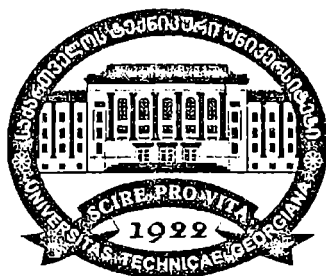


საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
Грузинский технический университет
Georgian Technical University

ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები – 2
Вербальные коммуникативные технологии – 2
Verbal Communication Techniques – 2

საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის მასალები
Материалы международной научной конференции
International Conference Proceedings



II

თბილისი Tbilisi Тбилиси
2010

Вербальные коммуникационные технологии – 2
Verbal Communication Techniques – 2
საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის მასალები
Материалы международной научной конференции
International Conference Proceedings

სარედაქციო კოლეგია:

ბორის იმნაძე – ფილ. მეცნიერებათა დოქტორი, სრ. პროფესორი
თეიმურაზ ჯაგოდნიშვილი – ფილ. მეცნიერებათა დოქტორი, სრ. პროფესორი
თამარ მებუკე – ფილ. მეცნიერებათა დოქტორი, სრ. პროფესორი
ტატიანა მგვრელიშვილი – ფილ. მეცნიერებათა დოქტორი, ასოც. პროფესორი

Редакционная коллегия:

Борис Имнадзе - доктор филологических наук, full-профессор
Теимураз Джагоднишвили – доктор филологических наук, full-профессор
Тамар Мехуке - доктор филологических наук, full-профессор
Татьяна Мегрелишвили - доктор филологических наук, ассоц. профессор

Editorial Board:

Boris Imnadze – PhD in Philology, Professor
Teimuraz Jagodnishvili – PhD in Philology, Professor
Tamar Mchuke - PhD in Philology, Professor
Tatiana Megrelishvili - PhD in Philology, Associate Professor

კომუნიკაციის ასახვის თემებს, რომლებიც წარმოდგენილია საერთაშორისო კონფერენციასა და შედეგთა კომპილაციური ტექნოლოგიების ვერბალურ თემატიკურებებს. პრობლემისათვის მოცემულ თანამედროვეობის ტექნოლოგიურ არსებობას, და მათი მეცნიერული კვლევის თანამედროვე დონის გათვალისწინების საშუალებას იძლევა.

Издание отражает вынесенный на обсуждение в рамках Международной конференции «Вербальные коммуникационные технологии» Широта проблематики, острота обсуждаемых вопросов позволяют составить представление о степени разработанности научных проблем в кругах движения научной мысли на данном этапе научного познания

The publication reflects the range of themes discussed at the International Conference “Verbal Communication Techniques” The wide variety of problems and polemics around them reveal the state of their elaboration as well as current trends of thought at the given stage of scientific study.

მისამართი: თბილისი, 0175, კოსტავას ქ. 77, Y1 კორპუსი, ტელ.: (+995 32) 36 51 07

Адрес: Тбилиси, 0175, ул. Костава 77, Y1 корпус, тел. (+995 32) 36 51 07

Address: 77 Kostava St. 0175, Tbilisi, Georgia, Tel.: (+995 32) 36 51 07

© საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი“, 2010

ISBN 978-9941-14-849-1 (ყველა ნაწილი)

ISBN 978-9941-14-854-5 (მეორე ნაწილი)

<http://www.gtu.ge/publishinghouse/>



ვერბალური კომუნიკაციის თემატიკის მიზნით, ამ წიგნის არც ერთი ნაწილი (თქვამს) ვერც ერთი ავტორისათვის არის სხვა არანაირი ფორმით და საშუალებით (თქვამს) ეს ვლადიმერისთვის არ შეიძლება გამოეყენებოდეს იქნას გამოცემის წარმოდგენის სტადიის ვერბალური

საერთაშორისო კონფერენციის დარღვევა იხევა კანონით

ყველა სტატია იხევა ავტორთა რედაქციით

Все статьи печатаются в авторской редакции.

All published articles are edited by the authors.

სარჩევი/Оглавление/Contents

კომუნიკაციური ტექნოლოგიები საინფორმაციო სისტემებში, საინჟინრო და ტექნიკურ დარგებში/Коммуникативные технологии в информационных системах, инженерной и технической областях/Verbal Communication and Information Systems and Engineering

ბ. ბებნაძე. საქართველოს ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარების მდგომარეობა, პერსპექტივები და შესაძლო უარყოფითი შედეგები 7
ალექსანდრე ბენაშვილი, გიორგი ბენაშვილი. თანამედროვე ტექნიკური ინტერფეისების განვითარების სფეროში 15
დარეჯან გულაძე. საინფორმაციო სისტემები და ტექნოლოგიები 18
მ. დავითაია. გარემოს ფსიქოლოგიის საკითხისათვის 23
Alexandre Ediberidze, Badri Meparishvili, Gulnara Janelidze. Information exchanging aspects 28
თ. თათეშვილი. ელექტრონული პიპერტექსტის სტრუქტურა და ძირითადი თვისებები 33
ნ. იმნაძე. ვისუფალური და ვერბალური კომუნიკაცია არქიტექტურაში 37
კაპანაძე ლ. ა., აბაშიძე ქ. ნ. PR და რეკლამა მსუბუქ მრეწველობაში 42
მ. კიკნაძე, ა. კობიაშვილი, თ. უვანია. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო სისტემების ანალიზი სასწავლო პროცესისათვის 45
თ. ლომინაძე, რ. პაპიაშვილი, ლ. პაპაია. ვერბალური კომუნიკაცია 3D ვირტუალურ გარემოში 49
მ. მაისურაძე. თბილის-ქალაქი და ტრადიცია 54
Tamila Mikeladze. Internet symbols In Verbal/nonvocal Internet Communication 59
В. Радиевский, Д. Радиевский. Вербальные модели знаний в задачах управления сложными системами 63
მ. ფონსუა. თბილისში ურბანიზაციის განვითარების თანამედროვე ეტაპი და კულტურული მემკვიდრეობა 69
А.И. Прангишвили, С.В. Прокопьев. Возможности использования теории принятия решений в конфликтологии 73
ნინო ხაბეიშვილი. ქალაქის კოლფორსტიკის ზოგადი ასპექტები 77
ანზორ ხაბეიშვილი, ზვიად ანთელიძე. ადრეული ხისტემის გაანგარიშება თანაბრად განაწილებული ტესტირის დარტყმის დროს 81
დ. ქორჩილაია, ლ. ლურსმანაშვილი. მოდელის კომპოზიციური კონსტრუქციული ნიშნების გრაფიკული და ვერბალური მახასიათებლების ანალიზი 84
გ. შიშველაშვილი. ახალწარმოქმნილ მითხეივებთან ურბანული სტრუქტურის შესაბამისობის ქალაქთმშენებლობითი პრობლემები 87
მაკა ჩიტაძე. ვერბალური კომუნიკაციების გავლენა საქართველოს მოდის გაერცვლებასზე 94
გ.ჯანელიძე, ე. კუნელაშვილი, ნ. ესიაია, ა. ჯანელიძე. საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა და მანქანური დამუშავების თავისებურებების განსახლება კრიმინალისტიკურ ექსპერტიზაში 97

