form of personality assessment. In these types of studies test is offered in the written form to answer questions relating to their character peculiarities, values, attitudes, motives, feelings, interests and skills.

The term "self-report" in this case is used with the meaning of any information that a person directly informs us by answering the particular question about himself / herself or by selecting one of the provisions, in the conditions of a limited number of options (e.g. yes, no, I do not know, sometimes).

The self-report questionnaires characteristic feature is that the answers are pre-given. The respondent should choose the answers "correct", "is not correct", "agree", "disagree" or make a choice from other similar alternatives.

Standardization of the evaluation procedures minimizes the personal impact of the assessors. The self-report questionnaires differ from each other by the number of personal characteristics which



are measured at the same time. Tests, that are created to evaluate one of the individual signs (single-dimensional tests), are usually created and used to evaluate any specific aspect of the person. After the test, the researchers are checking whether they are distinguished with low and high scores. Who have low and high scores on the parameter, as well as with the behavioural characteristics and even with other parameters which are also proven by self-assessment methods. This methodology implies that the measurable personality sign is equally in every person. That means that any individual participating in the research can get high, medium or low grades, and the test assessment will be equally important because it reflects the individual peculiarities of each of them.

Examples of single-dimensional tests are the personal and situational anxiety questionnaire of Spielberger, which was used by us as a research tool. There are also many questionnaires based on the self-report which measure several personal characteristics together. The advantage of multidimensional tests is that they allow us to get more complete idea about the personality.

Assessment of individual differences is an important aspect of personology. Methods based on self-report, which are mainly represented as questionnaires, take a special place in accomplishing this task. The main reason for this is that through self-report tests it is possible to get a more complete and systematic information about a person than it can be achieved with irregular reports. In this case the experimenter's personal predisposition or theoretical bias is compensated by the objectivity of counting the results. In addition, with these tests relatively less prepared person will be able to work. Self-report methods are more credible than other methods (e.g. projective and similar tests) and this we can consider as a big advantage of them. Finally, through the multidimensional questionnaires, it is possible to measure several personal signs / characteristics at the same time.

Thus, on the basis of the analysis of the methods reviewed by us, by examining work stress-related orientation research results and in order to verify the hypothesis put forward by us in the research, we have selected so called self-report method. In particular, Ch.D. Spielberger's anxiety methodology of differentiated research which fully complies with the above-mentioned criteria.

The aim of the survey was to assess the quality of the staff anxiety and to carry out correlation and comparative analysis between the level of job satisfaction and the survey results of anxiety.

The survey was conducted in the specific organization where a high rate of staff satisfaction was observed according to the internal survey conducted in 2018.

Employees' diagnosis was done with reactive and personal anxiety test – questionnaires. Their filling was carried out by the employees of the above-mentioned organization with the highest level of credibility and confidentiality.

At the initial stage of the research self-assessment test-questionnaire, which consists of two parts from the reactive anxiety test (RT, № 1-20) and personal anxiety test (PT, 21-40), was distributed to 250 employees.

Table # 17. RT – Reactive Anxiety Questionnaire

**State trait anxiety inventory Form Y-1**

Self-evaluation questionnaire	STAI Form Y-1			
	1	2	3	4
1. I feel calm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. I feel secure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. I am tense	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. I feel strained	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. I feel at ease	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. I feel upset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. I am presently worrying over possible misfortunes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. I feel satisfied	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. I feel frightened	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. I feel comfortable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. I feel self-confident	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. I feel nervous	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. I am jittery	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. I feel indecisive	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. I am relaxed	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. I feel content	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. I am worried	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. I feel confused	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. I feel steady	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. I feel pleasant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1: Not at all, 2: Somewhat, 3: Moderately so, 4: Very much so

Table # 18. PT Personal Anxiety Questionnaire:

**State trait anxiety inventory Form Y-2**

Self-evaluation questionnaire	STAI Form Y-2			
	1	2	3	4
21. I feel pleasant	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. I feel nervous and restless	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. I feel satisfied with myself	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. I wish I could be as happy as others seem to be	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. I feel like a failure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. I feel rested	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. I am "calm, cool, and collected"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. I feel that difficulties are piling up so that I cannot overcome them	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. I worry too much over something that really doesn't matter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. I am happy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. I have disturbing thoughts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. I lack self-confidence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. I feel secure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. I make decisions easily	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. I feel inadequate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. I am content	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. Some unimportant thought runs through my mind and bothers me	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. I take disappointments so keenly that I can't put them out of my mind	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. I am a steady person	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. I get in a state of tension or turmoil as I think over my recent concerns and interests	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1: Almost never, 2: Sometimes, 3: Often, 4: Almost always

At the next stage each finished test was individually processed and the final data of reactive anxiety (RT) as well as personal anxiety (T) was determined

Reactive anxiety was processed with the data of the first questionnaire with the formula:  $RT = \Sigma 1 - \Sigma 2 + 50$

where

$\Sigma 1$  - is 3, 4, 6, 7, 9, 13, 14, 17, 18 total sum of the concept indicators;

$\Sigma 2$  - is 1, 2, 5, 8, 10, 11, 15, 19, 20 total sum of the concept indicators;

Personal anxiety level/indicator was processed with the data of the first questionnaire with the following formula  $PT = \Sigma 1 - \Sigma 2 + 35$ ,

where

$\Sigma 1$  - is 22, 23, 24, 25, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 38, 40 total sum of the concept indicators;

$\Sigma 2$  - is 21, 26, 27, 30, 33, 36, 39 total sum of the concept indicators;

The research showed that

Interpretation of the results would be according to the following system:

- Low anxiety below 30
- 31-45 medium anxiety
- 46 or more – high anxiety

Diagram #1. Reactive Treating (Anxiety)

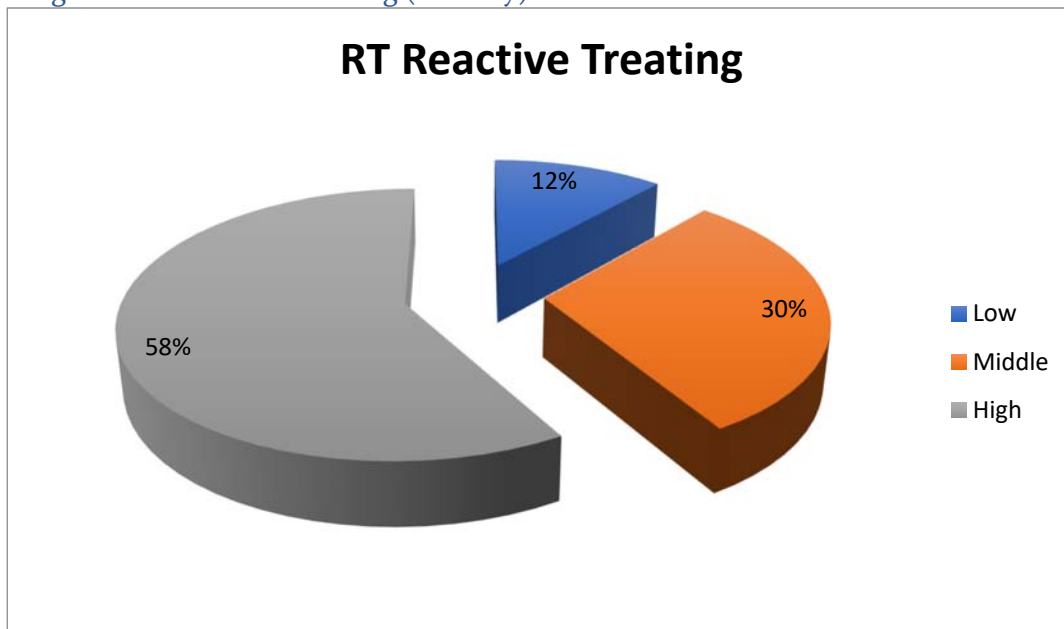
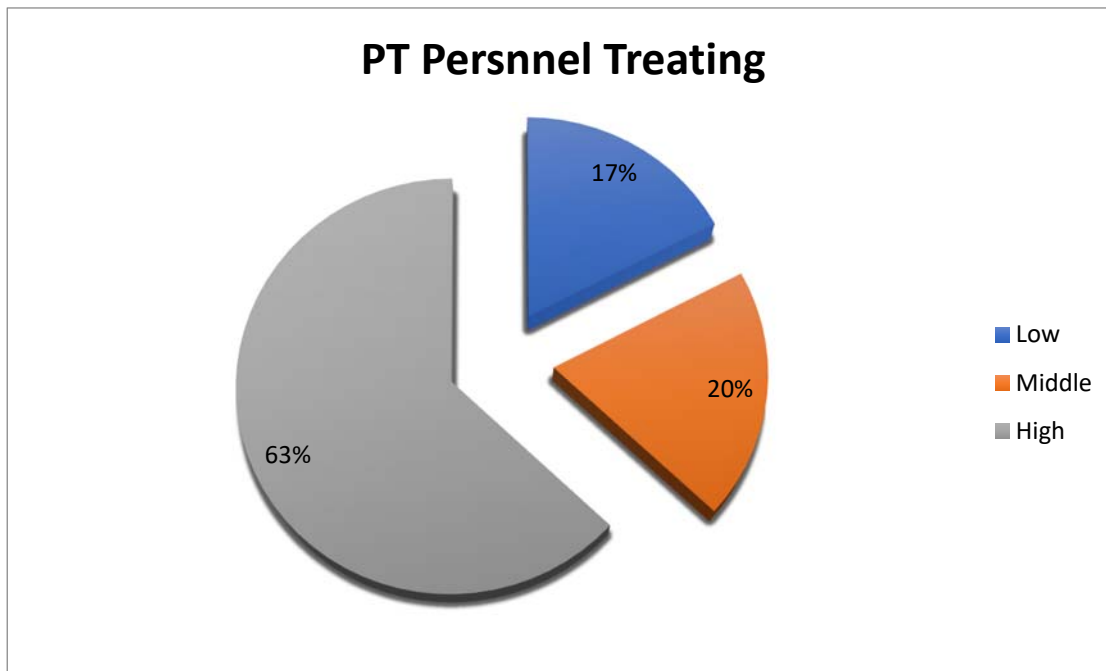


Diagram #2. Personal Treating (Anxiety)



### Results and implications

Our research once again underlined that in big companies reactive and personal anxiety of the employees is not suitable to work satisfaction level that on the one hand could be because of the careful attitude of employees towards organizational research and on the other – sense of insecurity and because of that avoiding real evaluation.

Organizations which perform these sorts of researches actually depend on the readiness of respondents to give exact information about themselves. The problem is that in many cases questionnaires include questions that give the possibility to respondents to misleading the researchers. Intended lies are most anticipated when respondent believes that he/she would gain something from the answer. E.g. respondent might lie about the question on a vacant position and answer positively to the questions that in his mind might generate the position and opinion about himself/herself.

In contrast with these researches, formal evaluation of an employee not only gives important and accurate information on personal differences, but also clearly and visibly provides that to employees.

### References:

Beridze R. (2011). Management of Human resurses, Georgia, Tbilisi, <http://www.bpa.ge/book/book33.pdf> (Last seen 25.04.2019)

Karasek R. (2007). Job Demand Control Model <https://www.toolshero.com/stress-management/job-demand-control-model/> (26.04.2019)

Management project (2008). The impact of the job stress of employees satisfactions and motivation. Tbilisi, Georgia

Paul J. Rosch, M.D., (1998). Reminiscences of Hans Selye, and the Birth of “Stress”, *Stress Medicine, Vol.14 (1-6)*

Robbins S.P., Judge T.A. (2018). Essentials of Organisational Behaviour, 14 nd edition, New York, Pearson

Selye H.(1974). Stress Without Distress, Publisher Philadelphia; New York,J.B. Lippincott

Shubladze G., Mgebrishvili B., Wowkolauri F., (2008). Fundamentals of Management, Georgia, Tbilisi

თამარ ხარიტონაშვილი

ვარშავის მენეჯმენტის უნივერსიტეტის მაგისტრი

## საბანკო ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა

### Abstract

Corporate social responsibility in the banking business spans several decades, although its relevance dates back to the twentieth century, and today it is one of the most important components, as the global crisis has necessitated the integration of moral principles into banking. Many banks have realized the need to create a management system that not only maintains the efficiency of the banking system in the short term, but also ensures the efficiency of its long-term development.

The global financial and economic crisis, which began in 2007 and ended in 2010, has forced companies around the world to reconsider how they do business. Particular attention should be paid to financial institutions and their political will, so as to regulate their actions in order to protect those who easily entrust their finances to them. Emerging areas of social banking and social finance are recent efforts to incorporate broad aspects of capital, social value, and capital into our models of economic well-being. These are approaches to the financial industry that have emerged and attracted public attention mainly during the recent economic crisis. After this crisis, they can use useful lessons on how to improve local and global financial systems, using “best practical” examples.

Social banks were one of the most successful economic start-ups during the global economic crisis of 2007-2010, which increased annual capital by 30%, while most banks were hit by the economic crisis. Social banking is not a radical change of the capitalist system, but an improvement of its basic functions, using the practice of the triple profit principle, which defines three areas of focus: profit, people and the planet.

Thus, our goal is to briefly and simply explain the history, philosophy, current status, perspective of the social bank and what place they have in the global economy, as social banks are based all over the world and their interactions around the world create social finance development.

*საკვანძო სიტყვები: საბანკო ბიზნესი, სოციალური ბანკი, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა, მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისი*

მსოფლიო ქვეყნების მსგავსად, საბანკო ბიზნესი საქართველოს ეკონომიკაშიც დიდ როლს ასრულებს. ბანკების გამართული ფუნქციონირება ქვეყნის ეკონომიკური მდგრადობისა და სტაბილურობის წინაპირობას წარმოადგენს. საბანკო ბიზნესის განხილვისას მნიშვნელოვანია გაანალიზდეს მისი დანიშნულება როგორც ფისკალური, ასევე სოციალური მიმართულებით, რადგან სოციალური პასუხისმგებლობა გაცილებით ამაღლებს ბანკის მიმართ ნდობის ხარისხს. ამის საფუძველზე ბანკი განკარგავს თავის ფინანსებს გამჭვირვალედ და ზრუნავს ქვეყნის და საზოგადოების კეთილდღეობაზე.

დღესდღეობით, გლობალური შეთანხმების ფარგლებში დიდი ყურადღება ექცევა ორგანიზაციათა მხრიდან კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის გამოვლენას.

საერთაშორისო მასშტაბით ბანკების უმეტესობისთვის ერთ-ერთი ძირეული ფასეულობაა მომხმარებლისადმი ლოიალობა და კორპორაციული პასუხისმგებლობის სტრატეგიული განვითარება, რაც დადებითად აისახება ერთი მხრივ, ბანკის რეპუტაციის მართვაზე, მეორე მხრივ, სოციალურ-ეკონომიკურ წინსვლაზე.

სტატიის მიზანია, საბანკო სექტორში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის შესასწავლად ისეთი არსებითი საკითხების შესწავლა, როგორცაა: მისი წარმოშობის ისტორია, ფილოსოფია, ამჟამინდელი მდგომარეობა და ადგილი გლობალურ ეკონომიკაში, CSR-ის განვითარების ტენდენციები მსოფლიოში და მისი გავლენა საზოგადოებასა და გარემოზე.

### **კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR)**

თანამედროვე მსოფლიო მწვავე სოციალურ პრობლემებში ცხოვრობს. მდგრადი განვითარების მართვის ახალი ეფექტური მოდელები, დღეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია მთელ მსოფლიოში XX საუკუნის ბოლოს დამკვიდრდა და გახდა მდგრადი განვითარების კონცეფციის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი არა მხოლოდ ბიზნესისთვის, არამედ მთლიანად კაცობრიობისთვის.

*CSR (კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა)* გარკვეულწილად აბსტრაქტული კონცეფციაა, რადგან დღესდღეობით არ არსებობს მისი ერთიანი, უნიფიცირებული, ყოვლისმომცველი და ერთადერთი სრულყოფილი განმარტება. სოციალურ პასუხისმგებლობას კომპანიები ახორციელებენ ნებაყოფლობით, გამომდინარე პირადი შეხედულების და კომპანიის მოგების მიხედვით. სოციალური პასუხისმგებლობის მიდგომა კანონით არ არის დადგენილი. CSR კონცეფციის ინდივიდუალური ფორმები ყოველთვის იქმნება ამ თუ იმ კომპანიის მიერ დაინტერესებული მხარეებით. CSR კონცეფცია მოიცავს ეკონომიკურ, იურიდიულ, ეთიკურ და ქველმოქმედების შემცველ მოლოდინს, რომელიც საზოგადოებას აქვს კომპანიის მიმართ.

1953 წელს *ჰოვარდ ბოუენმა* გამოაქვეყნა წიგნი „ბიზნესმენის სოციალური პასუხისმგებლობა“, სადაც დაინერგა ტერმინი - კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა და ასევე, ბოუენმა მოგვცა CSR-ის თავდაპირველი განმარტება. მან ის განსაზღვრა, როგორც ბიზნესმენების მოვალეობა, მიიღონ სწორი გადაწყვეტილებები და დაიცვან ის სფეროები, რომლებიც სასურველი და შესაბამისია საზოგადოების მიზნებისა და ღირებულებების (Bowen H, 1953).

მეცნიერები აცხადებენ, რომ საბანკო ბიზნესის იმიჯი და სანდოობა დიდ რყევებს განიცდიდა ეკონომიკურ კრიზისში მისი მონაწილეობის გამო. დღეისათვის კი CSR კონცეფცია კომპანიებისთვის აღიქმება, როგორც რეპუტაციის გაუმჯობესების ყველაზე ეფექტური საშუალება.

### **სოციალური ბანკი**

ტერმინი „*სოციალური ბანკი*“ განვითარებად ქვეყნებში თვისობრივად სხვადასხვა კონტექსტით გამოიყენება. ერთი ნაწილი თვლის, რომ სოციალური ბანკი არის გამსესხებელსა და მსესხებელს შორის უშუალო კავშირის დამყარება სოციალური მიზნის მისაღწევად, მეორე ნაწილი თვლის, რომ ეს არის ბანკის ან მთავრობის მიერ გაწეული სუბსიდირება, მესამე - აფასებს, როგორც ქველმოქმედებად, ხოლო მეოთხე განიხილავს, როგორც პოზიტიური გავლენის მქონე ორგანიზაციას, რომლის მიზანია საბანკო საშუალებით დადებითი გავლენა მოახდინოს საზოგადოებასა და გარემოზე, ეკონომიკურ ღირებულებასთან ერთად შექმნას სოციალური და გარემოსდაცვითი ღირებულებები.



ტრადიციულ (კომერციულ) და სოციალურ ბანკს შორის საქმიანი პროცესების მსგავსების მიუხედავად მთავარი განმასხვავებელი გახლავთ, ის, რომ ტრადიციული ბანკის ძირითადი სტრატეგია მაქსიმალური მოგების მიღებაზეა ორიენტირებული, რისთვისაც ის მომხმარებელს მაღალი ხარისხის მომსახურებას სთავაზობს, ნერგავს ინოვაციურ, მაღალტექნოლოგიურ პროექტებს და კონკურენტულ გარემოცვაში პრესტიჟის გარანტიადაც შეიძლება მოვიხაროთ.

სოციალური ბანკების უმნიშვნელოვანესი მახასიათებელია მაქსიმალური გამჭვირვალობა, რაც ნიშნავს იმას, რომ ბანკი მომხმარებელს აწვდის ინფორმაციას, როგორ იხარჯება ფული, სად ხდება ინვესტიციის განხორციელება და რას აწარმოებს. მათი მისიაა ხელი შეუწყონ ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებას. ის მომხმარებელს სთავაზობს მდგრად ფინანსურ მხარდაჭერას და მაღალი ხარისხის მომსახურებას. სოციალური საბანკო სიტემა ორიენტირებულია გამჭვირვალე ფინანსურ პასუხისმგებლობებზე და წინა პლანზე აყენებს ეთიკურ პრინციპებს.

სოციალური ბანკი საკრედიტო და საინვესტიციო შესაძლებლობებში თანაბრად ითვალისწინებს სამმაგ განსხვავებულ კრიტერიუმს:

- მოგება (ეკონომიკური რაციონალურობა, არ შეიძლება იყოს ზარალი, რომელიც საფრთხეს უქმნის ბანკის სრულ განვითარებას)
- გარემო (ბუნებრივი გარემოს დაცვა და რესურსების მდგრადი მართვა)
- ხალხი (პრიორიტეტი საზოგადოების და მთლიანად საზოგადოების დაბალანსებული წახალისება).

ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში სოციალური ბანკი მსოფლიოში სწრაფად განვითარდა, თუმცა არ არსებობს სოციალური ბანკის საყოველთაოდ მიღებული მკაცრი განსაზღვრება. მათი ტრანზაქციები ორიენტირებულია რეალური ეკონომიკის დაფინანსებაზე, ვიდრე სპეკულაციურ ბაზრებზე ვაჭრობასა და მსესხებლებისათვის ხელსაყრელი საკრედიტო პირობების შექმნაზე.

მსოფლიო ბანკის თანახმად ([www.worldbank.com](http://www.worldbank.com)) ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა წარმოადგენს:

1. პოლიტიკური მიმართულებებისა და ქმედებების ერთობლიობას, რომელიც დაკავშირებული არის მთავარ დაინტერესებულ მხარეებთან, ღირებულებებთან და კანონის უზენაესობის და გარემოს დაცვის მოთხოვნების შესრულებასთან, საზოგადოების ინტერესებთან;
2. ბიზნესის ფოკუსირებას მდგრად განვითარებაზე.

იგივე ორგანიზაციის ინფორმაციით მთავრობის როლი საკვანძოა, როგორც მარეგულირებელი და საბანკო საქმის ხელმძღვანელის, ფინანსური სისტემის სტაბილური და ეფექტური ფუნქციონირების უზრუნველსაყოფად. მთავრობის მიერ უნდა იმართებოდეს და რეგულირდებოდეს, ქვეყანაში საბანკო ბიზნესის ყოველდღიური საქმიანობა, ინკლუზიური და პასუხისმგებლიანი დაფინანსების პრინციპების მისაღწევად.

სოციალურად ორიენტირებული საბანკო სისტემის ფენომენი მე-20 საუკუნის 40-50 წლებიდან იწყება, როდესაც მსოფლიოში ჩამოყალიბდა სოციალურად ორიენტირებული საბანკო სისტემა, რომლის მისიას წარმოადგენდა შეექმნა საზოგადოება, რომელიც ხელს შეუწყობდა მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხს, ბიზნეს მისცემდა მდგრადი განვითარებისთვის ხელშეწყობის საშუალებას, შესთავაზებდა მდგრად ფინანსურ პროდუქტებს და მაღალი ხარისხის მომსახურებას.

როლანდ ბენედიქტერის (Benedikter R, 2011) გადმოცემით, 2007 წლიდან 2010 წლამდე გლობალურმა ფინანსურმა და ეკონომიკურმა კრიზისმა მოიწვა შეერთებული შტატები, ევროპა და მსოფლიო. 7 მილიონმა ამერიკელმა და 2 მილიონმა ევროპელმა დაკარგა სამუშაო, ხოლო 10 მილიონზე მეტი ადამიანი აიძულა გამხდარიყო სიდარისის ზღვარს მიღმა. ათასობით ოჯახმა დაკარგა საცხოვრებელი სახლი და ბევრმა - დანაზოგი. ყოველივე ამის ფონზე, მაღალი იყო სოციალური ბანკების მნიშვნელობა და მათი ტენდენციურობის ზრდა, მათი აქტივები კრიზისის ფონზე გაორმაგდა, განსხვავებით ტრადიციული ბანკებისა. ეს წარმატება გამოწვეული იყო, საბანკო მომხმარებლების მზარდი რაოდენობის დარწმუნებით, რომ სოციალური ბანკი არის ფულადი გარიგების ნაკლებად სპეკულაციური და უფრო პასუხისმგებლობის მქონე, ეთიკური და საზოგადოებაზე ორიენტირებული გზა, ვიდრე ტრადიციული საბანკო სექტორი და რომ სოციალური ბანკი უფრო მეტად ზრუნავს საზოგადოების პროგრესზე. შესაბამისად, სოციალური ბანკები იყო ერთ-ერთი ყველაზე წარმატებული ფინანსური ინსტიტუტი მსოფლიოში 2007–2010 წლების ეკონომიკური კრიზისის დროს, რომლებიც, გარდა იმის, რომ გადარჩნენ, საზოგადოების ნდობის შედეგად შეინარჩუნეს და გაზარდეს თავიანთი მასშტაბები.

სოციალური ურთიერთობები შედარებით ახალი მოვლენაა ბანკთაშორის და ფინანსური ინდუსტრიის სფეროში. მიუხედავად იმისა, რომ მათი „ძირითადი აზროვნება“ დაახლოებით 100 წლით თარიღდება, თანამედროვე ინსტიტუტებად ჩამოყალიბება 1970-იანი წლებიდან დაიწყო. დღეს, კრიზისის პიკის შემდეგ, სოციალურმა ბანკებმა წარმოიდგინეს საკუთარი თავი ისტორიაში უპრეცედენტო ვითარებაში და საკმაოდ მყარად ჩამოყალიბდნენ მსოფლიო მასშტაბით. მათი შეხედულებები ეკონომიკურ და სოციალურ განვითარებასთან დაკავშირებით, წარსულში, რომელიც განიხილებოდა როგორც "ალტერნატივა" ან "ეგზოტიკური", საზოგადოებრივი დისკუსიის თანაფარდობის ნაწილი გახდა. მათ შექმნეს ალიანსები, რომ წარმოადგინონ „საუკეთესო პრაქტიკა“, თუ როგორ უნდა მოქმედებდეს საბანკო საქმიანობა და გააფორმონ ნაკლებად სპეკულაციური, უფრო რეალობაზე ორიენტირებული გზა, რათა თავიდან აიცილონ შემდგომი კრიზისი. ისინი იკვებებიან, როგორც პროგრესული, ე.ი. უფრო მეტად საზოგადოებრივი და ეკოლოგიური მიდგომებით კაპიტალთან და ფულთან მიმართებაში.

როლანდ ბენედიქტერის (Benedikter R, 2011) ინფორმაციით, ევროპაში სოციალური ბანკების უმეტესი ნაწილი მჭიდროდ თანამშრომლობს, ინტენსიურ გაცვლაში ავითარებენ თავიანთ ზრდას და ინვესტიციურ სტრატეგიებს. პარალელურად, ისინი ავითარებენ თანამშრომლობას მთელ მსოფლიოში სოციალურ ბანკებთან. 2009 წლის მარტში თორმეტმა სოციალურმა ბანკმა დააფუძნა „გლობალური ალიანსი საბანკო ფასეულობებისთვის“ (GABV), მთავარი ოფისი ლონდონში, ხოლო, მას წინ უძღოდა 1989 წლის დასაწყისში, INAISE- ს (ინვესტორთა საერთაშორისო ასოციაცია სოციალურ ეკონომიკაში) ჩამოყალიბება. INAISE- ს მეშვეობით, მთელი მსოფლიოდან სოციალური ინვესტორები უერთდებიან ძალებს გამოცდილების გაზიარებისთვის, ინფორმაციის გავრცელებაში და იმის დემონსტრირებისთვის, რომ მართლაც შეიძლება ფულის გამოყენება სოციალური და გარემოსდაცვითი პოზიტიური ცვლილებების მისაღწევად. გარდა ამისა, გასული წლების განმავლობაში მკვეთრად გაიზარდა აკადემიური კვლევები და სამეცნიერო ჩართულობა სოციალურ ბანკთან და სოციალურ ბიზნესთან დაკავშირებით. შეიქმნა ისეთი ახალი ინსტიტუტები, როგორებიცაა “Skoll Center” სოციალური მეწარმეობისთვის 2003 წელს ოქსფორდის უნივერსიტეტის საქმიან სკოლაში დაფუძნებული და სოციალური ბანკის ინსტიტუტი 2006 წელს გერმანიაში, ბოჩუმში გახსნილი.

ნაშრომში ვსაუბრობთ და განვსაზღვრავთ *სოციალურ ბანკს*, სწორედ როგორც საბანკო საქმეს, რომლის მიზანია საბანკო ოპერაციების საშუალებით დადებითი გავლენა მოახდინოს საზოგადოებასა და გარემოზე.

*ოლაფ ვებერის* (Weber O, 2011) ინფორმაციით თანამედროვე სოციალური ბანკის წინამორბედად შეგვიძლია მივიჩნიოთ ადრეული სოციალური ტიპის ბანკი „*Montes di Pieta*” (იტალიის ცენტრალური ჩრდილოეთი რეგიონი), რომელიც შეიქმნა დომინიკელების და ფრანცისკანელების რელიგიური ორდენის მიერ იტალიაში XV საუკუნეში, რათა ღარიბებისთვის მიეცათ კრედიტის გაცემის შესაძლებლობა და ებრძოლათ უზნეობისთვის. ეს ბანკები თავისი შინაარსით რევოლუციური იყო, რადგან ავითარებდნენ კეთილდღეობას და არ იყვნენ მიმართული მხოლოდ მოგების მიღებაზე, ისინი მხარს უჭერდნენ პოლიტიკურ, კულტურულ და რელიგიურ საქმიანობას და ეხმარებოდნენ ხელმომჭირნეებს. ასეთი ტიპის ბანკები იქმნებოდა ისეთი კლიენტებისთვის, რომელთაც არ ჰქონდათ წვდომა ძირითად საბანკო სერვისებთან, როგორცაა საკრედიტო ან შემნახველი საშუალებები. დღესდღეობით სოციალური ბანკინგი დიდწილად ემყარება ამ ბანკების ფილოსოფიას, რომელთაც, თავის დროზე შეძლეს შეექმნათ კულტურული ცვლილება ფინანსურ ბიზნესში და საზოგადოების სხვადასხვა დონეზე მდგრადი განვითარება.

1970-იანი წლებიდან დაწყებული თანამედროვე სოციალური ბანკების საფუძვლად შეიძლება მივიჩნიოთ, როგორც პასუხი იმ დროისთვის პრობლემების მოგვარებაზე, როგორცაა მდიდრებსა და ღარიბებს შორის არსებული უფსკრული, გარემოს დაბინძურება, უთანასწორობა, სქესთა შორის და იმდროინდელ ზესახელმწიფოებს შორის სამხედრო კონფრონტაცია. ამრიგად, სოციალური და ეკოლოგიურად განწყობილი პროექტების მხარდაჭერით თანამედროვე სოციალურმა ბანკებმა (და ახლაც) განაპირობა ის, რომ მიზნად დაისახა საზოგადოების მრავალფეროვან დონეზე უფრო მდგრადი განვითარებისთვის ემუშავა.

ფრანს დე კლერკის (Frans de Clerck, 2010) მოხსენებაში აღნიშნულია, რომ გერმანიაში 1974 წელს GLS Bank-ის დამფუძნებლები (დღეს ყველაზე დიდი სოციალური ბანკი *Gemeinschaft für Leihen und Schenken*, რომლის სახელი ნიშნავს სიტყვასიტყვით "საზოგადოებას სესხებისა და შემოწირულობებისთვის", აქტივები 2.2 მილიარდი დოლარით), პირველები იყვნენ, ვინც ყურადღება გაამახვილეს ფულად სესხებზე (ადამიანის ინტერესზე სტიმულირების მოსახდენად) და ფულად საჩუქარზე (ყველაზე პროდუქტიული საწყისი კაპიტალი). მათ, ასევე, ყურადღება გაამახვილდეს იმ შესაძლებლობების განვითარებაზე, რომლებიც აერთიანებდა ინვესტორებს და მსესხებლებს, მომხმარებლებს და მეწარმებს ინვესტიციებისთვის. GLS-სი საბანკო საქმეს განიხილავს, როგორც ფულადი სახსრების მოძრაობის მუდმივ და გაცნობიერებულ პროცესს, რომელიც საჭირო არის საზოგადოებისა და ადამიანის განვითარებისათვის. ინდივიდუალური პასუხისმგებლობა და სხვა ადამიანებზე ზრუნვა განიხილება, როგორც ამ პროცესების ძირითადი მამოძრავებელი. ამგვარი ეთიკური მიდგომა საბანკო საქმეში, შთაგონება იყო სხვა მრავალი ევროპის სოციალური ბანკისთვის, რომელიც თანდათანობით განვითარდა ბოლო რამდენიმე ათწლეულის განმავლობაში. მიუხედავად კულტურული განსხვავებებისა, ზომების მრავალფეროვნებისა, აქცენტების (სოციალური, გარემოსდაცვითი), პროდუქტებისა და მომსახურების, განვითარების ეტაპზე ყველა მათგანს აქვს ეთიკური და მდგრადი განვითარების ელემენტები თავისი მისიის, ამბიციებისა და პრაქტიკის საფუძველი. ყველა მათგანი კარგ საქმეს ქმნის ადამიანის და სოციალური განვითარებისათვის, ხოლო ზოგადად და სპეციალურად შემუშავებულ პროდუქტებსა და მომსახურებებს სთავაზობს შესაბამის ბაზრებს. მიუხედავად იმისა, რომ

ბევრმა მათგანმა განიცადა წარუმატებლობა, მათმა უმრავლესობამ იპოვა წარმატებისკენ მიმავალი გზა, ფუნქციონირების სხვადასხვა მოდელით და ზოგადი საბანკო წესების დაცვით.

დაზუსტებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ დღეს მსოფლიოში არსებობს სოციალური ბანკები, რომელთა უმეტესი ნაწილი არის „გლობალური ალიანსი საბანკო ფასეულობებისთვის“ (GABV) წევრი. ეს არის სოციალური ბანკების მსოფლიო ასოციაცია, რომელიც მის წევრებს აღწერს, როგორც ბანკებს, რომელთა მთავარ მისიას წარმოადგენს „ინვესტიცია საზოგადოებაში, რომელიც აფასებს ადამიანის განვითარებას, სოციალურ გაერთიანებას და პასუხისმგებლობას ჩვენი ბუნებრივი გარემოსთვის“ ([www.gabv.org](http://www.gabv.org)). ალიანსი დაარსდა 2009 წელს და მისი მიზანია ბანკი წარმოადგენდეს საზოგადოების ჯანმრთელ და პროდუქტიულ სისტემას. ალიანსის წევრები არიან აზიის, აფრიკის, ავსტრალიის, ლათინური ამერიკის, ჩრდილოეთ ამერიკის და ევროპის ქვეყნები. 2020 წლის მონაცემებით, ალიანსი მოიცავს 62 ფინანსურ ინსტიტუტს და 16 სტრატეგიულ პარტნიორს; კოლექტიურად ემსახურებიან 67 მილიონზე მეტ მომხმარებელს, ფლობენ მენეჯმენტში გაერთიანებული აქტივების 200 მილიარდ დოლარზე მეტს და მათ 76,000-ზე მეტი თანამშრომელი უჭერს მხარს.

საბანკო ალიანსის (GABV) წევრ ფინანსურ ინსტიტუტებში შედიან მსოფლიო წამყვანი ბანკები, როგორებიცაა: *Triodos Bank (Europe)*; *GLS Bank (Germany)*; *Alternative Bank Switzerland (Switzerland)*; *Bank Australia (Australia)*; *Banca Etika (Italy, Spain)* და სხვა. მათი მისია დაფუძნებული არის სოციალურ პასუხისმგებლობაზე, რომელიც სარგებელს მოუტანს ხალხს და გარემოს გრძელვადიან პერიოდში. მათ მიაჩნიათ, რომ ინკლუზიური დაფინანსება, საფუძველი არის იმის, რომ ფინანსები ყველასათვის იყოს ხელმისაწვდომი, რადგან ფინანსურ სისტემაში ხალხის ჩაბმა ხელს უწყობს სოციალურ და ეკონომიკურ განვითარებას.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მსოფლიო ეკონომიკურმა კრიზისმა მნიშვნელოვანი უარყოფითი გავლენა მოახდინა გლობალურ დონეზე ინდივიდების ცხოვრებაზე, ექსპერტების აზრით, კრიზისი გამოწვეული იყო მარტივი მიზეზით: ფინანსური სისტემა ორიენტირებული იყო საკუთარი ინტერესების განვითარებაზე, რამაც გლობალურ დონეზე მოგვცა ფინანსურ სექტორში საზოგადოების უნდობლობა. სწორად, ამ დროს გაძლიერდნენ სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბანკები, ვინაიდან, როგორც ვიცით, ბანკები დიდად არიან დამოკიდებულნი საზოგადოებაზე და მათ მიერ განხორციელებულ ოპერაციებზე. სოციალური ბანკების მისიას კი ზუსტად საზოგადოების კეთილდღეობა წარმოადგენს.

2011 წლის გლობალური კრიზისის შემდეგ საბანკო ბიზნესში აქტიური გახდა სოციალური მიზნები. სოციალური ბანკი დღეს ნაკლებადაა შესწავლილი და შესაბამისად, მასთან დაკავშირებით კვლევები თუ სტატიები ნაკლებად მოიძებნება. ცნობილია გარკვეული მახასიათებლები, რომლებსაც უნდა ემყარებოდნენ და მათი საქმიანობა არ უნდა იყოს მხოლოდ მარკეტინგული ხრიკი, არამედ სოციალური საბანკო ბიზნესის მასშტაბები ფართოდ უნდა იყოს საზოგადოებისთვის ხელმისაწვდომი, ვინაიდან სოციალური ბანკის ერთ-ერთი მახასიათებელი არის მისი გამჭვირვალობა.

„**Institute for Social Banking**“-ის ([www.social-banking.org](http://www.social-banking.org)) თანახმად, სოციალური ბანკები გამოირჩევიან საერთო მახასიათებლებით, რომელიც მათ განარჩევთ სხვა კომერციული ბანკებისგან და ფორმირდებიან შემდეგნაირად: საზოგადოების საჭიროებებზე ფოკუსირება რეალურ ეკონომიკასა და სამოქალაქო საზოგადოებაში, გამჭვირვალობა და პასუხისმგებლობა, მოგების მაქსიმიზაციის ნაცვლად, მისი შემცირება და სხვა სპეკულაციურ საქმიანობებზე ჩამოშორება. ისეთი ბიზნესების დაფინანსება, რომლებიც საერთო სიკეთის მიმღები იქნება,

ზრუნვა თანამშრომლებზე, ისეთი სახის სტრატეგიების შემუშავება, რომლებიც ხელს შეუწყობენ რისკების მინიმიზაციას და გათვლილი იქნება გრძელვადიან პერსპექტივებზე.

პიტერ ბლომი „გლობალური ალიანსი საბანკო ფასეულობებისთვის“ თავმჯდომარე (და Triodos Bank-ის აღმასრულებელი დირექტორი), საბანკო ბაზაზე დაფუძნებულ ღირებულებებს აფასებს, როგორც „ვალდებულ ფინანსურ ინოვაციას“, რომელიც ორიენტირებულია რეალურ ეკონომიკაში ადამიანის საჭიროებების დაკმაყოფილებაზე. GABV კვლევების თანახმად, საბანკო პრინციპების საფუძველზე დაყრდნობით 2020 წელს იქნება შესაძლებელი, მიღწეულ იქნეს მსოფლიოში მილიარდი ადამიანის დაფინანსება მდგრადი საბანკო მომსახურებით. გლობალურმა ალიანსმა შეიმუშავა მდგრადი დაფინანსების და მდგრადი ბანკინგის პრინციპების მთელი რიგი, რომლებიც მიზნად ისახავს აღწეროს მდგრადი საბანკოსი სისტემის ფუნდამენტური საფუძვლები:

- **ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი ინდიკატორები**, როგორც "სამმაგი ხაზი" და ბიზნეს მოდელის ძირითადი საფუძველი.
- **საზოგადოებაზე დაფუძნებული** - ემსახურება რეალურ ეკონომიკას და ახალი ბიზნეს მოდელების შესაძლებლობას, დაკმაყოფილდეს ორივეს მოთხოვნილება;
- **გრძელვადიანი ურთიერთობა** მომხმარებლებთან, მათი ეკონომიკური საქმიანობის და მათთან დაკავშირებული რისკების პირდაპირი გაგება;
- **გრძელვადიანი, თვითმყოფადი და გამძლე** გარე რისკების მიმართ;
- **გამჭვირვალე და ინკლუზიური** მმართველობა;
- **საბანკო კულტურა**, რომელიც მოიცავს ამ პრინციპებს.

საქართველოში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა პირდაპირი გაგებით კვლავინდებურად ქველმოქმედებასთან ასოცირდება. თუმცა მრავალი უმსხვილესი კომპანია, მათ შორის ბანკები, სოციალური პასუხისმგებლობის კუთხით საკმაოდ ბევრ საინტერესო პროექტს ახორციელებენ და ამით ხელს უწყობენ სამოქალაქო განათლების ამაღლებას (საშუალო და უმაღლესი განათლება), ზრუნავენ გარემოზე (დაზიანებული ტყის მასივების აღდგენა, ეკოლოგია), კულტურაზე (თეატრი, კინო, მუსიკა, ხელოვნება) და საბანკო ბიზნესის მიერ გაწეული დანახარჯები CSR მიმართულებით, წლიდან წლამდე რამდენიმე ათასიდან მილიონამდე ლარის დანახარჯებს უტოლდება.

საქართველოს ეროვნული ბანკის 2018 წლის 26 სექტემბრის ბრძანებით კომერციული ბანკების კორპორაციული მართვის კოდექსი არეგულირებს საბანკო სექტორის ეფექტურ ფუნქციონირებას და მდგრადობას. ის ეყრდნობა ჯანსაღი და პასუხისმგებლიანი დაკრედიტების პრინციპს და ხელს უწყობს კორპორაციულ მართვაში საერთაშორისოდ აღიარებული მოწინავე პრაქტიკის დანერგვას. სტრატეგიულ მიმართულებაში ითვალისწინებს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მიზნისთვის საჭირო ქმედებებს; ეხება ჯანსაღ ორგანიზაციულ სტრუქტურას, თანამშრომლებზე, გარემოსა და სოციალურ მიმართულებებზე ზრუნვას.