უცხოური ენები და ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები/ Иностранные языки и вербальные коммуникативные технологии/ Foreign Languages and Verbal Communicative Techniques

Марине Арошидзе, Индира Дзигания. Особенности мультикультуризма в Грузии XXI века 102
Абсадае Э.Д. Особенности творческих пересказов в начальных классах 105

I. Bagrationi. The Issue of Student Distance Communication and Collaboration (For English Teaching) .	108
Ч.А.Бедатов. Современные проблемы межкультурной коммуникации и обучение иноязычной речевой деятельности	113
მ. ბელთაძე. სტუდენტთა ეფექტური კომუნიკაცია უცხოური ენის სწავლებისას	118
Арсенова А.К., Битикова А.И. Дидактические возможности применения мультимедиа в учебном процессе высшей школы	123
ქეთევან გორიტაშვილი, თამარ ლომინაძე, მარიამ მანჯგელაძე. ენის ელექტრონული სწავლება და ეიქტუალური სასწავლო გარემო	127
Д.Б.Джавидова, М.Р. Сафаралиева. Соотношение и взаимодействие иноязычной межкультурной, коммуникативной и рефлексивной компетенций при обучении студентов русскому языку	132
L. Todua. Using information and communication technology in teaching spoken legal English . .	137
Видас Кавалиუსკас (Vidas Kavaliuskas). Применение информационных технологий при обучении правильному произношению и акцентуации литовского языка	142
Э.А Кацитадзе. Роль иностранных языков в межкультурной профессиональной коммуникации	148
ა. კეხელაძე. უცხოური ენების კომპიუტერული ხისტემით სწავლების სტრუქტურული ანალიზი	153
Ф.А.Курбанова. Иностранные языки в межкультурной коммуникации начала XXI века	157
N.A. Madunova. The Role of Foreign Languages in Intercultural Communication	161
Anna Mxheidze. Русский язык в общеобразовательных школах Грузии	164
Т. Цолая. Структурно-семантическая и грамматическая характеристика фразеологических единиц современного английского языка	169
Dr M Rajani, Ch Gayathri, M V P Kumar, P R Sudha. The Use of Information Technology In School Education System - A Theoretical View	174
ბ. ყუფარაძე, ლ. ყავლაშვილი. ნასესხობები ინგლისურსა და ბელგიურ ფრანგულში	180
Т.Н. Юнусов. Общепедагогические и методические требования к учителю иностранного языка	185
<u>კომუნიკაციური ტექნოლოგიები სამართალმცოდნეობასა და სოციალურ დისციპლინებში/Коммуникативные технологии в правоведении и социальных дисциплинах/Communicative Techniques in Law and Social Sciences</u>	
Асылго Айнуяр Музаффар. Metaphor in the cognitive structure of the Legal discourse . . .	189
Е.А.Антониян. Информация в криминальных обычаях и традициях	192
Ю.М. Антонян. Архетипы как хранитель информации	196
Мари Гелаевна Бандзеладзе. Социологические исследования, как коммуникационное средство для PR	198
მიათ გურამიშვილი. კონფლიქტების სისტემურ-ინფორმაციული კვლევების პრობლემა	201
კონსტანტინე დოხნაძე კომუნიკაციური აგრესიის გამოვლენის ფორმები ოჯახურ ურთიერთობებში	204
ლ. კაპანაძე, ქ. აბაშიძე. PR და რეკლამა მსუბუქ მრეწველობაში	208
ლ. კაპანაძე, ე. ხახუტაშვილი. რუსული PR წარსულში	211
მაქაქიატა ნინო. საშუალო ფენა სასოფალეობის სოციალურ სტრუქტურაში	215
С.И. Сеидов. Творчество в сублимизме и психоанализ	219
ნინო თეიმურაზის ასული კუპრაშვილი. სასოფალეობასთან ურთიერთობის (PR) მნიშვნელობა თანამედროვე სიურცეში	224
Mansura Tofiq qizi Aliyeva. Translation as a means of cross-cultural communication	229

<i>Khatuna Beridze. Tracing Postcolonial in Translation: "Data Tutashkhia"</i>	235
<i>З. Гурамияшвили, В. Сидамонидзе. Принцип стилистической обработки текста при техническом переводе</i>	239
<i>Humbatova Aytan. Translation of neologisms</i>	244
<i>T.V. Diasamidze. Nonverbal Communication in Intercultural Context</i>	247
<i>Джафарова К.Г. Перевод как средство межкультурной коммуникации</i>	251
<i>Дали Дობорджинидзе. Диалогическое единство как единица перевода в драматургии . . .</i>	257
<i>Nigar Veliyeva. Translation as a Means of Intercultural Communication .</i>	261
<i>Ирина Капанадзе. Переводческие приемы раннеславянских и современных русских переводов Библии</i>	265
<i>მაკა ლაშხია. სიყვარულის იდეა პლატონისა და მარსილიო ფინჩინოს მოძღვრებებში</i>	272
<i>ნანა მაზმიშვილი, ნინო არაშიძე. იდიომატური სიტყვათშეთანხმება. როგორც თარგმნის ერთეული</i>	276
<i>Оруджеева И.Г. Случаи использования метонимии в романе Даниэля Дефо «Приключения Робинзона Крузо» и их перевод на русский язык</i>	280
<i>Е. М. Оруджеева. Методы перевода французских кулинарных терминов как составная часть реалий разносистемных языков</i>	286
<i>ქ. სვანიძე. მანქანური თარგმანის თამხანდროვე მდგომარეობა და პერსპექტივები</i>	289
<i>Л. Чхенкели. Перевод один из приемов обучения русскому языку как иностранному в технических вузах</i>	294

კომუნიკაციური ტექნოლოგიები ჟურნალისტიკაში/ Коммуникативные технологии в журналистике/Communicative Techniques in Journalism.