მსოფლიო ქვეყნებში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის პრაქტიკა განსხვავებული არის, რაზეც გავლენას ახდენს ქვეყნის კულტურა, ისტორია და სახელმწიფო პოლიტიკა, თუმცა CSR-ის საერთო მონახაზი ყველასთან დომინანტური არის. დღეს სოციალური ბანკები თავიანთი საქმიანობითა და დაფინანსების პრიორიტეტებით, მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ მსოფლიო გლობალურ ეკონომიკაში, რაც ხელს უწყობს ზოგად ეკონომიკურ წონასწორობას. სოციალური ბანკების ამბიციური მიზანი არის

დაფინანსოს სამართლიანი ვაჭრობა, ეთიკური ბიზნესი, აგრომეურნეობა, კოპერატივები, რომლებიც მიმართულნი არიან შექმნან საზოგადოებაზე ორიენტირებული დოვლათი, ხელი შეუწყონ ბუნებაში ეკოლოგიურ პროცესებს, რომლებიც წარმოშობს ბუნებრივ რესურსებს და სოციალურ კაპიტალს.

თანამედროვე მსოფლიოში მნიშვნელოვანია სოციალურმა საბანკო ბიზნესმა იწყოს ზრდა, რისთვისაც მათ უნდა შექმნან და მიაწოდონ საზოგადოებას ისეთი პროდუქტები და მომსახურება, რომლებიც ხაზს გაუსვამენ მათ სოციალურ გავლენას, ხოლო ფინანსებს გახდიან ნაკლებ სარისკოს. ვინაიდან ბანკების უმეტესობა ეყრდნობა საკრედიტო ბიზნესს, მათ ისე უნდა გააფართოვონ თავიანთი პროდუქტების პორტფოლიო, რომ ნაკლებად იყვნენ დამოკიდებულნი პროცენტებზე. სოციალურ ბანკებს, ასევე, დასჭირდებათ ფოკუსირება მოახდინონ ისეთ სოციალურ პოზიტიურ პროექტებზე, რომელიც ხაზს გაუსვავს მათ სოციალურ მისიას, მათი მხრიდან საჭირო იქნება ისეთი ინდიკატორების შემუშავება რომელიც ნათლად აჩვენებს მათ დადებით გავლენას საზოგადოებაზე, გარემოზე და მდგრად განვითარებაზე და ბოლოს, უნდა შევთანხმდეთ, რომ ბანკები არიან სოციალური სისტემის განუყოფელი ნაწილი და რომ ყოველთვის უნდა დარჩნენ ამ ნიშაში, რათა უზრუნველყონ საბანკო ბიზნესის გრძელვადიანი მდგრადობა და სიცოცხლისუნარიანობა.

სოციალურ პასუხისმგებლობაზე საუბრისას, არსებითი საკითხია, რომ ის არ გავაიგივოთ როგორც ქველმოქმედება, რაც ხშირად საქართველოში აღქმულია - CSR. ის შეიძლება სოციალური პასუხისმგებლობის ერთ-ერთ კომპონენტად ჩაითვალოს, რადგან ქველმოქმედებისგან განსხვავებით, სოციალური პასუხისმგებლობა, მოიაზრებს არა მხოლოდ ფინანსურ მხარდაჭერას, არამედ ის სრულად ზრუნავს გარემოზე, სადაც საქმიანობის განხორციელება.

დასავლეთის ქვეყნებში კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა ეროვნული პოლიტიკის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს. მნიშვნელოვანია, საქართველომაც გაითვალისწინოს მათი გამოცდილება, გაზარდოს ცნობიერება სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით, როგორც საზოგადოებისთვის, ასევე კომპანიებისთვის.

გამოცდილება აჩვენებს, რომ სოციალურ ბანკებს რეალურ ეკონომიკაში შესაძლებლობა აქვთ დაეხმარონ გლობალური ფინანსური სისტემის განვითარებას, მათივე შემუშავებული პასუხისმგებლიანი დაკრედიტების სისტემებით, მიუხედავად იმისა, რომ მათი მასშტაბები და გავლენა საკმარისი არ არის სრული ეკონომიკური პრობლემების გადასაჭრელად. დღესაც, ისინი წარმოადგენენ დაფინანსების ახალ პროგრესულ მიდგომას, რომელსაც შეუძლია შეცვალოს საზოგადოების ცხოვრება, ხოლო მათ შეცვალონ სამყარო. ყოველივე ამას განვითარების გზაზე მყოფი საქართველოსთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი დატვირთვა ენიჭება.

## **ბიბლიოგრაფია:**

საქართველოს ეროვნული ბანკი (2018), კომერციული ბანკების კორპორაციული მართვის კოდექსი, ბრძანება N215/04  
Benedikter R. (2011). Social Banking and Social Finance  
[https://www.researchgate.net/publication/248388817\\_Social\\_Banking\\_and\\_Social\\_Finance](https://www.researchgate.net/publication/248388817_Social_Banking_and_Social_Finance) (Last seen 22.04.2020)

Benedikter R. (2011). Social Banking and Social Finance, Answers to the Economic Crisis, Stanford, USA

Bowen H. (1953). Social responsibilities of the businessman, New York, Harper

INSTITUTE FOR SOCIAL BANKING (2015). Values based banking Bringing the voice of the citizen into finance, Inquiry Working paper, United Nations Environment Programme, Viena

INAISE. (2010). Networking Social Finance,(Co-author - Frans de Clerck, p. 25)

<http://inaise.org/wp-content/uploads/2016/11/07-13-2010-networking-social-finance.pdf> (Last seen 22.04.2020)

Weber O. (2011). Social Banking and the Future of Sustainable Finance

[https://www.researchgate.net/publication/259908868\\_Social\\_Banking\\_and\\_the\\_Future\\_of\\_Sustainable\\_Finance](https://www.researchgate.net/publication/259908868_Social_Banking_and_the_Future_of_Sustainable_Finance) (Last seen 22.04.2020)

Weber O. Remer S. (2011). Social Banking and the Future of Sustainable Finance, Routledge, USA

Tamar Kekutia

Master of Warsaw Management University

## **Tendencies and Challenges of Employee Voluntary Turnover**

### **Abstract**

Knowledge and experience about employee turnover accumulated over the years and centuries from researchers. Some models or methods have undergone transformation over time, but all the major initial theories nowadays is significant to achieve organizational success. Meanwhile, together with technological advances and labor trends in the world, demands of human beings are changed. Employee turnover is distinctively important topic for organizations around the world. Managing retention to keep turnover rate is one of the most challenging issues in contemporary world. Organizations should constantly pay attention how to detect personnel drain process effectively for the continuous development of business.

The best way to avoid personnel job leaving is to identify, analyze and eliminate the reasons that may cause it and try to prevent. As time goes by, companies have a shortage of qualified candidate in the long run. At the same time, continuously search for a new employee, on the job orientation and professional growth is associated with new financial expenses.

In article discussed as already known as well as unknown turnover factors. It is noteworthy that, in modern digital era it's easier to access global and local information to find a new career way out and constantly search for a new job. That's why organizations need constantly care for maintenance of talents. Even though, that leaving job is caused by various types of reasons high percentage of employee turnover rate still speaks about employee dissatisfaction. As well as, in the company where staff drain indicator is very low, it is clear that organization cares for the employees and staff is satisfied more or less with labor relationship. To avoid expenses caused by voluntary turnover, organizations need to determine problems, diagnose turnover drivers and formulate retention strategies.

*Key Words: Employee, Turnover, Retention*

### **Models of Voluntary Turnover**

Voluntary turnover is defined when an employee leaves their organization with personal desire. There are several famous models that have particular importance.



James March and Herbert Simon in 1958 first presented model about voluntary turnover. This model has attracted many researchers. Several other models have been developed and published in order to spread this first concept (Bowen and Siehl, 1997). The Theory is known as “Organizational Equilibrium” and determines the importance of equilibrium and inducement-contribution balance between employee and organization (March, 1991). According to this model, employee’s job leave decision related to job satisfaction and explains that individuals who are more satisfied with their current job conditions would indicate desire and effort to remain stable and grow professionally within (Perez and Staffelbach, 2008).

Second famous turnover model “Met Expectations” authored by Porter & Steers is still an important survey review and knowledge in organizational psychology and organizational behavior. Classic and basic definition of met expectations model specifies that individuals compare their before entry expectations about job and post-entry perceptions (Wanous, Poland, Premack and Davis, 1992). This concept determines that people always compare their expectations to the real situation in the organization associated with salary, promotion, recognition, collegiality, development possibility, working environment etc.

Next famous turnover model “Intermediate Linkages Model” by Mobley determines importance of intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover (Mowday, Koberg and McArthur, 1984). Author significantly presented in this model variables that link job attitudes with actual turnover behavior in turnover process.

According to “Alternative Linkages Model” withdrawal cognition mediate job dissatisfaction and exit relationship. The factors are responsible for initiation of turnover process like job dissatisfaction that is displayed after employee selection (Hom and Griffeth, 1991). Model of turnover recognizes the independent effects of job satisfaction and organizational commitment on turnover intentions. Work attitudes have direct and independent effects on intention to quit (Moynihan, Boswell and Boudreau, 2000).

“Causal Model of Turnover” by Price & Mueller represents a multilevel study theory related to job quit, that means to study all the determinants related to leaving decision. This model clarifies the need of analysis of causal accounts which is helpful and informative because it defines dynamic image of turnover. The model offers an account for all causal relationship and explains which determinants are depended on and operate to produce turnover (Price and Mueller, 1981).

“Attraction-Selection-Attrition” Model by Schneider determines that employees create themselves working environment and corporate culture, climate and the best practices. This theory is closely related to psychology and people socialization process. Three part model explains how collective characteristics of individuals define how they fit within an organization (Schneider, 1987). That model is very useful for recruitment process to attract the right audience, which candidates are similar to the existing employees and conform to a homogeneous organizational culture.

### **Research Findings and Tendencies**

According to a SHRM study, 47% of HR professionals have named employee retention and employee turnover among the top challenges for several years up to now. Losing a top performer or failing to determine reason of turnover can be detrimental for an organization's health (ZOHO People, 2018).

According to Harvard Business Review, the top points millennial looking for in a job (Goler, Gale, Harrington and Grant, 2018) is the following:

- (1) Opportunity to learn and grow
- (2) Quality of manager
- (3) Quality of management
- (4) Interest in type of work

Many researchers have highlighted that human capital development improves employee engagement at work, because it can have real value for organization and a greater impact on employee outcomes. Research has shown that engaged employees are 87 percent less likely to leave an organization. Also, employee training has a positive relationship on employee knowledge and workforce commitment. There are ways for attaining new knowledge:

(1) Workplace Learning. This option is largely experimented method in practice. Socialization on the job and interaction with colleagues can help and facilitate workplace learning (Murdoch, Stephenson, Srivastava and Mason, 2018). Encouraging employees also create content for their further successive results and skills development.

(2) Self-directed Learning. Individuals review what they have learned, what they have achieved, what their goals are, how they are going to achieve those goals and what new skills they need to acquire. Self-directed learning is becoming increasingly attractive in rapidly changing world. Self-directed learning may lead to improve firm performance.

(3) Mentoring. This method is traditionally a process in which an experienced person - mentor guides another person in the development, learning and personal/professional competence (Klinge, 2015). There should note, that mentor's own experience and qualification is particular value for the new employee. Mentoring also promotes on-the-job learning and can act as a complement to formal training (Armstrong and Taylor, 2017).

(4) E-learning. E-learning is computer-based process, where web-based technology provides learning material and guidance to employees. Web-based learning portal is established in many universities. In E-learning process may use also mobile application. E-learning programs are not as effective for developing soft skills such as team-building.

(5) Career Management. This section explains importance of employees' new opportunities for their career succession. Plan of career objectives helps to employees to achieve organizational and personal goals. Employers must ensure that employees have a career path in the organization. Career plans should be aligned with employees' goals in order to reduce employee turnover and increase employee engagement (Byrne, 2014). The researchers examined that participation in tuition reimbursement reduces turnover while employees are in school. The results demonstrated that, for individuals who enter a firm and who are not already college graduates, tuition reimbursement program is a particularly effective way to encourage employees to enhance their career prospects within the organization. Various studies also showed that employee turnover increases when individuals earn their graduate degrees.

(6) Non-cognitive Abilities. Many researchers have highlighted about non-cognitive skills, such as character skills, personality traits, goals, motivations and preferences which are growing in value. Researches examine the role or personalities, attitudes and mindsets in relation to human and social capital and workplace outcomes. A proactive personality is positively associated with interpersonal help and negatively associated with turnover intention. There are a number of studies that have examined the relationship between psychological capital and employee outcomes (Luthans, Rhee, Luthans and Avey, 2008). It is recommended periodical short training for employees that includes confidence-

building sessions and goal-setting sessions to enhance efficacy, optimism and hope. That dissatisfaction can lead directly to voluntary turnover if the employee has no access to information about ongoing career paths within the organization. The respondents said in one study, they left their job because they were looking new challenges or opportunities that were lacking with their previous employer (Oracle White Paper, 2012).

The cost of employee turnover is widely debated around the world. Many argue that estimated turnover cost is 100%-150% of the incumbent's salary, while others estimates it is around 30% of the incumbent's salary. The entire figure includes advertising the vacancy openings, interviewing, testing, placing and on-boarding new employee. Besides this, the impact on productivity and morale of the existing team and errors during ramping up to competency can be as much as 200% of employee's annual salary (McPherson, 2019). Employee turnover is costly since it involves the costs of losing knowledge and losing investments in employees who left. Retention activities help to organizations to maintain talents and optimize personnel costs (Dess and Shaw, 2001). The employer enjoys the benefit in the long-run- a strong pipeline of employees, filled positions and engaged workforce that leads to lower turnover (CareerBuilder, 2018).

After two years research-based interviews with hundreds of clients, Deloitte University Press suggests new model for engagement for turnover reduction ([Bersin, 2015](#)):

- (1) Meaningful work
- (2) Hands-on management
- (3) Positive work environment
- (4) Growth Opportunity
- (5) Trust in leadership

Turnover often starts with poor selection decision, compounded by inadequate training, insensitive appraisal and inequitable pay (Dessler, 2013). According to GLASSDOOR economic research report, every job transition adds another line to employee resume and it also opens the door to new career challenges and opportunities (Smart and Chamberlain, 2016):

- (1) Promotion
- (2) Better pay
- (3) Fresh start with a new employer
- (4) Move to a new location
- (5) Entry into an entirely new profession

GLASSDOOR researchers extracted from 2007 to 2016 unique 4,592 resumes shared by job seekers and according survey result presented basic facts about career transitions:

- (1) Trend #1: Most employees leave their company when they change jobs. Employees quit current job when they are ready to move on their next job.
- (2) Trend #2: Most employees change jobs frequently: researches explain that many employers review and promote employees based annual cycle and workers leave for a new employer before these annual points.
- (3) Trend #3: Representatives of some industries change jobs far more often. By report the most frequent job changes is in the construction industry, repair and maintenance. Employees in this sectors change job in every 10.6 months on average. For example, most construction work is

seasonal and workers routinely change employers after each project is completed. In public sector roles are more stable.

- (4) Trend #4: When workers change jobs, they usually get a pay raise. Employees change jobs for many reasons. Some are promoted to senior and upper positions or some make horizontal moves into new job functions.
- (5) Trend #5: When workers leave employers, it's usually for better culture. Researchers examined six measures of company culture: overall rating, career opportunities, compensation and benefits, culture and values, work-life balance and quality of senior management.

Statistical analysis reveals three factors that impact on employee retention:

- (1) Company culture
- (2) Employee salary
- (3) Stagnating for a long period in the same job.

Following the example of one of the largest and most popular companies, according to Harvard Business Review (Goler, Gale, Harrington and Grant, 2018) really reason to quit job in Facebook often is to have a horrible boss. Therefore, Facebook tries to select and develop great managers and to receive feedbacks from respondents that they're happy with their managers. Different reasons caused by horrible head:

- (1) Job is not enjoyable
- (2) Employees' strengths are not being used
- (3) Employees' are not growing in their career.

By team leaders' opinion in Facebook, the best manager is always ready to listen to the subordinates. They encourage employees to show strong strengths. When employee has a manager who constantly cares about her/his successful career and happiness, it is incredible to think about leaving the job and working elsewhere.

According to sixth edition of "Human Resource Management" Taylor and his colleagues in 2002 interviewed 200 people who had recently changed employers about why they left their last job (Torrington, Hall and Taylor, 2005).

There are three the most common reasons:

- (1) Dissatisfaction with the conditions of work
- (2) Perception that they were not being given sufficient career development opportunities
- (3) Bad relationship with their immediate supervisor

In Georgia in 2019 interviewed up to 200 people who had recently left employers about why they left last job. Important 5 factors have been identified to avoid employee voluntary turnover:

- (1) Relevant Salary/Compensation for them
- (2) Opportunity for professional growth
- (3) Clearly defined labor conditions
- (4) Knowledge strategies and goals of organization
- (5) Harmonious relationships with supervisor and colleagues.

All Research shows a strong correlation between positive employee experience and high retention rate (EXimpact, 2019). Within the scope of presented research and trends, explored factors that cause employee voluntary turnover has key importance for TOP managers, business owners, HR professionals and individuals interested in stability of human resources around globe. Overall, it is important to study the factors in organizations which originates employee dissatisfaction.

## References:

- Armstrong, M., Taylor, S. (2017). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. 14th Edition, London
- Bersin, J. (2015). Becoming irresistible: A new model for employee engagement. *Deloitte Insight*. Deloitte Review Issue 16. Retrieved 20 February 2020, from <https://www2.deloitte.com/insights/us/en/deloitte-review/issue-16/employee-engagement-strategies.html> Retrieved 8 February 2020
- Bowen, D.E., Siehl, C. (1997). The Future of Human Resource Management: March and Simon (1958) Revisited. *Human Resource Management*, 36 (1), Pp. 57– 63.
- Byrne, Z.S. (2014). *Understanding Employee Engagement*. Routledge, Taylor and Francis Group, New York and London, doi:10.4324/9780203385944
- CareerBuilder (2018). State of recruitment and on-boarding report. 2018 Report. <https://resources.careerbuilder.com/human-capital-management/state-of-recruiting-and-onboarding-report-2018> Retrieved 16 February 2020
- Dess, G.G., Shaw, J.D. (2001). Voluntary Turnover, Social Capital and Organizational Performance. *Academy of Management Review*. Vol. 26, No. 3, Pp. 446-456. University of Kentucky
- Dessler, G. (2013). *Human Resource Management*, 13th Edition. Florida International University, Pearson Education, Inc., publishing
- EXimpact (2019). How to hire & retain the right talent in 2019. Report of HR Metrics & Analytics Summit. The state of people analytics., <https://www.predictiveindex.com/blog/how-talent-optimization-can-help-you-hire-and-retain/> Retrieved 10 February 2020
- Goler, L., Gale, J., Harrington, B., Grant, A. (2018). Why People Really Quit Their Jobs. Harvard Business Review. Retrieved 16 February 2020: <https://hbr.org/2018/01/why-people-really-quit-their-jobs>
- Hom, P.W., Griffeth, R.W. (1991). Structural Equations Modeling Test of a Turnover Theory: Cross-sectional and Longitudinal Analyses. *Journal of Applied Psychology*, 76(3), Pp.350–366. doi:10.1037/0021-9010.76.3.35
- Klinge, C.M. (2015). A Conceptual Framework for Mentoring in a Learning Organization. *Adult Learning*, 26(4), Pp.160–166. doi:10.1177/1045159515594154
- Luthans, F., Rhee, S., Luthans, B.C., Avey, J.B. (2008). Impact of Behavioral Performance Management in a Korean Application. *Leadership & Organization Development Journal*, 29(5), Pp. 427–443. doi:10.1108/01437730810887030
- March, J.G. (1991). Exploration and Exploitation in Organizational Learning. *Informa Institute for Operations Research and Management Sciences*. Pp. 71-87
- McPherson, J. (2019). Using predictive analytics to forecast employee turnover. The tools to tell you who's going to leave, and why? Culture Amp.
- Mowday, R.T., Koberg, Ch.S., McArthur A.W. (1984). The Psychology of the Withdrawal Process: A Cross – Validation Test of Mobley's Intermediate Linkages Model of Turnover in Two Samples. *The Academy of Management Journal* 1, Pp. 79-94
- Moynihhan, L.M., Boswell, W.R., Boudreau, J.W. (2000). The Influence of Job Satisfaction and Organizational Commitment on Executive Withdrawal and Performance. Cornell University, School

of Industrial and Labor Relations, Center for Advanced Human Resource Studies, Pp. 00-16.

Murdoch, D., Stephenson, M., Srivastava, S., Mason, J. (2018). Study focused on challenges in the L&D space. Corporate Learning Report. HR Exchange Network.