<i>Басилая Наталья. Коммуникативные технологии в глянцевои журналистике</i>	299
<i>ქ. ბობუა. ვერბალური კომუნიკაციები სივრცესა და დროში ქართული საინფორმაციო სააგენტოების მაგალითზე</i>	304
<i>ქეთევან გაფრინდაშვილი. ე. დიურკჰეიმის და პ. სოროკინის დანაშაულის სოციოლოგიის საგნის შესახებ</i>	309
<i>ქ. ვიორგობიანი, მ. დათუკიშვილი. ვერბალური აგრესია, როგორც ერთ-ერთი ჟურნალისტური ხერხი</i>	312
<i>თამარ დოლიძე. ინგლისურენოვანი საგაზეთო სათაურების დექსიკის თარგმანის თავისებურებანი</i>	316
<i>Е.П.Козлова. Воздействующая функция языка медиатекстов в современном информационном обществе .</i>	320
<i>რუსუდან ლორთქიფანიძე. „შეხშიანება“ და „შეძახილი“, როგორც ხერხი თანამედროვე ქართულ პუბლიცისტიკაში</i>	325
<i>თამარ მალაღალურაძე. სოფიერთი რამ სოციალური სწავლებების თეორიის ისტორიიდან .</i>	329
<i>ვაჟა პაპასკირი. ჟურნალისტური ეთოსი</i>	333
<i>მ. შულგეია. რეკლამა პირველ ქართულ გაზეთში</i>	336
<i>ივ. ჯაგოდნიშვილი. ჟურნალისტიკის ურთიერთობა ინტერნეუტთან როგორც ინტერაქტიული პროცესი</i>	340
<i>ქეთი ჯიჯეიშვილი. პოლიტიკური ტელერეკლამის როლი საარსენეო კომპანიაში</i>	345

კომუნიკაციური ტექნოლოგიები პოლიტიკაში, ეკონომიკასა და ბიზნესში/Коммуникативные технологии в политике, экономике и бизнесе/Communication Techniques in Politics, Economics and Business.

<i>მაია ამირეულაშვილი. პოლიტიკა და მედიატექნოლოგიები</i>	349
<i>ნატო ბეძიაშვილი. ბიზნეს-გეგმის შედგენისას გასათვალისწინებელი მომენტები</i>	353

Belenchikoff (DFR). Text. Language and Lingua Personality in the Art of John Fowles .	358
<i>ელიშერ(ეპიფანე) გვენეტაძე.</i> მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების როლი კონფლიქტების დარეგულირების პროცესში კავკასიაში	365
<i>ზუმბურიძე ო.გ., ხახუტაშვილი ე.ე.</i> ახალი ეკონომიკა და მარკეტინგი <i>თოდუა თეა, თოდუა თამარ.</i> ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები ბიზნესში	368
<i>ნ. კოტეტიშვილი.</i> ფასიანი ქაღალდების განვითარებული ბაზრები	374
<i>თამაზ ნუცუბიძე.</i> საინფორმაციო სივრცის გლობალიზაცია	378
<i>ნინო პეტრიაშვილი.</i> ვერბალური კომუნიკაციის როლი კონფლიქტის მოგვარებაში	383
<i>მ. სამადაშვილი.</i> ვერბალური კომუნიკაციების მნიშვნელობა მენეჯერთა საქმიანობაში	387
<i>ო. ფანულია.</i> კომუნიკაციური ტექნოლოგიები თანამედროვე ბიზნესში	391
<i>ვაჟა შუბითიძე, ვიორგი გიორგაძე, ნანა შონია.</i> საბანკო ბაზრათვით ხარგებლობის დადებითი და უარყოფითი მხარეები	396
<i>ე. შუბითიძე, გ. გიორგაძე.</i> პოლიტიკური კომუნიკაციის როლი არჩევნებში	400
	408

**კომუნიკაციური ტექნოლოგიები საინფორმაციო სისტემებში,
საინჟინრო და ტექნიკურ დარგებში/Коммуникативные технологии в
информационных системах, инженерной и технической
областях/Verbal Communication and Information Systems and Engineering**

*ბ. ბებნაძე
გორის უნივერსიტეტი*

**საქართველოს ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარების
მდგომარეობა, პერსპექტივები და შესაძლო უარყოფითი შედეგები**

თანამედროვე მსოფლიოს გლობალიზაცია დაფუძნებულია კომპიუტერულ, საინფორმაციო და ტელეკომუნიკაციო ტექნოლოგიებზე. მსოფლიოს ერთიანი საინფორმაციო სივრცისა და სტანდარტების წამოყალიბება უსრულებელია მსოფლიო ფინანსური, ტექნოლოგიური, ეკონომიკური, პოლიტიკური და კულტურული ერთიანობის ზრდას. აქედან გამომდინარე, ინფორმაციზაცია შეიძლება გლობალიზაციის ძირითად მამოძრავებელ ძალად მივიჩნიოთ.

ინფორმაციული ინდუსტრია მსოფლიო ეკონომიკის დინამიურ სფეროს წარმოადგენს. იგი ხასოვადობას ეკონომიკური საქმიანობის ახალ გზებს და მეთოდებს სთავაზობს და გაელენახ ახდენს ეკონომიკის ექვლა დარგის განვითარებაზე.

თანამედროვე ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა შეამცირა მწარმოებლები და მომხმარებლებს შორის ფიზიკური კონტაქტების აუცილებლობა. დღითიდღე იზრდება ინფორმაციული ეკონომიკის როლი მსოფლიოს ტელეკომუნიკაციების, მედია-ბიზნესის, კავშირგაბმულობის, ინტერნეტით მომსახურების სფეროებში. ინტერნეტი ექვლაზე სწრაფი და მზარდი კომუნიკაციის საშუალებაა მთელი ცივილიზაციის ისტორიაში.

მსოფლიო გლობალიზაციის პროცესი ექვლაზე სწრაფად ინფორმაციული ინდუსტრიის სფეროში მიმდინარეობს, რადგანაც ინფორმაცია, თავისი შინაარსითა და სტრუქტურით, ექვლაზე გაერცვლებული პროდუქტია. კომუნიკაციების სფეროს მზარდმა განვითარებამ ხელი შეუწყო ქვეყნებს შორის ინტეგრაციის პროცესების გაღრმავებას, რადიკალურად შეიცვალა საერთაშორისო ურთიერთობების სტრუქტურაც. ინფორმაციული და კომუნიკაციური ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ და გამოყენებამ არა მხოლოდ ხელმისაწვდომი გახადა ახალი შესაძლებლობები ეკონომიკაში, მეცნიერებაში და კულტურაში, არამედ მსოფლიო თანამეგობრობის წინაშე ახალი მრავალწახნაგოვანი და უროფლესი ამოცანებიც დააყენა.

დღეისათვის მსოფლიოს ექვლა ქვეყანა სხვადასხვა დონით ახორციელებს ინფორმაციზაციის პროცესს. მრავალ ქვეყანას შემუშავებული აქვს ინფორმაციზაციის ნაციონალური პროგრამები, ადგილობრივი თავისებურებების და პირობების გათვალისწინებით. ინფორმაციზაციის პროგრამის წარმატებულად შექმნის, დანერგვისა და რეალიზაციისათვის სასურველია მოწინავე ქვეყნების გამოცდვლებისა და მსოფლიო თანამეგობრობის საერთო პრინციპების გათვალისწინება. კერძოდ:

1. ინფორმაციული სექტორის პრიორიტეტული ხასიათის აღიარება;

2. მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის მიღწევების ფართო გამოყენება;
3. ინფორმაციაში მნიშვნელოვანი ფინანსური სახსრების დაბანდება;
4. ინდუსტრიული საზოგადოებიდან ინფორმაციულზე გადასვლა.

თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ბიზნესის მართვის სისტემებისათვის გადაწყვეტილებათა მიღების ხელშეწყობი ეფექტური მექანიზმების დამუშავება და კვლევა თანამედროვე ქსელური საინფორმაციო ტექნოლოგიების ინტეგრირებული გამოყენებით, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა. ელექტრონული ბიზნესისა და კომერციის მომხმარებელს ეძლევა ტექნიკური საშუალება ინტერაქტიულ-დიალოგური კრიტერიუმებით განსაზღვროს მისთვის საჭირო ინფორმაცია. დღეს მსოფლიოში საკმაოდ პოპულარული თემაა ელექტრონული კომერცია – კომპიუტერის მონიტორიდან უშუალოდ მსოფლიო ბაზარზე ყიდვა-გაყიდვის წარმოება. იგი ტექნიკური და ორგანიზაციული ფორმების ერთობლიობაა, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია მატერიალური ფინანსური აქტივების გადაცემა ბიზნესის ერთი სუბიექტიდან მეორეზე.

ჩვენი ცხოვრების დღევანდელი დინამიკური რიტმი და ტემპი მრავალ ხაზარმოს და უპირველეს ყოვლისა, თვით ადამიანს აიძულებს უფრო მოქნილი იყოს გარემოს ცვლილებათა მიმართ. ეკონომიკური საქმიანობის გლობალიზაციის და უნივერსალიზაციის პროცესი სულ უფრო და უფრო იწვევს წინა პლანზე, საჭირო ხდება ენერჯის, დროის და რა თქმა უნდა, ფინანსური რესურსების დაზოგვის ღონისძიებების გატარება. ელექტრონული ბიზნესი და კომერცია, როგორც ცნობილია, გამოიყენება ინტერნეტ-ტექნოლოგიის დახმარებით და მომხმარებელს მიეწოდება ინტერნეტ ქსელის საშუალებით. ამ თვალსაზრისით ელექტრონული კომერცია არის სწრაფი და ბიზნესის ეკონომიური სახე, რომელიც არ ცნობს სასაღვრებს.

დღეს ინტერნეტი არა მარტო ყველაზე მასშტაბური და იაფი ინფორმაციული რესურსია, არამედ იგი გვთავაზობს სხვადასხვა სქმიანობის მართვის ფორმათა რეალიზაციებს, სხვადასხვა სფეროსა და დარგის მულტიფუნქციური დამუშავების შესაძლებლობას გლობალური სისტემის ფარგლებში, რაც დროის, ბიზნესის მოღიანი ინფრასტრუქტურის (რეკლამა, შეკვეთების გაფორმება და შ.) და მატერიალური ხარჯის ეკონომიას უწყობს ხელს. ბიზნესის მართვის და წარმატებული ფუნქციონირების ერთ-ერთი მთავარი საფუძველია ინფორმაციული უსრუნველყოფა. თანამედროვე ბიზნესი, პრაქტიკულად მთლიანად, დამოკიდებული ხდება ინფორმაციულ სიერცესზე. თანამედროვე მსოფლიოში ინტერნეტ-ტექნოლოგიების სხვადასხვა კუთხით გამოყენება ერთ-ერთ ეფექტურ და მძლავრ საშუალებად ითვლება. საქართველოში, ჯერ-ჯერობით, მათი დანერგვის მიმართულებით მხოლოდ პირველი ნაბიჯებია იდგმება.

ამჟამად საქართველოში ინფორმაციული ეკონომიკის ბაზა ძალიან მწირადაა შესწავლილი. მისი მახასიათებლები ან საერთოდ არ არის წარმოდგენილი, ან მანკენებლებს ღებულდობენ სხვა მიზნებისთვის დაგროვილი მონაცემებიდან. სიძნელე იმაში მდგომარეობს, რომ სტატისტიკური დაკვირვებები ხანგრძლივ ხასიათს ატარებს, ხოლო ყველაზე არსებითი ცვლილება მსოფლიო ეკონომიკის ამ სეგმენტში ბოლო წლების განმავლობაში მოხდა. სიძნელე აგრეთვე გამოიხატება იმ ტერმინებსა და ცნებების არაერთგვაროვან გაგებაში, რომელიც ინფორმაციულ ეკონომიკას, საერთოდ ინფორმაციულ საზოგადოებას ახასიათებს.

საქართველოში ელექტრონული ბიზნესის განვითარებისათვის საჭიროა:

სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირება ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარებაზე ინტერნეტის გავრცელებასა და ელექტრონული ბიზნისის სტიმულირებაზე;

ელექტრონული ბიზნისის შესახებ საკანონმდებლო აქტების შემუშავება და მიღება;

- მცირე და საშუალო ბიზნისის კომპანიებისათვის საკონსულტაციო და ინფორმაციული მომსახურების სისტემის ჩამოყალიბება;

ინფორმატიზაციით დაკავებული ფირმებისათვის დაბალპროცენტუანი კრედიტის გამოყოფა;

- ინფორმატიზაციით დაკავებული ფირმების დასაცავა.

საქართველოში სტაბილური და განვითარებული ელექტრონული ბიზნისის ბაზრიდან შეუძლია მიაღწიოს გარკვეულ წარმატებებს:

1. ადგილობრივი ეკონომიკის წარმოების სრდა;
2. მსოფლიო ბაზარზე შედწევა;
3. კვალიფიცირებული საშუალო ძალისათვის საშუალო ადგილების შექმნა;
4. საინვესტიციო სისტემებში საინვესტიციო კაპიტალთან მუშაობა;
5. საგადასახადო შემოსავლების მიზილიზების დამტარება ელექტრონული გადასახადების ხარჯზე.

საქართველოში დროულად უნდა აუბას მხარი მსოფლიოს ელექტრონული ბიზნისის განვითარების სფეროში. ჩვენს ქვეყანაში ინფორმაციული ინდუსტრიის განვითარების ანალიზის ნატარებას აფერხებს მწირო სტატისტიკური ბაზის არსებობა. ანალიტიკური პრობლემა აწუხებს თითქმის ყველა ქვეყანას, რადგან ინფორმაციული პროდუქტის ბუნიებიდან გამომდინარე, ძნელია ინფორმაციული ეკონომიკის პარამეტრების დადგენა. ეს აიხსნება იმით, რომ ცვლილებები მიმდინარეობს ელვისებური სისწრაფით, ხოლო სტატისტიკური ინფორმაციის შეგროვების სისტემა არ არის სრულყოფილი და ვერ ასახავს სრულიად ანფორმაციული ტექნოლოგიების ზემოქმედებას.

საქართველოში ელექტრონული ბიზნისის განვითარებას ხელს უშლის გარკვეული პრობლემები:

1. მოსახლეობის დაბალი მსყიდველობითი უნარი;
2. საწარმოების, ორგანიზაციების და საოჯახო მეურნეობების კომპიუტერისაციის დაბალი დონე;
3. რეგიონებში ტელეკომუნიკაციების არათანაბარი განვითარება;
4. ელექტრონული ბიზნისის საკანონმდებლო აქტების არარსებობა;
5. ქართულენოვან ინტერნეტში ელექტრონული ბიზნისის თემაზე ვებ-გვერდების სიმწიფე და ა. შ.

90-იანი წლების გლობალური კონკურენცია განისახლერება ისეთი ფაქტორებით, როგორცაა ზუსტი და სასარგებლო ინფორმაციის მოპოვების შესაძლებლობა. ინფორმაციასთან სწრაფად მისაწვდომობას უზრუნველყოფს გლობალური ქსელი. იგი მომხმარებელს სთავაზობს არა მარტო სწრაფ მომსახურებას, არამედ ქმნის თანაბარ შესაძლებლობებს ყველა კომპანიისათვის. გლობალური ქსელში მუშაობისას ქება ის წინააღმდეგობები, რომლებიც წარმოიშობა ბიზნისის წარმოებისა და გასადების ბაზრის მოპოვებისას. ამ შემთხვევაში ყველაზე მცირე საწარმოებს შეუძლია კონკურენცია გაუწიოს მსხვილ კორპორაციებს, ინტერნეტის გარემოში ხელოვნურად კონსტრუირებული გვერდების საშუალებით.

აშშ-ში ინფორმაციულ ინდუსტრიას ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი უკავია ეკონომიკის პრიორიტეტულ დარგთა შორის. ინფორმატიზაციის განვითარებაში აშშ-ში ყოველწლიურად გაწეული ხარჯები ფედერალური

ბიუჯეტის წლიური ხარჯების 2%-ს შეადგენს. აშშ მსოფლიო კომპიუტერული ბაზრის 65%-ს აკონტროლებს. ინფორმაციულ ტექნოლოგიასა და მსოფლიოს ეკონომიკის წამყვან დარგებს შორის ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი ინტერნეტს უკავია, წლიური ბრუნვით – 500 მილიარდი დოლარი და დასაქმებულთა 3 მილიონი ადამიანით.

გლობალური ქსელის (ინტერნეტი) განვითარებამ ხელი შეუწყო მსოფლიოს ქვეყნებს შორის საბითუმო ვაჭრობას. ელექტრონული კომერციის განვითარებამ მნიშვნელოვნად გაამარტივა გადახდის სისტემა. რადიკალურად შეიცვალა ბაზრები. შემცირდა ნაღდი ფულით ანგარიშსწორება და გაფართოვდა პარტნიორული ურთიერთობა ელექტრონული კომერციის სფეროში. ინტერნეტის საშუალებით მსოფლიოს სავაჭრო მოცულობამ 2007 წლისათვის 106 მილიარდ დოლარს მიაღწია. 2009 წლისათვის იგი გაიზარდა 1,5-ჯერ, რაც მსოფლიოს ვაჭრობის საერთო მოცულობის 10%-ს შეადგენს.

ამჟამად ელექტრონული ბიზნესი ეკონომიკის ყველაზე სწრაფ განვითარებული და მაღალეფექტიანი სფეროა. მსოფლიოს მოწინავე ინდუსტრიული ქვეყნები წარმატებით ნერგავენ პროგრესულ ინფორმაციულ ტექნოლოგიებს, ეინადან ისინი ამით ერთდროულად ორ მწვავე პრობლემას წყვეტენ: ეკონომიკის აღმავლობას და სოციალური პრობლემების მოგვარებას. მსოფლიოს ტელესაკომუნიკაციო სისტემა ორი ძირითადი მიმართულებით ვითარდება: ინფორმატიზაცია და ოფშორული (საკონტაქტო) პროგრამირება.

მსოფლიოს საკომუნიკაციო სისტემაში დღეისათვის დომინირებენ ევროპის უძლიერესი კომპანიები: იტალიის „ტელეკომი“, გერმანიის „სიმენსი“ და დანიის „ტიტეკენი“ აღნიშნული კომპანიები მთლიანად ფლობენ ევროპის, აზიისა და აფრიკის ქვეყნების საინფორმაციო ბაზრებს. საქართველოს საკომუნიკაციო სისტემები უკვე სერიოზულ განაცხადს აკეთებენ მსოფლიო ბაზარზე შესაღწევად. ამის საფუძველია დედამიწის თანამგზავრზე მსოფლიოში ერთერთი უნიკალური ქართული ანტენის დადგმა და ევრაზიის სატრანსპორტო დერეფნის ფუნქციონირებისათვის ინფორმაციული სისტემის შექმნა. დღეისათვის მსოფლიოს ტელესაკომუნიკაციო ღიდებებს შორის საქართველოს უმნიშვნელო ადგილი უკავია, მაგრამ განვითარებადი ეკონომიკის ქვეყნისათვის მაინც სერიოზული განაცხადია.

მეცნიერებისა და ტექნიკის მრავალ სფეროში ფართო გამოყენება კოვია ბოკოფანია ოპტიკაში. ოპტიკური კაბელები 100-ჯერ ნაკლებს იწონის და 20-ჯერ მეტი ინფორმაციის გადაცემა შეუძლია. ოპტიკური მაგისტრალები გაყვანილია ინგლისში, იაპონიაში, ა.შ.შ-ში, გერმანიაში, იტალიაში, რუსეთში და ა. შ. სკლებსა და ოკეანეებში ჩადებული მაგისტრალების გამოყენებით საერთაშორისო სატელეფონო კავშირი დამყარებულია მსოფლიოს 10-ზე მეტ ქვეყანასთან. დღეს წყალქვეშა კაბელებს სერიოზული კონკურენტი გამოუჩნდა კავშირგაბმულობის თანამგზავრის სახით. საქართველოს ეკონომიკას დიდ შემოსავალს მოუტანს ტრანს-აზია-ევროპის ოპტიკურ-ბოკოვანი მაგისტრალი. ქვეყნის კავშირგაბმულობის სისტემისათვის ოპტიკური კაბელის მეშვეობით ვიდუოსატელეფონო კავშირების დამყარება არც ისე შორეული პერსპექტივაა.