Oracle White Paper (2012). Talent Retention: Six Technology-Enabled Best Practices. U.S.A.

Perez, M., Staffelbach, B. (2008). Turnover Intent. Human Resource Management. Diploma Thesis. University of Zurich

Price, J.L., Mueller, C.W. (1981). A Causal Model of Turnover for Nurses. *The Academy of Management Journal* 3, pp.543-565.

Schneider, B. (1987). The People Make the Place. Department of Psychology, University of Maryland, College Park, MD 20742.

Smart, M., Chamberlain, A. (2016). Why Do Workers Quit? The Factors that Predict Employee Turnover. Glassdoor Economic Research. Retrieved 02 February 2020, from [https://www.glassdoor.com/research/app/uploads/sites/2/2017/02/WhyDoWorkersQuit\\_Glassdoor.pdf](https://www.glassdoor.com/research/app/uploads/sites/2/2017/02/WhyDoWorkersQuit_Glassdoor.pdf)

Torrington, D., Hall, L., Taylor, S. (2005). Sixth edition of Human Resource Management, Pearson Education Limited

Wanous, J.P., Poland, T.D., Premack, S.L., Davis, K.S. (1992). The Effects of Met Expectations on Newcomer Attitudes and Behaviors: Review and Meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, VOL 77(3), 288–297. doi:10.1037/0021-9010.77.3.288

ZOHO People (2018). How to take your business forward with people analytics. A guide to the what, why and how of analytics in human resources. <https://www.hrexchangenetwork.com/people-analytics/whitepapers/how-to-take-your-businesses-forward-with-people-analytics> Retrieved 14 February 2020

Anna Menagharishvili

PhD student at Tbilisi State University, Applied Social Psychology, Invited lecturer  
at International University of Communication and Management “Alterbridge”

James Monogan, the Professor of the University of Georgia was a supervisor during the preparation of the article. The paper uses complex statistical analysis

## **Georgians' Political Knowledge and Attitudes towards the West and Russia**

### **Abstract**

This paper considers the effect that knowledge has on Georgians' attitudes about foreign policy alliances. Georgia's current political course is directed towards the West and NATO membership. However, due to the difficult historical past, the Georgian population may have different wishes and expectations, and many might want to get closer to Russia. This article shows exactly whether the Georgian political course and the expectations of the population coincide with each other, and to what degree the most knowledgeable citizens of Georgia agree with the view of elites.

*Key Words: Political knowledge, Political attitudes, Political allays*

### **Introduction**

The political landscape of Georgia, a country nested between Turkey and Russia, has drastically changed since the dissolution of the Soviet Union, constituent part of which it was. The declaration of independence in 1991 marked the transition of the country from Soviet rule to democratic governance. With little experience of independent statehood, Georgia quickly became a transitional country. This transition period can be described as "democratizing backwards," which refers to a situation in which democratic institutions exist but were created before the rule of law and civil society (Rose & Shin, 2001). Now Georgia had to forget its totalitarian past and become a democratically-minded country. After the collapse of the Soviet Union, almost no one thought the process of transition to democracy would be such a difficult, long and painful one.

As Georgia is forging its own path, one of the main issues it faces is with which countries should it form international alliances? Georgia has a difficult geographical location and neighborhood because it represents the corridor between Europe and Asia, which is the reason why it is important to see which path Georgia will follow. With regard to economic and security relations, a natural path would be to ally more closely with Russia, which was the leading power in the Soviet Union. The other is to turn to the West for international alliances--reaching out to the United States or, more likely, the more proximate European Union (EU). Georgia's leadership has largely focused on allying with the West. But what does the mass public think about this issue?

## **Political Knowledge and Political Attitudes**

On foreign relations or any issue, why is political knowledge so important to public opinion? According to numerous studies, citizens who know a vast amount of information are considered to be central players in democratic theory and this is a crucial element of democracy (Dahl, 1971). Political scientists like Almond and Verba (1963) mention that civic competencies and abilities are important for democracy. Citizens should have some knowledge about general politics in order to be able to exercise their power through elections or other democratic means.

There have been serious debates among scholars about what the concept of political knowledge means; it is hard to define and also hard to measure. Delli Carpini and Keeter define political knowledge as “the range of factual information about politics that is stored in long-term memory” (Carpini, Keeter 1991, 10).

Politically knowledgeable people seem to engage differently in thinking about and doing politics than less knowledgeable people. Their cognitive abilities function differently in the processing of information. Research has shown that political knowledge is linked to more politically stable opinions, more to left wing opinions than to right-wing ones, and unwillingness to accept irrelevant and propagandistic information.

In terms of how people form attitudes, John Zaller (1992) argues that opinions are based on the information they process, which they both have to receive and accept as valid. As they hear this information, people form "considerations" in response to elite discourse in the mass media. This discourse consists of multiple, frequently conflicting streams of persuasive messages. In fact these processes require cognitive and intellectual engagement.

### **Context of the Issue: The Choice between Russia and the West**

Before considering how citizens choose their preference between Russia and the West, it is essential to consider the recent history of Georgian foreign relations, with particular attention to the relationship with Russia. Georgia has a difficult geopolitical location. Its relationship to Russia has been historically very complicated.

Due to major events that have happened in the country (Georgia has faced civil war and wars with Russia), establishing civil society was further delayed. Unlike Western countries, in post-Soviet countries there are not only social and economic differences, but the perceptions and behaviors of people are different (Pietrzyk-Reeves, 2008; Howard, 2003; Rose & Shin, 2001; Makarovic et al., 2008). Other researchers indicate that in former Soviet countries the population is cynical and apathetic (Howard, 2003; Rose & Shin, 2001). People exhibit low levels of trust in state institutions, and they are less involved in volunteer activities. People have difficulty in reducing post-communist thinking and exercising the liberties offered by a democratic regime, such as active participation in the decision making process and taking democratic responsibilities. Of course, no society is merely in the role of recipient of various resources from the states. Political processes and participation in politics largely depend on the relationship between people and the state. Post-Soviet citizens' attitudes on state decisions often include political distrust, misunderstanding, and apathy. The same pattern applies to the Georgian population.

In the context of these complexities and challenges, today's Georgian political course is strongly directed towards the West and seeking to join the European Union. Is the Georgian public



following the politicians' lead on this issue? How does opinion vary among Georgian citizens and what might that mean for long-term support of the pro-Western foreign policy?

### **Hypotheses**

Overall, Georgian citizens with higher political knowledge should be more favorable towards the EU and the West, as well as less favorable towards Russia, than citizens who are less politically knowledgeable. These effects will be more pronounced for citizens who do not primarily speak Russian. Among those who are fluent in Russian, however, the effects will be reversed: citizens with higher political knowledge should be less favorable towards the EU and the West, as well as more favorable towards Russia, than citizens who are less politically knowledgeable.

### **Data**

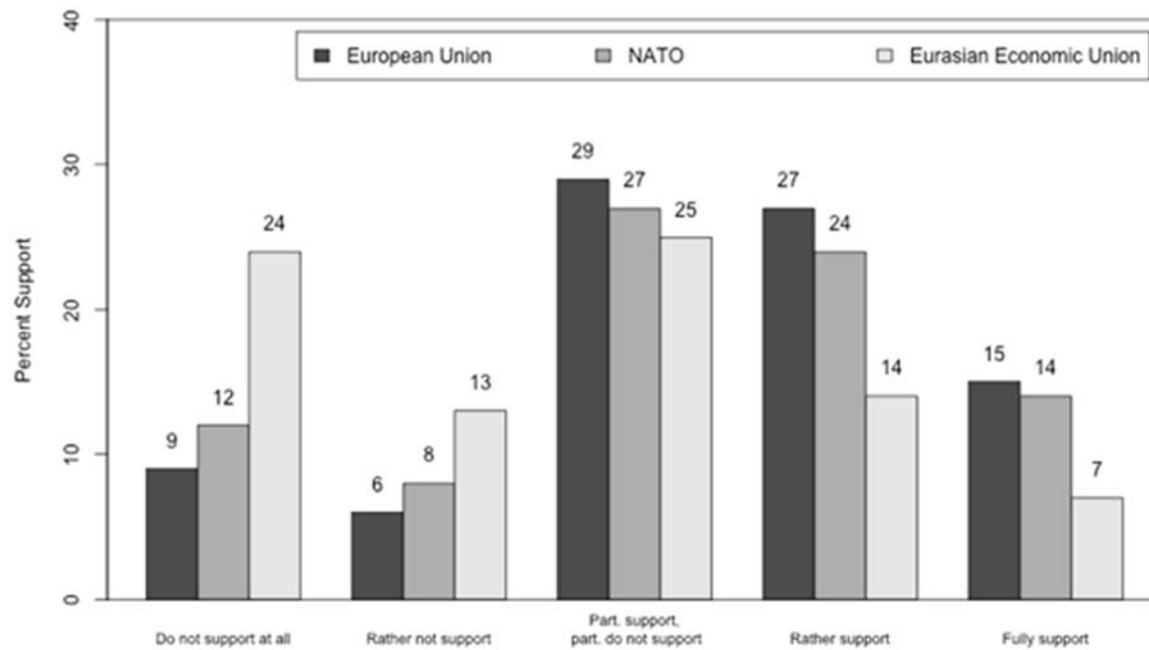
I analyze the Caucasus Barometer Survey (2017), which is mostly about socio-economic issues and political attitudes. This survey recruited respondents using multi-stage cluster sampling with preliminary stratification. 2,379 residents of Georgia took part in the survey, out of which 54% were women, and 46% were males. 45% of respondents live in the rural areas of Georgia, 29% in the urban areas, and 27% in the capital city. The age distribution of individuals participating in the study is as follows: 18 to 35 years was 33%, 36 to 55 years was 34%, and 56+ was 33%. As for ethnic groups, the majority of the survey participants were Georgian at 84%, 9% were ethnic Azerbaijani, 5% ethnic Armenians, and the remaining 2% were from another Caucasian ethnicity (including Russian).

I measure my primary predictor, which is the knowledge of the respondents about social, political and economic issues with the following question: interviewers were asked how often did they feel that respondents did not understand the questions asked: 42% of respondents were described as never misunderstanding what was asked (and hence understanding all questions), 33% of respondents were only confused for 10 or fewer questions, 18% of respondents were described as being confused some questions but not that many (10-20 questions), 5% of respondents were described as misunderstanding many questions but still understanding a majority of what was asked, and only 1% of respondents were described as being confused throughout most of the interview.

As a potential conditioning variable, the effect of knowledge might be linked to language barriers. After the Soviet Union collapsed, the Russian language and Russian propaganda are still ways that Russia has had a huge influence on the Georgian population. In this survey, 48% of the respondents have an intermediate knowledge of Russian, 23% are advanced in Russian, and only 8% of the survey participants do not have basic knowledge of Russian language. This variable may moderate the effect of knowledge on attitudes.

For my primary dependent variables, I am interested in what the Georgian population actually thinks about to whom the country should establish close international relations. Respondents were asked to what extent they would support country's membership in the European Union, in NATO, and in the Eurasian Economic Union led by Russia. Please see Figure 1 for an overview of these three questions.

**Figure 1: Overall Support for Alliances with Western and with Russian-Aligned Institutions**



As we can see in Figure 1, a plurality of the respondents (29%, 27% and 25%) in all three cases partially support and partially do not support the membership in those unions, which might mean that they do not have enough information and knowledge to have a strong opinion about the stated issues. The options of "rather support" and "fully support" are much more popular for the European Union and NATO than they are for the Eurasian Economic Union. Hence, we can see that overall levels of support for Western alliances are higher among Georgians than for a Russian-oriented alliance. But does political knowledge affect whether a respondent is higher in support for the EU, NATO, or the Eurasian Economic Union? I turn to regression analysis to test this idea.

## Analysis

In order to understand which factors have a strong influence on supporting joining each of these three organizations (the European Union, NATO, and the Eurasian Economic Union), I have run a multiple linear regression model of each. The main predictor in each model is how unknowledgeable or confused the interviewer thought the respondent was (which is the opposite of being knowledgeable). Confusion is interacted with knowledge of the Russian language in each model. Age in years and ethnicity (coded as a dummy for Georgian ethnicity) are two more control variables.

**Table 1: Linear Regression of Support for EU Membership (5-Point Scale)**

Parameter	Estimate	Std. Error	t value	Pr (> t )
Intercept	4.1670	0.2384	17.47	0.000
Confusion	-0.0826	0.0987	-0.83	0.403
Know Russian	0.0061	0.0694	0.88	0.930
Age	-0.0100	0.0014	-7.30	0.0000
Georgian ethnicity	0.0208	0.0811	0.26	0.798

<b>Confusion*Know Russian</b>	-0.0274	0.0332	-0.85	0.409
-------------------------------	---------	--------	-------	-------

Notes: N=2,037. R<sup>2</sup>=0.0456.

Table 1 shows the model of support for Georgia's becoming a member of the European Union. The effect of confusion is not significant, nor is the interaction of confusion with knowledge of Russian. This means that despite the fact that many in the Georgian population might know the Russian language well, language does not seem to affect opinions about establishing closer relationships with European Union. The effect of age, as I expected, is negative and statistically significant. This result means that younger people realize that real threats for Georgia are coming from Russia, and we need to look to the West for alliances. The effect of ethnicity is not significant, which means that whether or not a respondent is ethnically Georgian, holding all other factors constant, there are not differences in EU support.

**Table 2: Linear Regression of Support for NATO Membership (5-Point Scale)**

<b>Parameter</b>	<b>Estimate</b>	<b>Std. Error</b>	<b>t value</b>	<b>Pr (&gt; t )</b>
<b>Intercept</b>	4.2816	0.2620	16.33	0.0028
<b>Confusion</b>	-0.3225	0.1080	-2.98	0.0028
<b>Know Russian</b>	-0.1762	0.0760	-2.17	0.0206
<b>Age</b>	-0.0110	0.0045	-7.39	0.0000
<b>Georgian ethnicity</b>	0.2856	0.0905	3.15	0.001
<b>Confusion*Know Russian</b>	0.0714	0.0364	1.95	0.0503

Notes: N=2,021. R<sup>2</sup>=0.0447.

Table 2 shows the model of support for Georgia's becoming a member of NATO. The effect of confusion is negative and significant, which is exactly what I hypothesized. The more knowledge someone has, the more likely he or she is to support Georgia's joining NATO. Additionally, the interaction of confusion with knowledge of Russian is positive and significant, which is also what I hypothesized: This means that the effect of knowledge is weaker among Georgian citizens who know Russian well. As those who are fluent in Russian become more politically knowledgeable, there is less change in support for Georgia's building strong relations with a military union like NATO. Meanwhile, the main effect of knowing the Russian language itself presents the result for a respondent who shows no survey confusion. This coefficient is negative and significant, which means that those who are better at speaking Russian are less likely to support NATO membership, on average and all else equal. The effect of age is negative and statistically significant which again is what I expected: the younger generation is more supportive towards allying with NATO. The effect of ethnicity is positive and significant which highlights the fact that ethnic Georgians are against the Russian occupation and prefer to cope with the military aggression with the support of a strong union like NATO.

**Table 3: Linear Regression of Support for Eurasian Economic Union Membership (5-Point Scale)**

Parameter	Estimate	Std. Error	t value	Pr (> t )
Intercept	2.5749	0.2641	9.74	0.0000
Confusion	0.2078	0.1099	1.89	0.0589
Know Russian	0.0416	0.0774	0.53	0.5914
Age	0.0077	0.0015	5.08	0.0000
Georgian ethnicity	-0.2476	0.0462	-5.36	0.0000
Confusion*Know Russian	-0.0068	0.0371	-0.18	0.8540

Notes: N=1,920. R<sup>2</sup>=0.0638.

Table 3 shows the model of support for Georgia's becoming a member of the Eurasian Economic Union. The effect of confusion is positive and significant, which is what I hypothesized - the more knowledge someone holds the less likely she or he is to support Georgia's joining a union like the Eurasian Economic Union, on average and all else equal. However, the interaction of confusion with knowledge of Russian is not significant. The effect of age is positive and significant which is exactly what I expected: the older a citizen is the more likely he or she is to support joining EEU on average and all else equal. The effect of ethnicity is negative and significant which I hypothesized: if a person is ethnic Georgian he or she is less likely to support Georgia's joining EEU on average and all else equal.

### Conclusion

In this paper I have shown that more knowledgeable Georgians are more likely to support NATO membership and less likely to support EEU membership. For NATO, this effect is conditioned by the person's Russian language ability. My findings are relevant for state representatives in order to better understand how citizens form their attitudes and whether they support state foreign policy. My findings are relevant for interested officials from the West in order to better analyze whom Russian propaganda can reach. On questions related to economic alliances like the EU or EEU, there appears to be little effect that Russian propaganda can have. For military questions, as would be seen in the study of which respondents want to join NATO, however, knowledge and the language people learn from is important.

### References:

- Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton, N.J: Princeton University Press
- Caucasus Research Resource Centers. (2017). "Caucasus Barometer". Retrieved from <http://www.crrccenters.org/caucasusbarometer/>. Last seen 25/11/2019
- Dahl, R. (1971). *Polyarchy: Participation and Opposition*. Yale University Press
- Carpini D., M. X., and Keeter S. (1991). "Stability and Change in the U.S. Public's Knowledge of Politics." *Public Opinion Quarterly* 55:583-612

Howard, M. (2003). Civil Society and Democratization. *In The Weakness of Civil Society in Post-Communist Europe*, P.31-56. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10/1017/CB09780511840012.004

Makarovic et al., (2008). [The European Patterns of Political Participation Towards the Issue of Convergence](#). School of Social Studies

Pietrzyk-Reeves, D. (2008). Weak Civic Engagement? Post-Communist Participation and democratic Consolidation. *Polish Sociological Review*, P. 73-87

Rose, R., & Shin, D. (2001). Democratization Backwards: The Problem of Third-Wave Democracies. *British Journal of Political Science*, 31(2), P. 331-335

Zaller, J. R. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press

## Appendix

### List of the variables used in the article

- P22. Using a scale of 1 to 5, where code “1” means no support and code “5” means your full support, to what extent would you support /country’s/ membership in NATO? [NATOSUPP]

Don’s support at all	1
Rather not support	2
Partially support, partially don’t support	3
Rather support	4
Fully Support	5
(Don’t know)	-1
(Refuse to answer)	-2

- P25. Using a scale of 1 to 5, where code “1” means no support and code “5” means your full support, to what extent would you support /country’s/ membership in European Union? [EUSUPP].

Don’s support at all	1
Rather not support	2
Partially support, partially don’t support	3
Rather support	4
Fully Support	5
(Don’t know)	-1
(Refuse to answer)	-2

- P28\_GEO. Using a scale of 1 to 5, where code “1” means no support and code “5” means your full support, to what extent would you support Georgia’s membership in Eurasian Economic Union led by the Russian Federation? [EEUSUPNG].

Don's support at all	1
Rather not support	2
Partially support, partially don't support	3
Rather support	4
Fully Support	5
<i>(Don't know)</i>	-1
<i>(Refuse to answer)</i>	-2

- D7. Please tell me which one of these levels best describes your ability in the following:

	No basic knowledge	Beginner	Intermediate	Advanced	<i>(Don't know)</i>	<i>(Refused to answer)</i>
Russian Language [KNOWRUS]	1	2	3	4	-1	-2
English Language [KNOWENG]	1	2	3	4	-1	-2
Other foreign language except, English or Russian [KNOWOTH]	1	2	3	4	-1	-2
Computer (Microsoft Office programs, <u>excluding</u> games) [COMPABL]	1	2	3	4	-1	-2

- W3. How often did you feel that the respondent did not understand the questions you asked? [FRQUNDST]

Never. 1

Just for a few questions (fewer than ten). 2

For some questions, but not that many (approximately between 10 and 20 questions). 3

For a substantial number of questions, but less than half the interview. 4

Throughout most of the interview, or through the entire interview. 5

- D9. Which of the following do you do most frequently when you are browsing the Internet? Please name three most frequent activities.

	<i>(Don't Know)</i>	-1
	<i>(Refuse to answer)</i>	-2
1	Receive / send emails [INTACEM]	
2	Use Skype for instant messaging and for calls [INTASKY]	
3	Use Facebook [INTACFB]	
4	Use social networking site(s) other than Facebook (e.g. Odnoklassniki, MySpace, Google+, etc.) [INTACSN]	

5	Engage in forum discussions [INTACFD]	
6	Write a blog / read other's blogs [INTACBL]	
7	Search for information (Google, Wiki, etc.) [INTACIN]	
8	Shop [INTACSH]	
9	Read, listen to or watch the news, including watching online TV, <b>apart</b> from news on social networking sites [INTACNW]	
10	Download / Listen to / Watch music/videos/movies [INTACEN]	
11	Play online games, except gambling [INTAGAME]	
12	Gamble, bet [INTABET]	
13	Visit dating websites [INTACDW]	
14	Other [INTACOT]	

Anna Menagharishvili

PhD student at Tbilisi State University, Applied Social Psychology, Invited lecturer  
at International University of Communication and Management “Alterbridge”

James Monogan, the Professor of the University of Georgia was a supervisor during the preparation of the article. The paper uses complex statistical analysis

## **Georgians' Political Knowledge and Attitudes towards the West and Russia**

### **Abstract**

This paper considers the effect that knowledge has on Georgians' attitudes about foreign policy alliances. Georgia's current political course is directed towards the West and NATO membership. However, due to the difficult historical past, the Georgian population may have different wishes and expectations, and many might want to get closer to Russia. This article shows exactly whether the Georgian political course and the expectations of the population coincide with each other, and to what degree the most knowledgeable citizens of Georgia agree with the view of elites.