1990-იან წლებში საქართველოს ეკონომიკის საბაზრო სტრუქტურებზე გადასვლამ წარმოაჩინა ის აუცილებლობანი, რომლებიც საინფორმაციო კომუნიკაციის სისტემის განვითარებასთანაა დაკავშირებული. დრომ განაპირობა ქვეყნის ჩართვის აუცილებლობა ერთიან მსოფლიო საკომუნიკაციო სისტემაში. ინფორმაციული ეკონომიკა უშუალოდ მოქმედებს ეკონომიკის ყველა სექტორზე. ქვეყნის განვითარება ამ სექტორის განვითარების დონეზეა დამოკიდებული. საქართველოში დაფუძნებული მცირე და საშუალო

ზომის კომპანიები, რომლებიც ინფორმირებული მომსახურების სფეროში საქმიანობენ, სწრაფად რეაგირებენ ბაზრის მოთხოვნებზე. ისინი ცდილობენ არ ჩამორჩნენ ინფორმაციული რევოლუციის მოთხოვნებს.

საქართველოში, ისევე როგორც ნებისმიერ ქვეყანაში, ინფორმატიზაციის პროცესი უდიდეს გააქვანას ახდენს ეკონომიკის ყველა სექტორზე. ძნელი ხდება წინასწარ განსაზღვროდეს ის, თუ რომელ სფეროში და როდის შეიქმნება ახალი სამუშაო ადგილები. განვითარებული ქვეყნების გამოცდილება გეიგენტებს, რომ ასეთი სფეროები შეიძლება გახდეს: კავშირგაბმულობა, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები, მულტიმედია, პროგრესული უსრუნველყოფის შექმნა, გართობის სფერო. მაგალითისათვის, ამერიკის კინონდუსტრიამ 1990 წელს უფრო მეტი სამუშაო ადგილი შექმნა, ვიდრე ერთად აღებულმა საავტომობილო და ფარმაცევტულმა მრეწველობებმა. ინფორმაციულ სექტორში არსებული რეალური სურათის შექმნას აფერხებს სტატისტიკური ბაზის უქონლობა. ამ საკითხის გადაწყვეტაში აქტიური მონაწილეობა უნდა მიიღოს ინფორმატიზაციისა და სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტებმა. მიზანშეწონილია სახელმწიფომ მჭიდროდ ითანამშრომლოს კერძო კომპანიებთან, რადგან სასოგადოების ინფორმატიზაციის პროცესი ყველაზე დინამურად ამ სექტორში ვითარდება. აუცილებელია ფირმებთან ერთად ინფორმატიზაციის პროცესზე არსებული ინფორმაციის შეგროვებისა და დამუშავების კონცეფციის შექმნა. ამჟამად, ინფორმაციული ინდუსტრია არსებით შემოქმედებას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდაზე, დასაქმების სტრუქტურაზე, განათლების ხასიათზე. იგი სასოგადოების განვითარების ეკონომიკური საფუძველი ხდება.

დღეისათვის კომპიუტერული ტექნოლოგიები ადამიანის საქმიანობის განუყოფელი ნაწილი გახდა. არსებობს უამრავი პროგრამული საშუალება, რომლებიც ნებისმიერი სირთულის ამოცანის გადაწყვეტის საშუალებას იძლევა და ადამიანის მიღწევას კონფორტულს ხდის სხვადასხვა სფეროში. მაგრამ, სამწუხაროდ, ამჟამებს რა სასოგადოების ცივილიზაციის პროცესს, ინფორმატიზაციის არასწორად უკონტროლო და კანონდარღვევით გამოყენებაში შეიძლება გამოიწვიოს ნაციონალური, რეგიონალური და გლობალური უსაფრთხოებისა და დემოკრატიის შესუსტება, ადამიანის უფლებების დარღვევა, სახელმწიფოს მართვის ფუნქციების განხორციელების კონტროლის დაქვეითება.

კომპიუტერული ინდუსტრია ძალიან სწრაფად ვითარდება და დღეისათვის ყველასათვის ხელმისაწვდომია გლობალურ ქსელში (ინტერნეტში) მუშაობა. გლობალური ქსელე, ერთის მხრივ, ინფორმაციასთან მუშაობის (გადაცემა, მიღება, დამუშავება) წინადადებულ ნაბიჯია, მაგრამ მას უარყოფითი მხარეებიც ახასიათებს – სახელმწიფოს მხრიდან ყველასათვის ხელმისაწვდომ ინფორმაციასე კონტროლის დაკარგვა.

დღეისათვის, მეცნიერულ-ტექნიკურმა რევოლუციამ განაპირობა ინფორმაციული საზოგადოების ჩამოყალიბება, რომელშიც ინფორმაცია თანამედროვე მსოფლიოს მართვის მთავარი ფაქტორი და ხელისუფლების ძირითადი ინსტრუმენტია. მართებულია მტკიცება, რომ თანაბარ პირობებში, სახელმწიფოს მიერ სტრატეგიული უპირატესობის მიღწევა მის განკარგულებაში მყოფ ინფორმაციულ შესაძლებლობებზე დამოკიდებულია. ამის მაგალითია, საბჭოთა კავშირისა და ამერიკის შორის „ცივი ომის“ შედეგები, რომელიც ხორციელდებოდა ინფორმაციული საშუალებებით. საბჭოთა კავშირმა მიადგინა ამერიკასთან პარიტეტს სამხედრო სფეროში, მაგრამ დამარცხდა ინფორმაციულ ბრძოლაში, რადგან აშშ-ში უდიდესი ყურადღება

ექვეოდა ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარებას და სრულყოფას. 1980 წელს ინფორმაციული ტექნოლოგიებზე იხარჯებოდა 8 მილიარდი დოლარი, ხოლო 1994 წელს – 25 მილიარდ დოლარზე მეტი. ამჟამად მსოფლიოს წამყვან ქვეყნებს (აშშ, იაპონია, საფრანგეთი, გერმანია) გააჩნია მძლავრი ინფორმაციული პოტენციალი, რომელიც მათ პოლიტიკური მიზნების განხორციელების საშუალებას აძლევს. მითუმეტეს, რომ არ არსებობს ინფორმაციის გამოყენების საერთაშორისო იურიდიული ნორმები.

მსოფლიო მასშტაბით ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა შესაძლო გახადა ინფორმაციის შემდეგი მიზნებით გამოყენება:

- ინფორმაციის, ინფორმაციული რესურსების და ინფორმაციული ინფრასტრუქტურის გამოყენება ადამიანის ფსიქიკაზე და ქცევაზე ზეგავლენის მიზნით;
- ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება (გლობალური ქსელის) სულიერი, კულტურული, ისტორიული, ტრადიციული ფასეულობების დანაშაულებად;

სასოგადოების სულიერ და პოლიტიკურ ფასეულობებზე ინფორმაციულ-ფსიქოლოგიური ზემოქმედება.

სოციალური ობიექტების ნეგატიური მოვლენებისაგან დასაცავად, გლობალურ ინფორმატიზაციის პროცესში აუცილებელია მისი დაცვის უსრუენეალოფა ინფორმაციულ-ფსიქოლოგიური ზემოქმედებისაგან. აუცილებელია არსებობდეს დამცავი სისტემა, რომელიც უსრუენეალოფს სპეციალური ინფორმაციის გავრცელების შესაძლებლობას, როდესაც ინფორმაციამ შეიძლება გამოიწვიოს უარყოფითი ზემოქმედება სასოგადოების ინფორმაციულ-ფსიქოლოგიური გარემოს განვითარებაზე. ამგვარი ინფორმაციის მაგალითებია გლობალურ ქსელში მოთავსებული პორნო და სექს-საიტები, უამრავი უხარისხო კლიპები და ფილმები ძალადობის, გამპირისმის, სადისმის, ტერორისმის და სხვა პროპაგანდით. რომლებიც დანაშაულებების რიგების სრლას იქვეებს ბავშვებში, რაც ეწველავს შემსარავი და საშიშია.

ეკონომიკის გლობალიზაციის პარალელურად განვითარდა კრიმინალური გლობალიზაცია. თანამედროვე ტრანსნაციონალური ორგანიზებული დანაშაულის განვითარების ახალი და საშიში ტენდენციაა კიბერდანაშაული ანუ ელექტრონულ გარემოში ჩადენილი დანაშაული.

უკანასკნელ წლებში საქართველო ჩართულია მსოფლიო გლობალიზაციის პროცესში. ინფორმაციული ინდუსტრიის გლობალურ განვითარებასთან ერთად იცვლება ხელისუფლების როლი და ადგილი სასოგადოების მართვის პროცესში. დღეისათვის სოციალურ-ეკონომიკური, პოლიტიკური და კულტურული პროცესების მიმდინარეობისას შეუძლებელია ხელისუფლების მხრიდან გადაწყვეტილებების მიღება გლობალიზაციისა და ინფორმატიზაციის ასპექტების გათვალისწინების გარეშე.

სასოგადოების ინფორმატიზაციისა და ადამიანები, სოციალური ფენები და სახელმწიფო ინფორმაციის ინტენსიური ზემოქმედების ქვეშ იმყოფება. მაგ: ერაყის მიხედვით ოპერაციის – „ქარიშხალი უდაბნოში“ – განხორციელების წინ აშშ-მ მოახერხა მისი სასაერო დაცვის კომპიუტერული სისტემების ეიარუსებით დაავადება. ამ ფაქტმა გადაწყვეტი როლი შეასრულა ოპერაციის წარმატებით დასრულებაში.

დაკვირვებების და ანალიზის შედეგად დამტკიცებულა, რომ ფაქტების მიხედვით და მეთოდური შეცვლა და მისი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით სასოგადოებისათვის მიწოდება, სასურველი სასოგადოებრივი აზრის ჩაორეალიზებას უწყობს ხელს. ადამიანის ფსიქიკაზე, ასრუენებაზე

გამომწვევი ორგანიზებული შემოქმედებით შესაძლებელია ადამიანის ქცევის დაპროგრამება. უფრო მეტიც, ბოლო ხანებში მიმდინარეობს მუშაობა კომპიუტერების საშუალებებით ადამიანის ქვეცნობიერებაში შეღწევაზე. მაგალითად, 1997 წელს იაპონიაში ტელევიზიით ნაჩვენებმა კომპიუტერულმა მულტფილმმა ბაეშეების დიდ ნაწილს ფსიქიკის მოშლის ნიშნები დაუტოვა. აქედან გამომდინარე, არსებობს არა მხოლოდ ინფორმაციის დაცვის პრობლემა, არამედ ინფორმაციისაგან დაცვის პრობლემაც. ინფორმაციისაგან დაცვის იწინააღმდეგეთაგან სხვადასხვა სახის ნეგატიური მოვლენები, რომელიც ადამიანის ჯანმრთელობასთანაა დაკავშირებული. კომპიუტერის ხანგრძლივი გამოყენების შედეგად ადამიანი მონიტორისაგან დასაშვებ ნორმაზე მეტ გამოსხივებას ექვემდებარება, თუმცა ეს პრობლემა ე. წ. თხევადი კრისტალებიანი მონიტორის შექმნით შეიძლება გადაწყდეს. ინფორმაციული ტექნოლოგიების აქტიურ გამოყენებას მინიმუმამდე დაჰყავს ადამიანებს შორის ურთიერთობა, ადამიანი მოწყვეტილი ხდება რეალურ სამყაროს და ცდილობს ბუნებრივი ურთიერთობების ფორმები ხელფორმები შემცველულებით ჩაანაცვლოს. შედეგად იგი ვირტუალურ სამყაროში ხვდება, რაც მის სოციალურ იზოლაციას იწვევს.

ინფორმაცია, რომლის მიმართებაში შეიძლება წარმოიქმნას ნეგატიური შედეგები, კანონით უნდა იყოს დაცული. კომპიუტერული სისტემების უსაფრთხოებისა და შესაბამისად, კომპიუტერული დანაშაულების წინააღმდეგ ბრძოლის ღონისძიებები შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოყალიბდეს:

- კომპიუტერული სისტემების კომპონენტების ფიზიკური უსაფრთხოების დაცვა;
კომპიუტერული სისტემების კომპონენტების დოკუმენტური უსაფრთხოების უსრუნველყოფა;
კომპიუტერული სისტემების კომპონენტების სოციალური უსაფრთხოების დაცვა;
- კომპიუტერული სისტემების ეთიკური უსაფრთხოების დაცვა.
კომპიუტერული დანაშაულების თავიდან აცილების მიზნით საჭიროა ტექნიკურ-ორგანიზებული (კადრების შერჩევა, იმ პირთა პასუხისმგებლობის გაზრდა, რომლებიც ვალდებული არიან უსრუნველყონ სისტემის უსაფრთხოება) და სამართლებრივი (კომპიუტერული დანაშაულებისა და ინტელექტუალური საკითხების შესახებ კანონის მიღება, ინფორმატიზაციის საშუალებების დაცვა) საფრთხეების აღმოფხვრა და სერტიფიკაცია, უფრო მეტი მასების საინფორმაციო საბაზისებში ექსპერტიზის ჩატარება, კომპიუტერული სისტემების პორნოგრაფიული პროდუქციით სარგებლობის აკრძალვის შესახებ სათანადო საკანონმდებლო დოკუმენტების შემუშავება) ღონისძიებების გატარება. საზოგადოებამ კარგად უნდა გააცნობიეროს ინფორმაციული აღმოჩენების გამოყენებისას მოსალოდნელი გაზრდილი საფრთხე. თუ ეს აღმოჩენები კონტროლს არ დაეუქმებებარეთ, შეიძლება კაცობრიობისათვის ტრაგიკული „მიღწევები“- სხვადასხვა სახის დანაშაული და უარყოფითი სოციალური შედეგები გამოიწვიოს.