*Key Words: Political knowledge, Political attitudes, Political allays*

### **Introduction**

The political landscape of Georgia, a country nested between Turkey and Russia, has drastically changed since the dissolution of the Soviet Union, constituent part of which it was. The declaration of independence in 1991 marked the transition of the country from Soviet rule to democratic governance. With little experience of independent statehood, Georgia quickly became a transitional country. This transition period can be described as "democratizing backwards," which refers to a situation in which democratic institutions exist but were created before the rule of law and civil society (Rose & Shin, 2001). Now Georgia had to forget its totalitarian past and become a democratically-minded country. After the collapse of the Soviet Union, almost no one thought the process of transition to democracy would be such a difficult, long and painful one.

As Georgia is forging its own path, one of the main issues it faces is with which countries should it form international alliances? Georgia has a difficult geographical location and neighborhood because it represents the corridor between Europe and Asia, which is the reason why it is important to see which path Georgia will follow. With regard to economic and security relations, a natural path would be to ally more closely with Russia, which was the leading power in the Soviet Union. The other is to turn to the West for international alliances--reaching out to the United States or, more likely, the more proximate European Union (EU). Georgia's leadership has largely focused on allying with the West. But what does the mass public think about this issue?



## **Political Knowledge and Political Attitudes**

On foreign relations or any issue, why is political knowledge so important to public opinion? According to numerous studies, citizens who know a vast amount of information are considered to be central players in democratic theory and this is a crucial element of democracy (Dahl, 1971). Political scientists like Almond and Verba (1963) mention that civic competencies and abilities are important for democracy. Citizens should have some knowledge about general politics in order to be able to exercise their power through elections or other democratic means.

There have been serious debates among scholars about what the concept of political knowledge means; it is hard to define and also hard to measure. Delli Carpini and Keeter define political knowledge as “the range of factual information about politics that is stored in long-term memory” (Carpini, Keeter 1991, 10).

Politically knowledgeable people seem to engage differently in thinking about and doing politics than less knowledgeable people. Their cognitive abilities function differently in the processing of information. Research has shown that political knowledge is linked to more politically stable opinions, more to left wing opinions than to right-wing ones, and unwillingness to accept irrelevant and propagandistic information.

In terms of how people form attitudes, John Zaller (1992) argues that opinions are based on the information they process, which they both have to receive and accept as valid. As they hear this information, people form "considerations" in response to elite discourse in the mass media. This discourse consists of multiple, frequently conflicting streams of persuasive messages. In fact these processes require cognitive and intellectual engagement.

### **Context of the Issue: The Choice between Russia and the West**

Before considering how citizens choose their preference between Russia and the West, it is essential to consider the recent history of Georgian foreign relations, with particular attention to the relationship with Russia. Georgia has a difficult geopolitical location. Its relationship to Russia has been historically very complicated.

Due to major events that have happened in the country (Georgia has faced civil war and wars with Russia), establishing civil society was further delayed. Unlike Western countries, in post-Soviet countries there are not only social and economic differences, but the perceptions and behaviors of people are different (Pietrzyk-Reeves, 2008; Howard, 2003; Rose & Shin, 2001; Makarovic et al., 2008). Other researchers indicate that in former Soviet countries the population is cynical and apathetic (Howard, 2003; Rose & Shin, 2001). People exhibit low levels of trust in state institutions, and they are less involved in volunteer activities. People have difficulty in reducing post-communist thinking and exercising the liberties offered by a democratic regime, such as active participation in the decision making process and taking democratic responsibilities. Of course, no society is merely in the role of recipient of various resources from the states. Political processes and participation in politics largely depend on the relationship between people and the state. Post-Soviet citizens' attitudes on state decisions often include political distrust, misunderstanding, and apathy. The same pattern applies to the Georgian population.

In the context of these complexities and challenges, today's Georgian political course is strongly directed towards the West and seeking to join the European Union. Is the Georgian public

following the politicians' lead on this issue? How does opinion vary among Georgian citizens and what might that mean for long-term support of the pro-Western foreign policy?

### **Hypotheses**

Overall, Georgian citizens with higher political knowledge should be more favorable towards the EU and the West, as well as less favorable towards Russia, than citizens who are less politically knowledgeable. These effects will be more pronounced for citizens who do not primarily speak Russian. Among those who are fluent in Russian, however, the effects will be reversed: citizens with higher political knowledge should be less favorable towards the EU and the West, as well as more favorable towards Russia, than citizens who are less politically knowledgeable.

### **Data**

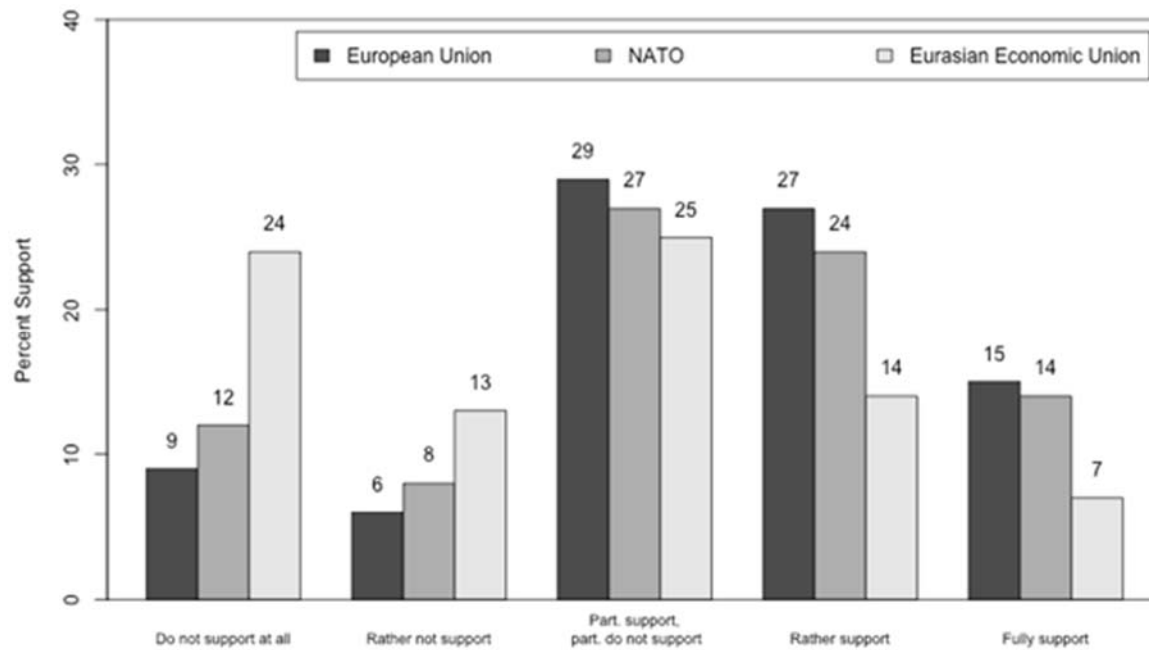
I analyze the Caucasus Barometer Survey (2017), which is mostly about socio-economic issues and political attitudes. This survey recruited respondents using multi-stage cluster sampling with preliminary stratification. 2,379 residents of Georgia took part in the survey, out of which 54% were women, and 46% were males. 45% of respondents live in the rural areas of Georgia, 29% in the urban areas, and 27% in the capital city. The age distribution of individuals participating in the study is as follows: 18 to 35 years was 33%, 36 to 55 years was 34%, and 56+ was 33%. As for ethnic groups, the majority of the survey participants were Georgian at 84%, 9% were ethnic Azerbaijani, 5% ethnic Armenians, and the remaining 2% were from another Caucasian ethnicity (including Russian).

I measure my primary predictor, which is the knowledge of the respondents about social, political and economic issues with the following question: interviewers were asked how often did they feel that respondents did not understand the questions asked: 42% of respondents were described as never misunderstanding what was asked (and hence understanding all questions), 33% of respondents were only confused for 10 or fewer questions, 18% of respondents were described as being confused some questions but not that many (10-20 questions), 5% of respondents were described as misunderstanding many questions but still understanding a majority of what was asked, and only 1% of respondents were described as being confused throughout most of the interview.

As a potential conditioning variable, the effect of knowledge might be linked to language barriers. After the Soviet Union collapsed, the Russian language and Russian propaganda are still ways that Russia has had a huge influence on the Georgian population. In this survey, 48% of the respondents have an intermediate knowledge of Russian, 23% are advanced in Russian, and only 8% of the survey participants do not have basic knowledge of Russian language. This variable may moderate the effect of knowledge on attitudes.

For my primary dependent variables, I am interested in what the Georgian population actually thinks about to whom the country should establish close international relations. Respondents were asked to what extent they would support country's membership in the European Union, in NATO, and in the Eurasian Economic Union led by Russia. Please see Figure 1 for an overview of these three questions.

**Figure 1: Overall Support for Alliances with Western and with Russian-Aligned Institutions**



As we can see in Figure 1, a plurality of the respondents (29%, 27% and 25%) in all three cases partially support and partially do not support the membership in those unions, which might mean that they do not have enough information and knowledge to have a strong opinion about the stated issues. The options of "rather support" and "fully support" are much more popular for the European Union and NATO than they are for the Eurasian Economic Union. Hence, we can see that overall levels of support for Western alliances are higher among Georgians than for a Russian-oriented alliance. But does political knowledge affect whether a respondent is higher in support for the EU, NATO, or the Eurasian Economic Union? I turn to regression analysis to test this idea.

## Analysis

In order to understand which factors have a strong influence on supporting joining each of these three organizations (the European Union, NATO, and the Eurasian Economic Union), I have run a multiple linear regression model of each. The main predictor in each model is how unknowledgeable or confused the interviewer thought the respondent was (which is the opposite of being knowledgeable). Confusion is interacted with knowledge of the Russian language in each model. Age in years and ethnicity (coded as a dummy for Georgian ethnicity) are two more control variables.

**Table 1: Linear Regression of Support for EU Membership (5-Point Scale)**

Parameter	Estimate	Std. Error	t value	Pr (> t )
Intercept	4.1670	0.2384	17.47	0.000
Confusion	-0.0826	0.0987	-0.83	0.403
Know Russian	0.0061	0.0694	0.88	0.930
Age	-0.0100	0.0014	-7.30	0.0000
Georgian ethnicity	0.0208	0.0811	0.26	0.798

<b>Confusion*Know Russian</b>	-0.0274	0.0332	-0.85	0.409
-------------------------------	---------	--------	-------	-------

Notes: N=2,037. R<sup>2</sup>=0.0456.

Table 1 shows the model of support for Georgia's becoming a member of the European Union. The effect of confusion is not significant, nor is the interaction of confusion with knowledge of Russian. This means that despite the fact that many in the Georgian population might know the Russian language well, language does not seem to affect opinions about establishing closer relationships with European Union. The effect of age, as I expected, is negative and statistically significant. This result means that younger people realize that real threats for Georgia are coming from Russia, and we need to look to the West for alliances. The effect of ethnicity is not significant, which means that whether or not a respondent is ethnically Georgian, holding all other factors constant, there are not differences in EU support.

**Table 2: Linear Regression of Support for NATO Membership (5-Point Scale)**

<b>Parameter</b>	<b>Estimate</b>	<b>Std. Error</b>	<b>t value</b>	<b>Pr (&gt; t )</b>
<b>Intercept</b>	4.2816	0.2620	16.33	0.0028
<b>Confusion</b>	-0.3225	0.1080	-2.98	0.0028
<b>Know Russian</b>	-0.1762	0.0760	-2.17	0.0206
<b>Age</b>	-0.0110	0.0045	-7.39	0.0000
<b>Georgian ethnicity</b>	0.2856	0.0905	3.15	0.001
<b>Confusion*Know Russian</b>	0.0714	0.0364	1.95	0.0503

Notes: N=2,021. R<sup>2</sup>=0.0447.

Table 2 shows the model of support for Georgia's becoming a member of NATO. The effect of confusion is negative and significant, which is exactly what I hypothesized. The more knowledge someone has, the more likely he or she is to support Georgia's joining NATO. Additionally, the interaction of confusion with knowledge of Russian is positive and significant, which is also what I hypothesized: This means that the effect of knowledge is weaker among Georgian citizens who know Russian well. As those who are fluent in Russian become more politically knowledgeable, there is less change in support for Georgia's building strong relations with a military union like NATO. Meanwhile, the main effect of knowing the Russian language itself presents the result for a respondent who shows no survey confusion. This coefficient is negative and significant, which means that those who are better at speaking Russian are less likely to support NATO membership, on average and all else equal. The effect of age is negative and statistically significant which again is what I expected: the younger generation is more supportive towards allying with NATO. The effect of ethnicity is positive and significant which highlights the fact that ethnic Georgians are against the Russian occupation and prefer to cope with the military aggression with the support of a strong union like NATO.

**Table 3: Linear Regression of Support for Eurasian Economic Union Membership (5-Point Scale)**

Parameter	Estimate	Std. Error	t value	Pr (> t )
Intercept	2.5749	0.2641	9.74	0.0000
Confusion	0.2078	0.1099	1.89	0.0589
Know Russian	0.0416	0.0774	0.53	0.5914
Age	0.0077	0.0015	5.08	0.0000
Georgian ethnicity	-0.2476	0.0462	-5.36	0.0000
Confusion*Know Russian	-0.0068	0.0371	-0.18	0.8540

Notes: N=1,920. R<sup>2</sup>=0.0638.

Table 3 shows the model of support for Georgia's becoming a member of the Eurasian Economic Union. The effect of confusion is positive and significant, which is what I hypothesized - the more knowledge someone holds the less likely she or he is to support Georgia's joining a union like the Eurasian Economic Union, on average and all else equal. However, the interaction of confusion with knowledge of Russian is not significant. The effect of age is positive and significant which is exactly what I expected: the older a citizen is the more likely he or she is to support joining EEU on average and all else equal. The effect of ethnicity is negative and significant which I hypothesized: if a person is ethnic Georgian he or she is less likely to support Georgia's joining EEU on average and all else equal.

### Conclusion

In this paper I have shown that more knowledgeable Georgians are more likely to support NATO membership and less likely to support EEU membership. For NATO, this effect is conditioned by the person's Russian language ability. My findings are relevant for state representatives in order to better understand how citizens form their attitudes and whether they support state foreign policy. My findings are relevant for interested officials from the West in order to better analyze whom Russian propaganda can reach. On questions related to economic alliances like the EU or EEU, there appears to be little effect that Russian propaganda can have. For military questions, as would be seen in the study of which respondents want to join NATO, however, knowledge and the language people learn from is important.

### References:

- Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton, N.J: Princeton University Press
- Caucasus Research Resource Centers. (2017). "Caucasus Barometer". Retrieved from <http://www.crrccenters.org/caucasusbarometer/>. Last seen 25/11/2019
- Dahl, R. (1971). *Polyarchy: Participation and Opposition*. Yale University Press
- Carpini D., M. X., and Keeter S. (1991). "Stability and Change in the U.S. Public's Knowledge of Politics." *Public Opinion Quarterly* 55:583-612

Howard, M. (2003). Civil Society and Democratization. *In The Weakness of Civil Society in Post-Communist Europe*, P.31-56. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10/1017/CB09780511840012.004

Makarovic et al., (2008). [The European Patterns of Political Participation Towards the Issue of Convergence](#). School of Social Studies

Pietrzyk-Reeves, D. (2008). Weak Civic Engagement? Post-Communist Participation and democratic Consolidation. *Polish Sociological Review*, P. 73-87

Rose, R., & Shin, D. (2001). Democratization Backwards: The Problem of Third-Wave Democracies. *British Journal of Political Science*, 31(2), P. 331-335

Zaller, J. R. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press

## Appendix

### List of the variables used in the article

- P22. Using a scale of 1 to 5, where code “1” means no support and code “5” means your full support, to what extent would you support /country’s/ membership in NATO? [NATOSUPP]

Don’s support at all	1
Rather not support	2
Partially support, partially don’t support	3
Rather support	4
Fully Support	5
(Don’t know)	-1
(Refuse to answer)	-2

- P25. Using a scale of 1 to 5, where code “1” means no support and code “5” means your full support, to what extent would you support /country’s/ membership in European Union? [EUSUPP].

Don’s support at all	1
Rather not support	2
Partially support, partially don’t support	3
Rather support	4
Fully Support	5
(Don’t know)	-1
(Refuse to answer)	-2

- P28\_GEO. Using a scale of 1 to 5, where code “1” means no support and code “5” means your full support, to what extent would you support Georgia’s membership in Eurasian Economic Union led by the Russian Federation? [EEUSUPNG].

Don's support at all	1
Rather not support	2
Partially support, partially don't support	3
Rather support	4
Fully Support	5
<i>(Don't know)</i>	-1
<i>(Refuse to answer)</i>	-2

- D7. Please tell me which one of these levels best describes your ability in the following:

	No basic knowledge	Beginner	Intermediate	Advanced	<i>(Don't know)</i>	<i>(Refused to answer)</i>
Russian Language [KNOWRUS]	1	2	3	4	-1	-2
English Language [KNOWENG]	1	2	3	4	-1	-2
Other foreign language except, English or Russian [KNOWOTH]	1	2	3	4	-1	-2
Computer (Microsoft Office programs, <u>excluding</u> games) [COMPABL]	1	2	3	4	-1	-2

- W3. How often did you feel that the respondent did not understand the questions you asked? [FRQUNDST]

Never. 1

Just for a few questions (fewer than ten). 2

For some questions, but not that many (approximately between 10 and 20 questions). 3

For a substantial number of questions, but less than half the interview. 4

Throughout most of the interview, or through the entire interview. 5

- D9. Which of the following do you do most frequently when you are browsing the Internet? Please name three most frequent activities.

	<i>(Don't Know)</i>	-1
	<i>(Refuse to answer)</i>	-2
1	Receive / send emails [INTACEM]	
2	Use Skype for instant messaging and for calls [INTASKY]	
3	Use Facebook [INTACFB]	
4	Use social networking site(s) other than Facebook (e.g. Odnoklassniki, MySpace, Google+, etc.) [INTACSN]	

5	Engage in forum discussions [INTACFD]	
6	Write a blog / read other's blogs [INTACBL]	
7	Search for information (Google, Wiki, etc.) [INTACIN]	
8	Shop [INTACSH]	
9	Read, listen to or watch the news, including watching online TV, <b>apart</b> from news on social networking sites [INTACNW]	
10	Download / Listen to / Watch music/videos/movies [INTACEN]	
11	Play online games, except gambling [INTAGAME]	
12	Gamble, bet [INTABET]	
13	Visit dating websites [INTACDW]	
14	Other [INTACOT]	



თეონა გუბიანური

კლინიკური ფსიქოლოგიის მაგისტრი

მოწვეული ლექტორი, მართვისა და კომუნიკაციის საერთაშორისო სასწავლო  
უნივერსიტეტი „ალტერბრიჯი“

## ადამიანის მიერ ტკივილის შეფასებაზე ტკივილის მოლოდინისა და სიტუაციური შფოთვის გავლენა

*დიდ მადლობას ვუხდით პროფესორებს, ირმა ხაჩიძესა და მალხაზ მაცაშვილს გაწეული  
დახმარებისთვის*

### Abstract

A person's sensitivity to pain is less when he/she is expecting a painful irritation, or has an experience of a similar feeling, otherwise the feeling of pain intensifies. Present paper examines whether the time duration of pain expectation affects pain assessment, whether pain assessment depends on the level of situational anxiety, and which brain structures are involved in the formulation of pain sensation. Questionnaires were used to assess the level of situational anxiety as well as the level of pain after the delivery of painful stimulus, EEG was recorded in three conditions: 1. When participant was forewarned about the pain expected in 10 min. 2. Delivery of pain immediately after warning, and 3. When painful stimulus was delivered without warning. Quantitative data from the study were processed by the program SPSS, and the qualitative side through brain mapping method. The data obtained suggest warning in advance to minimize the sensitivity to pain as compared to the delivery of pain immediately after warning or without warning. Presumably, activation of the hypothalamic-pituitary-adrenal axis in coordination with prefrontal cortex exerts an analgesic effect during pain expectation. The level of situational anxiety was found having no effect on pain assessment.

*საკვანძო სიტყვები: ტკივილი, მოლოდინი, შფოთვა, ელექტროენცეფალოგრამა (ეეგ)*

*აბრევიატურების ჩამონათვალი: ეეგ- ელექტროენცეფალოგრაფია; ჰა- ჰიპოთალამურ-  
ჰიპოფიზურ-ადრენალურკორტიკალური ღერძი*

## გამოყენებული ტერმინების განმარტება

**თალამუსის ბირთვები** - შუამდებარე ტვინის ბირთვების კომპლექსი, რომელიც ასრულებს ჰემისფეროების ქერქის აქტივობის მარეგულირებელ ფუნქციას (არასპეციფიკური ბირთვები) და აგრეთვე ატარებს ინფორმაციას ცალკეულ სენსორულ ველებში (სპეციფიკური ბირთვები).

**სომატურ-სენსორული ქერქი** - თავის ტვინის ჰემისფეროების ველი, რომელიც აღიქვამს ინფორმაციას სხეულში (კანში და ვისცერალურ ორგანოებში) განლაგებული რეცეპტორებიდან. მდებარეობს ცენტრალური ღარის კაუდალურად, თხემის წილში.

**ნოციცეპტორი** - მტკივნეულ გამლიზიანებელზე მოპასუხე რეცეპტორი.

**პრეფრონტალური ქერქი** - თავის ტვინის ქერქული ნაწილი, რომელიც ფარავს შუბლის წილის წინა მხარეს.

## შესავალი

თანამედროვე მედიცინაში აღიარებულია, რომ პაციენტის ფსიქოლოგიური თავისებურებები მეტად მნიშვნელოვანი ფაქტორია დაავადების კლინიკური სურათის ჩამოყალიბების, მკურნალობის და გამოსავლისათვის.

აღნიშნული ფაქტორებიდან ჩვენი ყურადღება მიიპყრო შიშმა სამედიცინო პროცედურების მიმართ.

სამედიცინო პროცედურის მიმართ შიში (ე.წ. „სამედიცინო შიში“) აღირიცხება ზრდასრულ ადამიანთა დიდ ნაწილში. პაციენტები ამჟღავნებენ სამედიცინო ჩარევის მიმართ შიშს და გამოხატულ სტრესს. ამის გამო ადამიანები თავს არიდებენ ექიმთან მისვლას ან განიცდიან ძლიერ სტრესს სამკურნალო პროცედურის მიღების პროცესში.

ევროპელი მკვლევარების თანახმად „სამედიცინო შიში“ აღირიცხება პაციენტების 64%-ში, პაციენტების 48% არ მიდის ექიმთან სანამ ტკივილი გაუსაძლისი გახდება (Hill, 2007), ხოლო ექიმთან მისულ პაციენტებს უდასტურდებათ შიშის მაღალი დონე, სამედიცინო შიშის მოდიფიცირებული სკალით შეფასების დროს (Humphris, 1995).

კონკრეტული, ძირითადი სამედიცინო შიშებია:

1. პაციენტს ეშინია ტკივილის და რომ ვერ გაუძლებს სამკურნალო პროცედურას (Van Wijk, 2003)
2. ზოგადი ხასიათის შიში: „ყველაფერი, რაც სამედიცინო სფეროსთან კავშირშია - საშინელება“ (VanWijk, 2008; Van Wijk, 2003)
3. შიში, რომ ანესთეზია არ იმოქმედებს (Oosterink, 2008)
4. სხეულის დაზინძურების შიში, სისხლში ინფექციის შეჭრის შიში (Aartman, 1999)

მკვლევარების თანახმად სამედიცინო შიში ცუდად აისახება პაციენტის სიცოცხლის ხარისხზე. პირველ რიგში, ის ამცირებს ექიმთან მიმართვიანობას, ავადმყოფი აგვიანებს ექიმთან მისვლას, რის გამოც მძიმდება ავადმყოფობის კლინიკური სურათი და შესაბამისად რთულდება მკურნალობა. ძალიან მნიშვნელოვანია ისიც, რომ სამედიცინო ფობიის მქონე ავადმყოფთან ურთიერთობა რთულია და მრავალ პრობლემას უჩენს ექიმს (Hainsworth, 2009). ამავდროულად, სამედიცინო ფობია ცუდად მოქმედებს ადამიანის ყოველდღიურ საქმიანობაზე, თვით-შეფასებაზე, სოციალურ ურთიერთობებზე (Abrahamson, 2002).

ნებისმიერი ხასიათის შიშს, მათ შორის სამედიცინოს, განაპირობებს გარკვეული გარეგანი (გარემო) და აგრეთვე, პიროვნული (შინაგანი) ფაქტორები.

ჩვენ ყურადღება შევაჩერეთ ტკივილის მოლოდინზე. კერძოდ, იმ სიტუაციაზე, როდესაც ექიმი აფრთხილებს პაციენტს მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ. ფსიქოლოგიურ კვლევებში ნაჩვენებია, რომ პაციენტების ტკივილისადმი სენსიტიურობა ნაკლებია, როდესაც ისინი ელოდებიან ავერსიულ სტიმულს, და აგრეთვე, თუ მათ აქვთ ამ სტიმულის მოქმედების წინასწარი გამოცდილება. მაგრამ თუ ასეთი გამოცდილება არ არის, ან პაციენტს არ აფრთხილებენ მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ, მაშინ ტკივილი ფასდება როგორც უფრო ძლიერი (Rhudy, 2000). რაც უფრო ზუსტად არის ინფორმირებული ცდის პირი ტკივილის მიყენების შესახებ (დრო, რა სახის ტკივილია) მით ნაკლები ქულით აფასებს ცდის პირი ამ ტკივილის სიძლიერეს (Ploghaus, 2001; Ahmad, 2014).

თუ პაციენტი ნაკლებ ტკივილს განიცდის, ეს გააუმჯობესებს მის დამოკიდებულებას სამედიცინო პროცედურის მიმართ, შეამცირებს შიშს და გარკვეულწილად ხელს შეუწყობს იმ ზემოთ ჩამოთვლილი პრობლემების მოგვარებას, რომლებიც ხელს უშლიან მკურნალობას (ექიმთან მისვლის გადავადება, სტრესი და სხვ.).

ტკივილის მოლოდინის საკითხი მწირედაა შესწავლილი. ამის გამო გადაწყვიტეთ ჩაგვეტარებინა კვლევა და დაგვედგინა, როგორია ტკივილის მოლოდინის ის საზღვრები (დროითი საზღვრები), რომლებშიც პაციენტის გაფრთხილება მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ დადებითად/უარყოფითად/ნეიტრალურად აისახება პაციენტის მიერ ტკივილის განცდაზე.

მეორე საკითხი, რომელიც ავირჩიეთ კვლევის საგნად, არის შფოთვა, როგორც ადამიანის მნიშვნელოვანი ფსიქოლოგიური მახასიათებელი. შფოთვა ზოგადად განისაზღვრება როგორც ფიზიოლოგიური და ფსიქოლოგიური მდგომარეობა, რომელიც ვითარდება სიცოცხლისათვის საფრთხის მოლოდინში. შფოთვის შედეგად ვითარდება რიგი ფიზიოლოგიური ცვლილებები (გულისცემის აჩქარება, სუნთქვის რითმის გახშირება, ან პირიქით, გარინდება, გულისცემის და სუნთქვის სიხშირის მკვეთრი შემცირებით, ოფლდენა და სხვ.) და აგრეთვე, შიში. შიში პირდაპირ კავშირშია შფოთვის ფენომენთან (Steimer, 2002).

შფოთვა არის პიროვნული და სიტუაციური. ამათგან პიროვნული შფოთვა არის ადამიანის გენეტიკურად განპირობებული და ფსიქოლოგიურად დამახასიათებელი თავისებურება, რომელიც ნაკლებ ექვემდებარება ცვლილებებს გარემოს ზეგავლენით. სიტუაციური შფოთვა ერთი მხრივ, დამოკიდებულია პიროვნულზე და მეორე მხრივ, იმ სიტუაციაზე, რომელშიც იმყოფება ადამიანი ან უნდა აღმოჩნდეს მომავალში.

შფოთვა, შიში და სიტუაციაზე კონტროლის დაკარგვის შეგრძნება, პაციენტს უძლიერებს ტკივილის განცდას. ნაკვლევი, რომ შფოთვის მკურნალობა და ფსიქოლოგიური მხარდაჭერის აღმოჩენა ამსუბუქებს ტკივილის განცდას (Koyama, 2005). საკითხავია, რა გავლენას ახდენს ტკივილის განცდაზე ფსიქოლოგიური ფაქტორები, კერძოდ ადამიანის პიროვნული მახასიათებელი - სიტუაციური შფოთვა? (Vancleef, 2006; Ahmad, 2014).

ჩვენს კვლევაში გადაწყდა შეგვეფასებინა სიტუაციური შფოთვა და მისი კავშირი ტკივილის განცდასთან, ტკივილის მოლოდინის სხვადასხვა ხანგრძლივობის პირობებში.

გარდა ამისა, დავინტერესდით იმ შესაძლო ნეიროფსიქოლოგიური მექანიზმებით, რომლებიც შესაძლოა მოქმედებდეს ტკივილის შესახებ პაციენტის გაფრთხილების პირობებში.

ნეიროფსიქოლოგები ვარაუდობენ, რომ ტკივილის მოლოდინის შემთხვევაში აქტიურდება ტკივილის კონტროლის სისტემა, რომელიც აფერხებს ნოციციპტური სტიმულების გატარებას თალამუსის ბირთვებისკენ და შესაბამისად, ინსულაში და სომატურ-სენსორულ ქერქში (Bushnell, 2013). ნეიროფსიქოლოგების მიერ ნაჩვენებია, აგრეთვე, პრეფრონტალური ქერქის მნიშვნელობა ტკივილის კონტროლში (Song, 2006).

ამდენად, მნიშვნელოვანია იმის ცოდნა, თუ როგორია აღნიშნული ნერვული სტრუქტურების აქტივობა ტკივილის მოლოდინის პროცესში, სხვა სიტყვებით, როგორია ამ სტრუქტურების როლი ტკივილის რეგულაციაში და ტკივილის განცდაში იმ პირობებში, როდესაც ადამიანი წინასწარ გაფრთხილებულია მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ. ამ თვალსაზრისით გადავწყვიტეთ შეგვესწავლა ცდის პირების დიდი ტვინის ჰემისფეროების აქტივობა ტკივილის მოლოდინის პროცესში ფსიქო-ფიზიოლოგიური ენცეფალოგრაფიული მეთოდის გამოყენებით.

ყოველივე ზემოთ თქმულის გათვალისწინებით, ჩამოყალიბდა ნაშრომის ძირითადი მიმართულება:

ნაშრომის ძირითადი საკითხია - როგორ მოქმედებს ტკივილის განცდაზე მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ ადამიანის გაფრთხილება.

კვლევის ჰიპოთეზა იყო, რომ: ა) ტკივილის განცდა უნდა შესუსტდეს მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ ადამიანის გაფრთხილების ზეგავლენით. ტკივილის განცდის შესუსტება უფრო გამოხატული უნდა იყოს, როდესაც ადამიანს მიაყენებენ ტკივილს გაფრთხილებიდან მცირე ხნის შემდეგ, ხოლო ამ პერიოდის გახანგრძლივება ნაკლებად ან სულ არ იმოქმედებს ტკივილის განცდაზე. ბ) ტკივილის განცდა უფრო ძლიერი უნდა იყოს მაღალი სიტუაციური შფოთვის მქონე ადამიანებში. გ) ტკივილის განცდის რეგულაცია ხდება დიდი ტვინის ჰემისფეროების სომატო-სენსორული პრეცენტრალური ველის მიერ.

განვიხილოთ უფრო დაწვრილებით, თუ რა არის ცნობილი ნაშრომში დასმული საკითხის შესახებ.

### **ტკივილის მოლოდინის დროითი საზღვრები**

თეორიულად მიღებულია, რომ ზოგადად რაიმე მოვლენის მოლოდინსა და აღქმას შორის წონასწორობა იცვლება სხვადასხვა ფაქტორის ზეგავლენით და აღქმა მით უფრო ძლიერმოქმედია, რაც მეტად ბუნდოვანია ის მოვლენა, რომელსაც ველოდებით (Yu, 2005). ექსპერიმენტული მონაცემები, კონკრეტულად ტკივილთან დაკავშირებით, ასევე გვიჩვენებს, რომ ტკივილის აღქმა ძლიერდება, როდესაც ადამიანმა არ იცის, როგორი იქნება ტკივილი, რომელსაც ელოდება (Ploghaus, 2003). ცნობილია, რომ ტკივილის მოლოდინის ნეგატიურ ემოციურ შეფერილობას შეუძლია გამოიწვიოს ტკივილის შეგრძნების გაძლიერება (Vlaeyen, 2000).

ტკვილის მოლოდინის დროის ხანგრძლივობასთან დაკავშირებულ ერთ-ერთ კვლევაში (Стори, 2015) ცდის პირებს თითო უღიზიანებდნენ ელექტრული დენით. სტიმულები სხვადასხვა ძალის იყო. ისინი იწვევდნენ მინიმუმ მსუბუქი ზეწოლისა და მაქსიმუმ ფუტკრის კბენის სიძლიერის შეგრძნებას. ცდის პირებს სთავაზობდნენ აერჩიათ, დაუყოვნებლივ მიეღოთ ძლიერი სტიმული თუ რაღაც პერიოდის შემდეგ, მაგრამ სუსტი. ცდის პირების უმრავლესობა ითხოვდა დაუყოვნებელ სტიმულაციას. როგორც თავად ცდის პირები ამბობდნენ, „ტკვილის მოლოდინი ტკვილზე უარესია“.

### **სიტუაციური შფოთვის გავლენა ტკვილის აღქმაზე**

ცნობილია, რომ შფოთვა გაცილებით ძლიერია რაიმე ქცევის შესრულების მოლოდინის რეჟიმში, ვიდრე ქცევის შესრულებისას. მაგალითად, სოციალური შფოთვის მქონე და ამ მხრივ ჯანმრთელ ადამიანებს ექსპერიმენტში უთხრეს, რომ ისინი მოიწვიეს, რათა აუდიტორიის წინაშე ილაპარაკონ. ამ ინფორმაციის მიწოდებამდე შეფასდა მათი სუბიექტური შფოთვის მაჩვენებელი და გულის რითმი. ინფორმაციის მიწოდების შემდეგ, ცდის პირები 3 წუთი ელოდნენ, სანამ მოუტანდნენ მოხსენების ტექსტს, 2 წუთი ამზადებდნენ მოტანილ მასალას და ბოლოს, 6 წუთი აკეთებდნენ ამ მასალაზე დაყრდნობით მოხსენებას აუდიტორიის წინაშე. ზომავდნენ სუბიექტური შფოთვის დონეს და გულის რითმს, იწერდნენ ელექტროენცეფალოგრამას (ეეგ). აღმოჩნდა, რომ მოხსენების დაწყებამდე, „მოლოდინის რეჟიმში“, ჯანმრთელ ცდის პირებს არ შეეცვალათ შფოთვის მაჩვენებლები არცერთ ეტაპზე, მაგრამ მოიმატა გულის რითმმა, ხოლო შფოთვის მქონეებში მომატებული აღმოჩნდა ორივე მაჩვენებელი. შფოთვის მქონეებში საკონტროლო ჯგუფთან შედარებით მოიმატა შუბლის წილის ეეგ აქტივობამაც. მოხსენების პროცესში ორივე ჯგუფში გულის რითმი საწყის მაჩვენებელს დაუბრუნდა (Davidson, 2000). მონაცემები გვიჩვენებს, რომ შფოთვა ძლიერდება მოვლენის მოლოდინში, და რომ მას ახლავს ორი ფიზიოლოგიური მაჩვენებელი: 1. გულის რითმის მატება, რასაც იწვევს სიმპათიკური ნერვული სისტემის გააქტივება და ორგანიზმში ნორეპინეფრინის დიდი რაოდენობით გამოყოფა სტრესულ სიტუაციის საპასუხოდ, ე.წ. რეაქცია „იბრძოლე ან გაიქეცი“ და 2. ტვინის ელექტრული აქტივობის გაძლიერება, რაც უკავშირდება თალამო-კორტიკალური და რეტიკულური ფორმაციის სისტემების გააქტივებას (Cannon, 1929a, 1939). გულის რითმის მატება ამ სიტუაციაში მეტად მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია იმ მოსაზრების გამო, რომლის თანახმად სხეულის ფიზიოლოგიური მახასიათებლების, კერძოდ გულის რითმის და კანის ელექტრული გამტარებლობის ცვლილებები, მართავს ადამიანის ქცევას მანამდე, სანამ საქმეში ცნობიერება ჩაერთვება (Damasio, 1994).

აღწერილი მონაცემები მიუთითებენ მოლოდინის რეჟიმში ყოფნის სტრესოგენურობაზე. სტრესოგენურია უსიამოვნო და სასიამოვნო მოვლენის მოლოდინი, გრძელ რიგში დგომა, საყვარელი ტელეგადაცემის მოლოდინი, გამოცდის დაწყების თუ უსიამოვნო საუბრის მოლოდინი.

ცნობილია, რომ ემოციას მნიშვნელოვანი ზეგავლენა აქვს ტკვილის განცდაზე. ტკვილის განცდას ამცირებს პოზიტიური და აძლიერებს ნეგატიური ემოცია (Reichert, 2013; Bushnell, 2013). აღმოჩნდა, რომ უსიამოვნო მოვლენის მოლოდინი, რომელიც უსიამოვნოა, მაგრამ მტკივნეული არ არის, აღძრავს ტკვილის შეგრძნებას. კერძოდ, მათემატიკაში ტესტური გამოცდის მოლოდინი აღძრავს ვისცერალური ტკვილის შეგრძნებას, რომელიც თავისი

ბუნებით სიმულაციურია და უკავშირდება ტესტის მოლოდინს და არა რეალურ ტკივილს შინაგან ორგანოებში (Lyons, 2012). ვფიქრობთ, მკითხველს აქვს მსგავსი გამოცდილება, როდესაც უსიამოვნო სიტუაციის მოლოდინის დროს შეიგრძნობა ხოლმე მუცლის ტკივილი, რასაც შესაძლებელია დაერთოს დიარეა.

### **ტკივილის რეგულაცია**

ტკივილის გამომწვევი სიგნალები ვრცელდება მტკივნეულ გამლიზიანებელზე მოპასუხე რეცეპტორებიდან ნოციციკლური (ტკივილის შემგრძნები) ბოჭკოებით ზურგის ტვინის დორსალურ რქაში, აქედან თავის ტვინის ღეროში და შუამდებარე ტვინში (თალამუსის ბირთვებში), საბოლოოდ კი აღწევს თავის ტვინის ჰემისფეროების ქერქს (Kevetter and Willis, 1984; Mehler, 1962).

არსებობს ტერმინი „ტკივილის მატრიქსი“, რომელიც აღნიშნავს ტვინის იმ სტრუქტურებს, რომლებიც ყოველთვის აქტიურდება ტკივილის დროს, მათი გააქტიურება კორელაციაშია ტკივილის სიძლიერესთან, იცვლება ტკივილის მოდულატორების ზეგავლენით, ავითარებს ტკივილის განცდას პირდაპირი ელექტრული სტიმულაციის შედეგად ან ეპილეფსიური აქტივობის ფონზე (Jannetti, 2010).

### **თავის ტვინის აქტივობა ტკივილის განცდას**

ტკივილის მოლოდინის პროცესში თავის ტვინის კონკრეტული სტრუქტურებია ჩართული. ეს არის ძირითადად დიდი ტვინის ჰემისფეროების ფრონტალური წილი (Ahmad, 2014). ამდენად, მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ, განსხვავდება თუ არა ტკივილის მოდულაციაში ფრონტალური წილის ჩართულობის ხარისხი შფოთვის სხვადასხვა დონის მქონე ადამიანებში. ამდენად, კვლევაში ელექტროენცეფალოგრამას გამოვიყენებთ კოგნიტური პროცესების შესამოწმებლად, კერძოდ კვლევისთვის საჭიროა ალფა რიტმის მონიტორინგი.

A (ალფა) რიტმი (7.5-12 Hz ჰერცი) არის ადამიანის ტვინის აქტივობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მოვლენა. ტვინის ეს აქტივობა წამოიქმნება ყოველთვის, როდესაც ადამიანი არის მოსვენებულ, თვალდახუჭულ მდგომარეობაში, თუმცა არსებობენ ადამიანები, რომლებსაც აქვთ პრობლემები  $\alpha$  აქტივობის წამოქმნასთან დაკავშირებით. როდესაც ადამიანი ერთვება რაიმე აქტივობაში, ფიზიკურში თუ ფსიქიკურში,  $\alpha$  ტალღას ამპლიტუდა მცირდება ან ქრება. ჩვეულებრივ ასეთი სახის აქტივობა ფიქსირდება თავის ტვინის ოქსიპიტალურ უბნებში, თუმცა მისი გამოვლენა შესაძლებელია ასევე კეფისა და ცენტრალურ უბნებს შორისაც (Teplan, 2002).

მონაცემები ტკივილის ფონზე ეგ ცვლილებების შესახებ საკმაოა. ცნობილია, რომ ქრონიკული ტკივილის ფონზე ეგ რიტმი შენელებულია, რაც ქრონიკული ტკივილის დროს თალამოკორტიკალურ დიზრიტმიასთან უნდა იყოს დაკავშირებული (Jeanmonod, 2001, 2013). ავტორები მიუთითებენ, რომ ეგ ცვლილებები ქრონიკული ტკივილის ფონზე ძირითადად ეხება  $\alpha$  და  $\theta$  (თეტა) რიტმებს (Jensen, 2013). ეგ  $\alpha$  -რიტმის ცვლილებები დაფიქსირებულია ცდის პირისთვის ტკივილის მიყენების პირობებში და დადგენილია, რომ ეს ცვლილებები ნეგატიურ კორელაციაშია ცდის პირის მიერ ტკივილის სიძლიერის შეფასებასთან: რაც უფრო მტკივნეულად ფასდება სტიმული, მით ნაკლებია ცვლილება  $\alpha$  -რიტმის დინამიკაში (Nir, 2011). ადამიანის თავის ტვინის ელექტრული აქტივობა იცვლება, ტკივილის მოლოდინის პერიოდში. რაც იმას ნიშნავს, რომ ასეთ დროს, თავის ტვინის ქერქულ უბნებში - ფრონტალურ და პარიეტალურ წილებში  $\alpha$  აქტივობა მცირდება, რაც საჭიროა სიფხიზლის მდგომარეობის შესანარჩუნებლად და საშუალებას იძლევა განისაზღვროს ტკივილის ინტენსივობა (Babiloni, 2006).

## კვლევის ამოცანები

- სიტუაციური შფოთვის დონის დადგენა ცდის პირებში;
- ტკივილის მოლოდინის 10 წუთიან და მყისიერ (გაფრთხილებისთანავე) პირობებში, მაღალი და დაბალი შფოთვის მქონე ცდის პირებთან ტკივილის აღქმის სიძლიერის შეფასება.

## მეთოდი და მასალა

- ცდის პირთა სიტუაციური შფოთვის შეფასებისთვის გამოყენებული იქნა სპილპერგერ-ხანინის შფოთვის შესაფასებელი კითხვარი;
- ტკივილის აღქმაზე პასუხისმგებელი თავის ტვინის სტრუქტურების დასადგენად გამოყენებული იყო ელექტროენცეფალოგრამის აპარატი;
- ტკივილის მოლოდინის დროის გასაკონტროლებლად - წამმზომი;
- მტკივნეული სტიმულის მიყენებისთვის - მექანიკური ზამზარა;
- ტკივილის სიძლიერის შესაფასებლად - კითხვა: „შეაფასეთ ტკივილის სიძლიერე ქულების მიხედვით“ (1=საერთოდ არ მტკენია; 7=მაღლიან მეტკინა).

## კვლევის დიზაინი

კვლევის დიზაინი იყო კვაზი-ექსპერიმენტული სქემა ჯგუფთაშორისი ფაქტორული დიზაინით, სადაც დამოუკიდებელ ცვლადებს წარმოადგენს: ტკივილის მოლოდინის დრო ორი დონით – 10 წუთიანი და მყისიერი ლოდინის პერიოდი, და შფოთვა ორი დონით – მაღალი და დაბალი შფოთვა. დამოუკიდებელი ცვლადები კი: ტკივილის სიძლიერის აღქმა (გაზომილი თვით-ანგარიშის კითხვარით) და ტკივილზე ეგ რეაქციები (თავის ტვინის აქტივობის ცვლილების სახით).

სიტუაციური შფოთვის მაჩვენებლის მიხედვით, კი ცდის პირები განაწილდნენ, როგორც მაღალი და დაბალი შფოთვის მქონენი.

ტკივილის მოლოდინის დროის ხანგრძლივობის მიხედვით, ცდის პირები შემდეგ ოთხ ჯგუფში განაწილდნენ: 10 წუთიანი ლოდინის ჯგუფი - A; მყისიერი (გაფრთხილებისთანავე) – B; საკონტროლო, სადაც გაფრთხილება საერთოდ არ მიეწოდებოდათ ცდის პირებს - C.

იმის დასადგენად, მოქმედებდა თუ არა ტკივილის შეფასებაზე ტკივილის მოლოდინის დროის ხანგრძლივობა, ტკივილის მოლოდინის A, და B ვარიანტები შემოწმდა ცდის პირების შემდეგ ორ ჯგუფში: დაბალი და მაღალი შფოთვით. საკონტროლო C ვარიანტიც შემოწმდა შფოთვის ორივე ჯგუფში, რადგან მიღებული მონაცემები შედარებულიყო გაფრთხილების ფონზე ტკივილის შეფასებასთან.

## საზომები

### დამოუკიდებელი ცვლადები

შფოთვის გასაზომად გამოყენებული იქნა სპილპერგერის კითხვარი, State-Trait Anxiety Inventory for Adults (Spielberger, 1968, 1977), რომელიც ორი – სიტუაციური და პიროვნული

შფოთვის – ქვესკალისგან შედგება, აღნიშნულ კვლევაში საჭირო იყო მხოლოდ სიტუაციური შფოთვის გასაზომი ნაწილი.

სიტუაციური ქვესკალა მოიცავს 1-დან 4 ქულის ჩათვლით (სადაც 1-სრულებითად არა; 2-მგონი ასეა; 3-სწორია; 4-სავსებით სწორია) ლიკერტის სკალის 20 დებულებას, როგორცაა, მაგალითად, „დამშვიდებული ვარ“.

ქულები ჯამდება „სიტუაციური შფოთვის“ სკალის მიხედვით. შემდეგ, ცალკე ჯამდება შებრუნებული კითხვების ქულები. „სიტუაციური შფოთვის“ პირდაპირი კითხვების (## 3,4,6,7,9,12,13,14,17,18) ქულათა ჯამს აკლდება შებრუნებული კითხვების (## 1,2,5,8,10,11,15,16,19,20) ქულათა ჯამი, შემდეგ კი, ემატება 50 ქულა. შედეგად მიიღება სიტუაციური შფოთვის საბოლოო ქულა.

ტკივილის მოლოდინის დროის განსაზღვრისთვის გამოყენებული იქნა წამმზომი. დროის ათვლა ხდებოდა ტკივილის მისაყენებლად განკუთვნილი ზამბარის გამოყენებამდე, რომელიც განსაზღვრულ დროს ერთი და იგივე ინტენსივობის ბიძგებს გააკეთებდა ცერა თითზე.

### **დამოკიდებული ცვლადები**

ტკივილის სიძლიერის აღქმა ერთი კითხვით შეფასდა - რამდენად ძლიერად განიცადეს ტკივილი, სადაც 1=“საერთოდ არ მეტკინია“, ხოლო 7=“ძალიან მეტკინია“.

ტკივილის განცდის ფორმირებაში დიდი ტვინის ჰემისფეროების სტრუქტურების მონაწილეობის დასადგენად გამოყენებული იქნა 21 არხიანი პოლიგრაფიული ენცეფალოგრაფიის აპარატი “ЭЛЕКТРОЭНЦЕФАЛОГРАФ-АНАЛИЗАТОР ЭЭГА-21/26 ЭНЦЕФАЛАН-131-03”. აპარატის პატამეტრები: წინაღობის ფილტრის სიხშირე - 50 ჰერცი, ქვესიხშიროვანი ფილტრი - 70 ჰერცი, გამამლიერებლის გამტარიანობის დიაპაზონი - 0.5-100 ჰერცი. 21-ვე გამოყვანიდან ციფრული მაჩვენებლები აისახებოდა 256 ჰერციდან 12 ბაიტის რეჟიმის დისკრეტორების სიხშირით. ელექტოდების წინაღობა იყო 10 კΩ. ეეგ ჩანაწერი გაკეთდა: BASE MONOPOLAR-რეჟიმში, გაკეთდა მონაცემების სპექტრული მახასიათებლების ფერადი კარტირება (Brain Mapping). თითოეული გამოყვანის სიხშიროვანი დიაპაზონი ფურციეს გარდამნის შემდეგ: დელტა (0.5 - 4.0 ჰც), თეტა-1 (4.0 - 8.0 ჰც), თეტა-2 (6.0 - 8.0 ჰც), ალფა (8.0 - 13 ჰც), ბეტა -1 (13 - 24 ჰც), ბეტა-2 (24 - 50.8 ჰც), რის მიხედვითაც მოხდა ეეგ მონაცემთა ანალიზი.

### **ექსპერიმენტული გარემო**

კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 20-დან 30 წლის ჩათვლით ორმოცმა ცდის პირმა. გენდერული თანაფარდობა იყო ეკვივალენტურად დაცული 18-მდედრობითი და 22-მამრობითი სქესის ცდის პირი.

კვლევა ჩატარდა ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტში. ფსიქო-ფიზიოლოგიურ სამეცნიერო-კვლევით ცენტრში კვლევაში მონაწილე პირებმა არ იცოდნენ კვლევის რეალური მიზნის და დიზაინის დეტალების შესახებ, რადგან თუ ეცოდინებოდათ პროცედურა მოლოდინის ეფექტი დაიკარგებოდა, თუმცა სიტყვიერად მიწოდდათ მოკლე ინსტრუქცია კვლევის შესახებ. ამასთან, მიიღეს ინფორმაცია იმასთან დაკავშირებით, რომ მონაწილეობა არის ნებაყოფლობითი და ნებისმიერ დროს შეუძლიათ გაეთიშონ პროცესს, ხოლო კვლევაში მონაწილეობის დროა არაუმეტეს 30 წუთისა. კვლევა ჩატარდა ინდივიდუალურად, მკვლევარ-რეგისტრატორთან ერთად.

მტკივნეული სტიმულის მიყენებისთვის - ხელსაწყო (პირობითად „მექანიკური ზამბარა“) წარმოადგენდა საწერი კალმისტრის ანალოგს. პლასტმასის წაგრძელებულ ცილინდრში



მოთავსებული იყო მეტალის ბლაგვპირიანი ღერძი. ღერძს უკავშირდებოდა ცილინდრში ჩამონტაჟებული ზამბარა. ცილინდრის ღილაკზე ხელის დაჭერისას ზამბარა უბიძგებდა ღერძს და გადაადგილებდა მას რამდენიმე მილიმეტრით წინ. თუ ცილინდრის ღია ბოლოს დავადებდით ცდის პირის კანს, მაშინ ღილაკზე დაჭერისას ღერძი გარეთ გამოვიდოდა და ახორციელებდა მექანიკურ ზეწოლას კანზე. აქვე აღვნიშნავთ, რომ ამგვარი მეთოდიკა დაშვებულია ადამიანებზე ექსპერიმენტში, ითვლება ეთიკურად გამართლებულად, მითუმეტეს, თუ გავითვალისწინებთ, რომ ჩენტვის საინტერესო საკითხს დენის დარტყმითაც სწავლობენ (Rhudy, 2000, 65-75). ცდის პირმა არ იცოდა რითი მიეწოდებოდა მტკივნეული გამღიზიანებელი და ვერც ხედავდა ამ პროცედურას. ხელის მტევანი, რომლის ცერა თითზეც იღებდა დარტყმას, დაფარული იყო ცდის პირისაგან გაუმჭირვალე პლასტმასის ჯგბირით. ჯგბირის ბოლოდან ცდის პირს ხელი ჰქონდა გამოყოფილი.

A ჯგუფის ცდის პირები გადიოდნენ პროცედურას შემდეგი თანმიმდევრობით: ავსებდნენ სპილბერგერის სიტუაციური შფოთვის კითხვარს, შემდგომ უერთდებოდათ ელექტროენცეფალოგრამის აპარატი, კეთდებოდა 5 წუთიანი ფონური ჩანაწერი, რის შემდეგაც მიეწოდებოდათ მითითება: „10 წუთში იგრძნობ ტკივილს“. გრძელდებოდა ეეგ-ს ჩაწერა და 10 წუთის შემდეგ იღებდნენ მტკივნეულ გამღიზიანებელს მაჯაზე (მექანიკური ზამბარის ბიძგი), ეეგ-ს ჩაწერა გრძელდებოდა კიდევ 5 წუთი და ბოლოს აფასებდნენ ტკივილის სიძლიერეს მიწოდებული კითხვით.

B ჯგუფის ცდის პირები გადიოდნენ პროცედურას შემდეგი თანმიმდევრობით: პირველ რიგში ავსებდნენ სპილბერგერის სიტუაციური შფოთვის კითხვარს. უერთდებოდათ ელექტროენცეფალოგრამის აპარატი და იწერებოდა 5 წუთიანი ფონი, რის შემდეგაც იღებდნენ მითითებას: „ახლა გეტკინება“ და მყისიერად ღებულობდნენ მტკივნეულ გამღიზიანებელს მაჯაზე (მექანიკური ზამბარის ბიძგი), ეეგ-ს ჩაწერა გრძელდებოდა კიდევ 5 წუთი, რომლის დასრულების შემდეგაც აფასებდნენ ტკივილის სიძლიერეს შესაბამის კითხვაზე პასუხით.

საკონტროლო C ჯგუფის ცდის პირები ინსტრუქციას იღებდნენ შემდეგი თანმიმდევრობით: ავსებდნენ სპილბერგერის სიტუაციური შფოთვის კითხვარს, უერთდებოდათ ელექტროენცეფალოგრამის აპარატი და იწერებოდა 5 წუთიანი ფონი, მითითების გარეშე იღებდნენ მტკივნეულ სტიმულს (მექანიკური ზამბარის ბიძგი თითზე), რის შემდეგაც ეეგ-ს ჩაწერა კიდევ 5 წუთს გრძელდებოდა, რომლის დასრულების შემდეგაც აფასებდნენ ტკივილის სიძლიერეს, შესაბამის კითხვაზე პასუხის დაფიქსირებით.

კვლევაში მონაწილეობის მიღების შემდეგ, ყოველ ცდის პირს დეტალურად განემარტა კვლევის ნამდვილი მიზნები და ქონდათ დრო, დაესვათ კითხვები და მათზე ამომწურავი პასუხები მიეღოთ.

## კვლევის შედეგები და ინტერპრეტაცია

მოცემულ კვლევაში შედეგები სტატისტიკურად დამუშავდა პროგრამაში “IBM SPSS Statistics, version 24”. სიტუაციური შფოთვისა და ტკივილის სიძლიერის შეფასება დამუშავდა პირსონის კორელაციის კოეფიციენტით (Pearson Correlation).

ამგვარად, მონაცემების სტატისტიკური დამუშავება გვიჩვენებს, რომ:

1. არ არის სარწმუნო კავშირი სიტუაციური შფოთვის დონესა და ტკივილის შეფასებას შორის. სხვადასხვა სიტუაციური შფოთვის დონის მქონე ცდის პირები არ განსხვავდებიან ტკივილის შეფასებაში.

2. არ არის სარწმუნო გასხვავება ტკივილის შეფასებებს შორის იმ ჯგუფებს შორის, რომლებსაც ვაფრთხილებდით ტკივილის შესახებ. კერძოდ ტკივილის შეფასებისთვის არ ქონდა მნიშვნელობა, როდის მივაყენებდით ცდის პირს ტკივილს - გაფრთხილებისთანავე, თუ 10 წუთის დაყოვნებით.

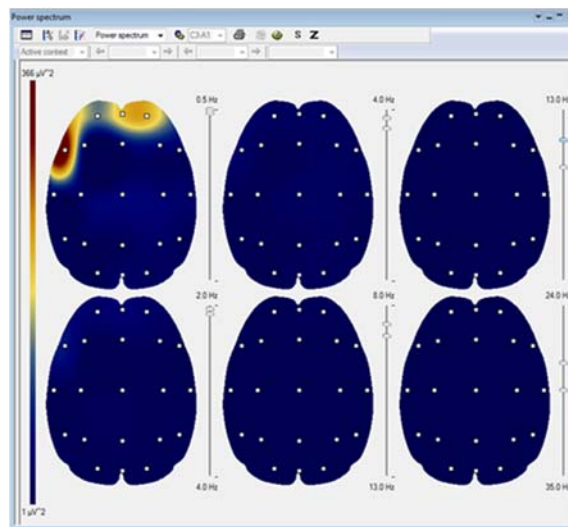
3. ერთადერთი სტატისტიკურად სარწმუნო განსხვავება ფიქსირდება ტკივილის შესახებ გაფრთხილებულ ჯგუფებსა და გაფრთხილების გარეშე დარჩენილ ჯგუფს შორის. ამ ბოლო ჯგუფში, მოულოდნელი ტკივილის შეფასება იყო სტატისტიკურად საწრმუნოდ უფრო მაღალი სხვა, „გაფრთხილებულ“ ჯგუფებთან შედარებით.

მიღებული მონაცემი შესაძლებელია აიხსნას იმით, რომ მოულოდნელი ტკივილი ძლიერ სტრესს უკავშირდება და ამიტომ აღიქმება უფრო ძლიერ ტკივილად, ვიდრე მაშინ, როდესაც ადამიანი მზად არის ტკივილის მისაღებად და ამიტომ მოულოდნელობის სტრესს არ განიცდის.

მაგრამ ეს ახსნა არაფერს გვეუბნება იმ მექანიზმის შესახებ, რომელიც იცავს „გაფრთხილებულ“ ჯგუფს ტკივილის განცდისგან და როგორც მიღებული მონაცემები გვიჩვენებს, არ მუშობს „გაფრთხილების გარეშე დარჩენილ“ ჯგუფში.

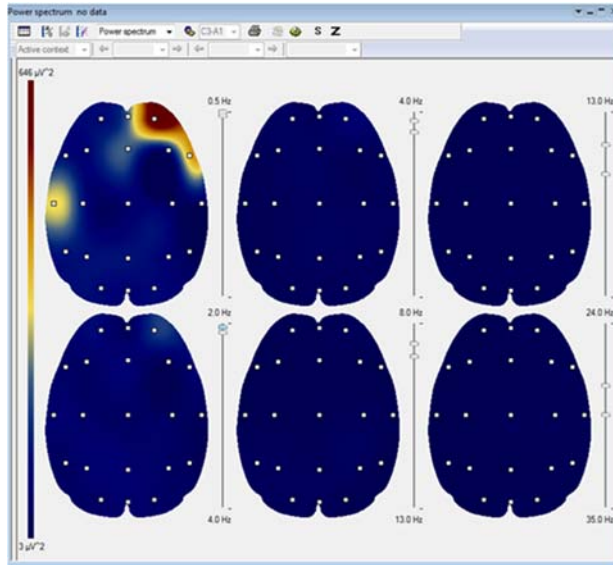
ჩვენი აზრით ამ მექანიზმის ახსნა შესაძლებელია ელექტრო-ენცეფალოგრაფიული ჩანაწერის ანალიზის გზით.

განვიხილოთ ფონური ჩანაწერი. ის მსგავსია ცდის პირთა ყველა ჯგუფში, ამიტომ ზოგადი დახასიათებისთვის მოყვანილია სურათი №1. სპექტრულ ანალიზში ჩანს, რომ ფონური ეეგ-ს აქვს ბუნებრივად დამახასიათებელი სხვადასხვა სიხშირეოვანი პარამეტრები (ბეტა 2 აქტივობა 24 ჰერციდან - 35-ჰერცამდე) და რომ თავის ტვინის შუბლის წილის ორბიტალურ-ფრონტალური უბანი გამოირჩევა მაღალსიხშირეოვანი აქტივობით - 13 ჰერცის ზევით სიხშირით, დაბალი ამპლიტუდის ბეტა აქტივობა.



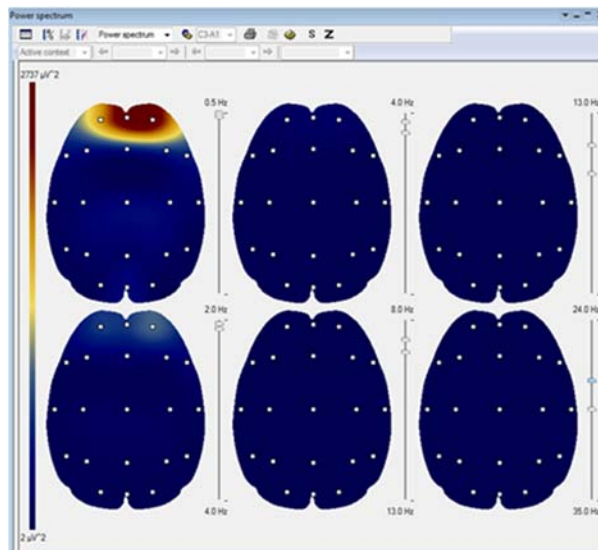
სურათი №1

ახლა შევადართოთ ეს ფონური ჩანაწერი ტკვილის შესახებ გაფრთხილების შემდგომ ეგ ჩანაწერს. დავინახავთ, რომ გაფრთხილებისთანავე ძლიერდება თავის ტვინის შუბლის წილის ორბიტალურ-ფრონტალური უბნის ეგ აქტივობა (სურათი №2).



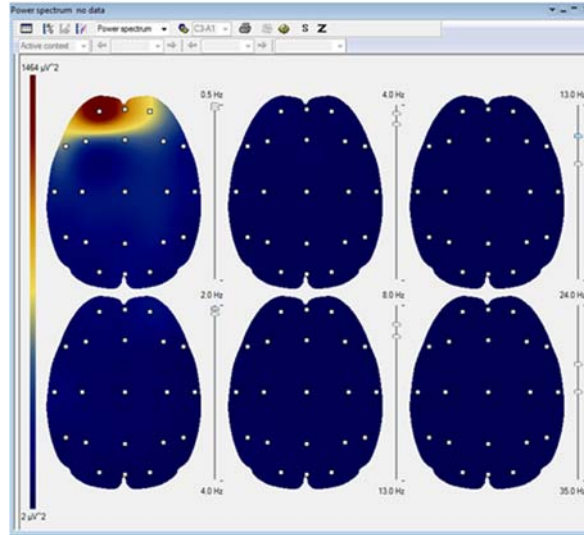
სურათი №2 გაფრთხილების შემდეგ

ამავდროულად, აღნიშნული ცვლილება არ არის ერთგვაროვანი. სხვადასხვა ცდის პირში ის ინდივიდუალურ ხასიათს ატარებს. მაგრამ ყველა შემთხვევაში, აქტივობის გაძლიერება ხდება შუბლის წილის ორბიტალურ-ფრონტალურ უბანში (სურათი №3).



სურათი №3 პრეფრონტალური უბნის აქტივობა გაფრთხილების შემდეგ

სურ. №3-ზე ჩანს, რომ ცდის პირების სხვა ჯგუფში ორბიტალურ-ფრონტალური აქტივობა გაძლიერებულია ორივე ჰემისფეროში, მაშინ როდესაც სხვა ცდის პირებთან ეს შეიძლება ხდებოდეს მხოლოდ მარცხენა ჰემისფეროში, როგორც სურათ №4-ზე ჩანს.



სურათი №4

### როგორ შეიძლება მიღებული ფაქტების ახსნა

ყურადღებას გავამახვილებთ სტრესორის საპასუხო რეაქციაზე, რომელსაც ახორციელებს ჰიპოთალამურ-ჰიპოფიზურ-ადრენალურკორტიკალური სისტემა. მას ჰიპოთალამურ-ჰიპოფიზურ-ადრენალურკორტიკალურ ღერძსაც (ჰა) უწოდებენ.

ჰა-ს ქმნის ჰიპოთალამუსი, ჰიპოფიზი და ადრენალური (თირკმელზედა) ჯირკვალი. სისტემის მარეგულირებელია ჰიპოთალამუსი და ჰიპოფიზი, ადრენალური ჯირკვალი კი შემსრულებლის როლშია.

სტრესორზე ენდოკრინული სისტემის რეაქცია გამოიხატება ენდოკრინული ჯირკვლების მიერ ჰორმონების სწრაფ სინთეზსა და სისხლში გამოყოფაში. ამ საქმეში წამყვანი როლი ენიჭება ადრენალური ჯირკვლის ჰორმონებს, რომლების გამოიყოფა ჯირკვლის ქერქოვანი - კორტიკალური და ტვინოვანი - მედულარული შრეებიდან. კორტიკალური შრიდან გამოიყოფა გლუკოკორტიკოიდები, ტვინოვანი შრიდან - კატექოლამინები. შესაბამისად განიხილეთ სტრესზე ადრენალურ - კორტიკალური და ადრენალურ - მედულარული რეაქცია.

გლუკოკორტიკოიდების სისხლში გამოყოფის გზით ჰა ახდენს ორგანიზმის რესურსების მობილიზაციას, რათა ორგანიზმმა შეძლოს სტრესორთან გამკლავება. სტრესორი შესაძლებელია იყოს რეალური ფიზიკური ფაქტორი, რომელიც მოქმედებს ორგანიზმზე და ამ შემთხვევაში საქმე გვაქვს ჰა - ს „რეაქტიულ პასუხთან“. სტრესორად შესაძლებელია მოგვევლინოს რაიმე საფრთხის მოსალოდნელობა და ამ შემთხვევაში ჰა - ს რეაქცია „ანტიციპატორულია“. ამ შემთხვევაში საქმეში ერთვება ანტიციპაციის - მოლოდინის მექანიზმი, მაგალითად ტკივილის მოლოდინის მექანიზმი. ტკივილის ანტიციპაციის პროცესში გამოყოფილი ჰორმონები ზემოქმედებას ახდენენ თავის ტვინის იმ სტრუქტურებზე, რომლებიც პასუხისმგებელია მტკივნეული სტიმულის აღქმაზე. ჰა-ს ჰორმონებს ანალგეზიური ეფექტი გააჩნია (Bamberger et al., 1996).

მეორე მხრივ ცნობილია, რომ ჰა მნიშვნელოვან ზეგავლენას განიცდის პრეფრონტალური ქერქისგან. პრეფრონტალური ქერქის ჰა-ზე კონტროლი გამოიხატება ჰა-ს აქტივობის რეგულაციაში (Sullivan, 2002).

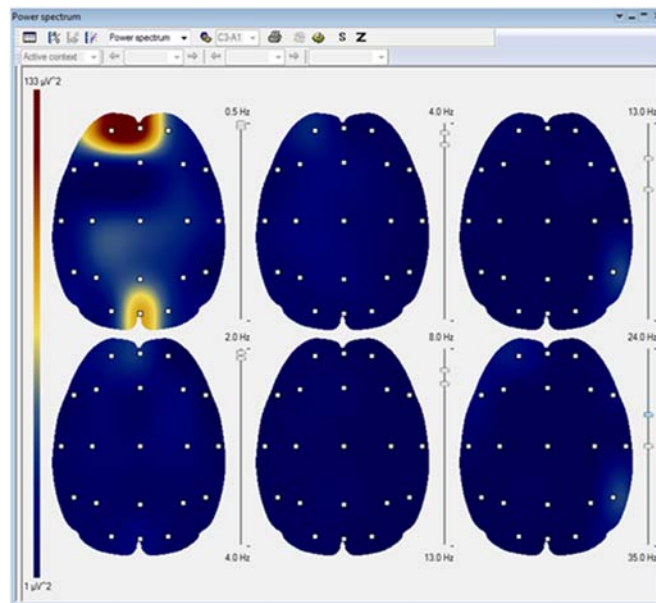
ჩვენ ვფიქრობთ, რომ მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ გაფრთხილების შედეგად ძლიერდება თავის ტვინის შუბლის წილის ორბიტალურ-ფრონტალური უბნის აქტივობა, რომელიც თავის მხრივ იწვევს  $\beta$ -ს გააქტივებას.  $\beta$ -ს ჰორმონები კი ანალგეზიურ ეფექტს ახორციელებს.

რაც შეეხება გაფრთხილების გარეშე დარჩენილი ჯგუფის ცდის პირების ევგ ჩანაწერს, ის განსხვავებულია სხვა ჯგუფებისგან.

ფონურთან შედარებით გაუფრთხილებლად ტკივილის მიყენების შემდეგ ევგ ჩანაწერში დაკლებულია ორბიტალურ-ფრონტალური უბნის აქტივობა. სხვადასხვა ცდის პირში ეს ერთნაირად არ ხდება, ზოგ ცდის პირებში აქტივობა ნაკლებადაა შემცირებული ზოგ ცდის პირებში მეტად, მაგრამ ზოგადად ყველა ცდის პირში შეიმჩნევა შუბლის წილის ორბიტალურ-ფრონტალური უბნის აქტივობის კლება ან უცვლელობა ფონურ ჩანაწერთან შედარებით.

ზემოთ მოყვანილი მსჯელობის მიხედვით, ტკივილის მოულოდნელობის პირობებში არ ქატიურდება სისტემა ფრონტალური უბანი- $\beta$ . ამიტომ არ ვითარდება ანალგეზიის ეფექტი და მიყენებული სტიმული აღიქმება, როგორც მტკივნეული, რასაც გვიჩვენებს კიდევ ცდის პირების მიერ გაკეთებული შეფასება.

ამავდროულად, მტკივნეული სტიმულის მიყენებიდან გარკვეული დროის შემდეგ (დაახლოებით 20-30 წმ.) ევგ-ზე ჩნდება ორბიტალურ-ფრონტალური უბნის გააქტიურების ნიშნები. (იხ. სურ №5).



სურათი №5

ეს მოსალოდნელია, რადგან ტკივილის კონტროლის სისტემა ფრონტალური უბანი- $\beta$  აქტიურდება ტკივილის საპასუხოდ. პროცესი ბუნებრივია, მაგრამ ოდნავ დაგვიანებული, რადგან ცდის პირები არ იყვნენ გაფრთხილებული მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ და სისტემა ფრონტალური უბანი- $\beta$  ამოქმედდა არა ტკივილის მოლოდინის (როგორც სხვა ჯგუფებში) არამედ მტკივნეული სტიმულის მიყენების შემდეგ.

## კვლევის შეზღუდვები

ვერ მოხერხდა იმ დორითი საზღვრების დადგენა, როდესაც ოპტიმალურია გაფრთხილების მიცემა. ვგულისხმობთ, რომ სასურველი იქნებოდა გაფრთხილებასა და ტკივილის მიყენებას შორის დაყოვნების მეტი პარამეტრის კვლევა.

ასევე, კვლევით არ დადგინდა სიტუაციური შფოთვის გავლენა ავერსული სტიმულის მოლოდინისას ტკივილის შეფასებაზე. შესაძლებელია, რომ ტკივილის განცდა კორელაციაში იმყოფებოდეს პიროვნულ შფოთვისასთან და ამ საკითხის შემდგომი კვლევა სასურველი.

ტკივილი სუბიექტურია და ის შესაძლებელია იყოს დამოკიდებული სხვა ფსიქოლოგიურ ფაქტორებზე, მაგალითად: ექსპერიმენტის გარემოსაგან მიღებული სტრესი, პაციენტის განწყობა, მდებარეობითი სქესის ცდის პირებში კრიტიკულ დღეებთან დაკავშირებული ტკივილი და სხვ. ყველა ამ ცვლადს ცხადია ვერ გავითვალისწინებდით, თუმცა სასურველია მომავალი კვლევა გაგრძელდეს მეტი ცვლადის ჩართვით. მომავლისთვის სასურველია ფიზიოლოგიური ცვლადის - თითოეული ცდის პირის კანის მგრძნობელობის შეფასებაც. თუმცა სწორედ ჩატარებული სტატისტიკური ანალიზი იმედს გვაძლევს, რომ ამ ცვლადების გაუთვალისწინებლობამ დიდად არ დააზიანა ექსპერიმენტი.

კვლევის აღნიშნული შეზღუდვები მიუთითებენ იმაზე, რომ საჭიროა უფრო ფართომასშტაბიანი კვლევის ჩატარება.

## დასკვნა

1. ადამიანის მიერ ტკივილის განცდა ნაკლებად ძლიერია, როდესაც ადამიანი გადრთხილებულია მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ. ტკივილის განცდა უფრო ძლიერია, როდესაც ის მოულოდნელია;
2. ტკივილის განცდა არ არის დამოკიდებული ტკივილის შესახებ გაფრთხილებასა და ტკივილის მიყენებას შორის დაყოვნების ხანგრძლივობაზე;
3. მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ გაფრთხილებისთანავე მყისიერად აქტივდება თავის ტვინის ჰემისფეროების შუბლის წილის ორბიტალური-ფრონტალური უბანი. ტკივილის მოულოდნელად მიყენების შემთხვევაში ამ უბნის აქტივობა მატულობს გარკვეული დაყოვნებით. როგორც ჩანს, ანალგეზიური ეფექტი კონტროლდება ორბიტალურ-ფრონტალური უბნის მიერ და ეს ფაქტი დროულად ვითარდება იმ შემთხვევაში, როდესაც ადამიანი ელოდება ტკივილს;
4. მიღებულ მონაცემებზე დაყრდნობით, შესაძლებელია რეკომენდაცია გავუწიოთ მედიკოსებს, რომ უმჯობესია პაციენტი გაფრთხილებულ იქნას მოსალოდნელი ტკივილის შესახებ, რაც შეუმსუბუქებს მას სამედიცინო პროცედურის ჩატარების დროს ტკივილის განცდას.

## ბიბლიოგრაფია:

- Aartman, I.H. de Jongh, A. Makkes, P.C. and Hoogstraten, J. (1999). "Treatment modalities in a dental fear clinic and the relation with general psychopathology and oral health variables". *British Dental Journal* 186, May, no.9467-71.
- Ahmad, A. and Che Badariah, A.A. (2014). "The Brain in Pain". *Malaysian Journal of Medical Sciences* 21, no. Spec, December, p.46-54.
- Babiloni, C. Brancucci, A. Del Percio, C. Capotosto, P. Arendt-Nielsen, L, C N Chen, A, and Rossini, P.M. (2006). "Anticipatory Electroencephalography Alpha Rhythm Predicts Subjective Perception of Pain Intensity". *Journal of Pain* 7, October, no.10 709-717. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jpain.2006.03.005> (accessed June 18, 2018).
- Bamberger, C.M. Schulte, H.M. Chrousos, G.P. *Endocr Rev.* 1996 Jun; 17(3):245-61.
- Bushnell, M.C. Ćeko, M. and Low, L.A. (2013). "Cognitive and emotional control of pain and its disruption in chronic pain". *Nature Reviews Neuroscience* 14, no., June. 7 502-511. doi: 10.1038/nrn3516 (accessed June 18, 2018).
- Cannon, W.B. Organization for physiological homeostasis. *Physiol Rev.* 1929a;9:399-431.
- Cannon, W.B. *The wisdom of the body.* W.W. Norton; New York: 1939.
- Damasio, A. (1994). *Descartes' error: Emotion, reason and the human brain.* New York: Putnam,
- Davidson, R.J. Marshall, J.R. Tomarken, J.A. and Henriques, J.B (2000), "While a phobic waits: regional brain electrical and autonomic activity in social phobics during anticipation of public speaking." *BIOL PSYCHIATRY* (Society of Biological Psychiatry) 47, no. 2: p.85-95.
- Hainsworth, J. and Heather, B. (2009) .*Clinical Psychology in Dentistry: A Guide to Commissioners of Clinical Psychology Services.* Great Britan: British Psycholigcal Society, URL: <https://www1.bps.org.uk/system/files/Public%20files/DCP/cat-391.pdf> (accessed June 18, 2018).
- Hill, C.A. Harris, R.C. Kim, H.J. Harris, B.D. Sale, C. Boobis, L.H. Kim, C.K. Wise, J.A. (2007). "Influence of beta-alanine supplementation on skeletal muscle carnosine concentrations and high intensity cycling capacity". February, *Amino Acids* 32, p. 225-233.
- Humphris, G.M. Dailey, Y.M. and Lennon, M.A. (2001). "Dental Anxiety: The use of dental anxiety questionnaires: a survey of a group of UK dental practitioners". *British dental journal* 190, no.8, April: 450-453.
- Jannetti, G.D. and Mouraux, A. (2010). "From the neuromatrix to the pain matrix (and back)". *Experimental Brain Research* 205, no.1, August, 1-12. doi: 10.1007/s00221-010-2340-1. Epub 2010 Jul 6. (accessed June 18, 2018).
- Jeanmonod, D. Magnin, M. Morel, A. Siegemund, M. Cancro, A. Lanz, M. Llinás, R. Ribary, U., Kronberg, E. Schulman, J. and Zonenshayn, M. (2001). "Thalamocortical dysrhythmia II. Clinical and surgical aspects". *Thalamus & Related Systems* 1, no.3 245-54. <https://doi.org/10.1017/S1472928801000267> (accessed June 18, 2018).
- Jensen, M.P. Gertz, K.J. Kupper, A.E. Braden, A.L. Howe, J.D. Hakimian, S. and Sherlin, L.H. (2013). "Steps toward developing an EEG biofeedback treatment for chronic pain". *Appl Psychophysiol Biofeedback* 38, no.2, June.:101-8. doi: 10.1007/s10484-013-9214-9 (accessed June 18, 2018).
- Kevetter, G.A. and Willis, W.D. Collateralization in the spinothalamic tract: new methodology to support or deny phylogenetic theories. *Brain Research Reviews* 7:1-14, 1984

- Koyama, T. McHaffie, J.G. Laurienti, P.J. and Coghill, R.C. (2005). "The subjective experience of pain: where expectations become reality". *PNAS* 102, no.36, September, 12950–5. <https://doi.org/10.1073/pnas.0408576102> (accessed June 18, 2018)
- Lyons, I.M. and Beilock, S.L. (2012). "When Math Hurts: Math Anxiety Predicts Pain Network Activation in Anticipation of Doing Math". *PLoS ONE*, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0048076> (accessed June 18, 2018)
- Mehler, W.R. The anatomy of the so-called "Pain Tract" in man: an analysis of the course and distribution of the ascending fibers of the fasciculus anterolateralis. In: Basic Research in Paraplegia (French, J.D., editor; , and Portor, T.W., editor. , eds). Springfield, IL: Charles C Thomas, 1962.
- Nir, R.R. Sinai, A. Moont, R., Harari, E. and Yarnitsky, D. (2012). "Tonic pain and continuous EEG: prediction of subjective pain perception by alpha-1 power during stimulation and at rest". *Clin Neurophysiol* 123, no.3: 605-12. doi: 10.1016/j.clinph.2011.08.006 (accessed June 18, 2018).
- Oosterink, F. De Jongh, A.D. Hoogstraten, J. and Aartman, I.H.A (2008). "The Level of Exposure-Dental Experiences Questionnaire (LOE-DEQ) a measure of severity of exposure to distressing dental events". *European Journal of Oral Sciences* 116, July: 353-361. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0722.2008.00542.x> (accessed June 18, 2018)
- Ploghaus, A. Naraian, C. Beckmann, C.F. Clare, S. Bantick, S. Wise, R. Matthew, P.M. Rawlins, J.N. and Tracey, I.(2001). "Exacerbation of pain by anxiety is associated with activity in a hippocampal network". *Journal Neuroscience* 21, no.24, December: 9896-903
- Ploghaus, A. Becerra, L. Borras, C. and Borsook, D. (2003). "Neural circuitry underlying pain modulation: expectation, hypnosis, placebo". *Trends in Cognitive Sciences* 7, no.5, May: 197-200
- Rhudy, J.L. and Meagher, M.W. (2000). "Fear and anxiety: divergent effects on human pain thresholds". *Pain* 84, no.1 January: 65-75
- Reichert, P. Gerdes, A.B. Pauli, P. and Wieser, M.J. (2013). "On the mutual effects of pain and emotion: facial pain expressions enhance pain perception and vice versa are perceived as more arousing when feeling pain". *Pain* 154, no.6 June: 793-800. doi: 10.1016/j.pain.2013.02.012 (accessed June 18, 2018).
- Song, G.H. Venkatraman, V. Ho, K.Y. Chee, M.W. Yeoh, K.G. and Wilder-Smith, C.H. (2006). "Cortical effects of anticipation and endogenous modulation of visceral pain assessed by functional brain MRI in irritable bowel syndrome patients and healthy controls". *Pain* 126, no.1-3, December: p.79-90.
- Steimer, Th. (2002). "The biology of fear-and anxiety-related behaviors". *Dialogues Clin Neurosci* 4, no.3, September 2002: 231-249
- Sullivan, R.M. and Gratton, A. (2002). "Prefrontal cortical regulation of hypothalamic-pituitary-adrenal function in the rat and implications for psychopathology: side matters". *Psychoneuroendocrinology* 27, no.1-2 January: 99-114
- Teplan, M. (2002). "Fundamentals of EEG measurement". *Measurement Science Review* 2, no.2
- Van Wijk, A.J. and Hoogstraten, J. (2003). "The Fear of Dental Pain questionnaire: construction and validity". *European Journal of Oral Sciences* 111, no.1 February p.12-18. <https://doi.org/10.1034/j.1600-0722.2003.00005.x> (accessed June 18, 2018)
- Van Wijk, A.J. and Makkers, P.C. (2008). "Highly anxious dental patients report more pain during dental injections". *British Dental Journal* 205, no.3, August, 142-3. doi: 10.1038/sj.bdj.2008.583 (accessed July 18, 2018)
- Vancleef, L.M. Peters, M.L. Roelofs, J. and Asmundso, G.J.G. (2006). "Do fundamental fears differentially contribute to pain-related fear and pain catastrophizing? An evaluation of the sensitivity index". *European Journal of Pain* 10, no. 6, August: 527-536 <https://doi.org/10.1016/j.ejpain.2005.07.006> (accessed June 18, 2018)



- Vlaeyen, J.W. and Linton, S.J. (2000). "Fear-avoidance and its consequences in chronic musculoskeletal pain: a state of the art". *Pain* 85, April no.3 p.17–32
- Yu, A.J. and Peter, D. (2005). "Uncertainty, neuromodulation, and attention". *Neuron* 46, May no. 4: 681–92. DOI: 10.1016/j.neuron.2005.04.026 (accessed June 18, 2018)
- Стори, Д. "Ожидание боли хуже, чем сама боль". (2014). Март, <http://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/fenomeny/a13518/> (accessed June 18, 2018)