ამრიგად, ინფორმაცია თავისი არსით, შეიძლება იყოს როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი მუხტის მატარებელი. მსოფლიოს ყველა ქვეყნისათვის საზოგადოების არასასურველი, არაჯანსაღი ინფორმაციული ნაკადებისაგან დაცვა სერიოზულ პრობლემას წარმოადგენს. ქვეყნებს, რომელთაც აქვთ მაღალ დონეზე განვითარებული საინფორმაციო ტექნოლოგიები საქართველოს ფინანსური და ინტელექტუალური რესურსები მსოფლიო საინფორმაციო სივრცეში, შეუძლიათ საზოგადოების ნაწილს ან სახელმწიფოს საკუთარი აზრი მოახვიონ. საინფორმაციო უსაფრთხოებისა და საინფორმაციო ომების

პრობლემის მოგვარება, მანეჟმენტის მართვითი ინფორმაციისაგან თავის დაღწევა მსოფლიო მნიშვნელობის პრობლემაა. საერთაშორისო სამართლებრივი შეთანხმებები, საკანონმდებლო აქტები, რეკომენდაციები მსოფლიოს ქვეყნებმა ერთად უნდა შეიმუშაონ, რადგან ამ პრობლემის მოგვარებას მხოლოდ ერთი ქვეყანა ვერ გაუმკლავდება.

თუ XIX საუკუნე ტექნიკური პროგრესის ხანად მოინათლა, XX საუკუნე – პოსტმოდერნისტულად, XXI საუკუნე კი ინფორმაციის საუკუნეა, როცა მთავარი პროდუქტი და რეალური ელემენტი არის ინფორმაცია – თავისი დადებითი და უარყოფითი შედეგებით. დღეს მთელი სამყარო ელექტრონული კავშირების მაღალ ტექნოლოგიებს ემყარება და საინფორმაციო კომუნიკაციების ეკონომიკის განვითარებისათვის სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს. თანამედროვე მსოფლიო წარმოუდგენელია ინტერნეტის გარეშე. საერთაშორისო სტანდარტებით, ინტერნეტი ყველაზე სწრაფად განვითარებადი მასობრივი საინფორმაციო საშუალებაა. თანამედროვე მსოფლიო საზოგადოება ინფორმაციული ტექნოლოგიების, კერძოდ კი, ინტერნეტის, როგორც გლობალური კომუნიკაციის ყველაზე აქტიური და განვითარებული ფორმის სახით ფლობს უზარმაზარ პოტენციალს, რომელიც მეტად რთული და (ყველაზე) გარკვეულია.

ლიტერატურა:

1. ნ. მადრაძე, ინფორმაცია ბიზნესში. ნაწ. I-II. თბ. 2005წ.
2. გ. კვაშილაძე, ინფორმაციული ინდუსტრიის განვითარების ტენდენციები. ჟურნ. ეკონომიკა. №6. 2001წ.
3. მ. მადრაძე, საზოგადოების ინფორმაციის პრობლემები. ჟურნ. ეკონომიკა №4-5. თბ. 2001წ.
4. ნ. ნადარაია, გლობალიზაციის თანამედროვე ტენდენციები და საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ძირითადი მიმართულებები. თბ. 2203წ.
5. მ. ცერცვაძე, ინფორმაციული ტექნოლოგიები და საზოგადოების გლობალური ინფორმაციის ძირითადი ასპექტები. ჟურნ. ეკონომიკა №5-6. თბ. 2005წ.
6. И. БЕК, Что такое глобализация. ФРГ. 2004г.
7. О. Вершинская, Информационное неравенство как социологическая проблема. М. 2001г.
8. М. Кастель, Информационная эпоха. М. 2002г.
9. В. И. Лойко, Информационные системы и технологии в экономике. М. 2005г

State of Development of the Information Technologies of Georgia, Perspectives and Possible Negative Results

Electronic business and commerce, as widely accepted, are realized by means of internet technologies and are supplied to the customer by means of internet services. In this respect, the electronic commerce is a quick and economic form of business, which does not recognize any borders. The use of internet-technologies in various aspects in the modern world is recognized to be one of the most effective and robust means of making business. In Georgia there have already been made first steps towards their inculcation.

ალექსანდრე ბენაშვილი
სტუ. ასოცირებული პროფესორი
გიორგი ბენაშვილი
სტუ. დოქტორანტი

თანამედროვე ტენდენციები ინტერფეისების განვითარების სფეროში

Keywords: serial bus, asynchronous transfer mode

ინტერფეისები პერსონალური კომპიუტერის ერთ-ერთ ძირითად კომპონენტს წარმოადგენენ. ინტერფეისების საშუალებით ხდება მონაცემების გაცვლა კომპიუტერის სხვადასხვა ბლოკებს, კომპიუტერსა და პერიფერიულ მოწყობილობებს შორის.

თანამედროვე პერსონალურ კომპიუტერებში სტანდარტული ინტერფეისები გამოიყენება, რაც მრავალი სხვადასხვა დანიშნულების, სწრაფქმედების, მუშაობის პრინციპებით განსხვავებული მოწყობილობის კომპიუტერთან შეერთების საშუალებას იძლევა.

კომპიუტერების განვითარების საწყის ეტაპზე უპირატესობა პარალელურ ინტერფეისებს ენიჭებოდა, რომელთა გამტარუნარიანობის ზრდა თანრიგის და სამუშაო სიხშირის ზრდით მიიღწეოდა [1], თუმცა ინტერფეისების განვითარების თანამედროვე ეტაპზე პარალელური ინტერფეისების მიმდევრობითი ინტერფეისებით ჩანაცვლების ტენდენცია გამოიკვეთა. ეს რამდენიმე მიზეზითაა განპირობებული:

- პარალელურ ინტერფეისებს გადაცემული სიგნალების ფაზური ძვრა ახასიათებთ. ამიტომ პარალელური ინტერფეისის კაბელის სიგრძე და სამუშაო სიხშირე ყოველთვის შესაბამისია;

მიმდევრობითი ინტერფეისები გამტარების მცირე რაოდენობას იყენებენ. ამიტომ შეფერხებები, რომლებიც მონაცემების გადაცემისას წარმოიქმნება, პარალელურ ინტერფეისთან შედარებით ბევრად ნაკლებია.

მიმდევრობითი ინტერფეისის კაბელები ბევრად იაფია, რადგან რამდენიმე გამტარისაგან შედგებიან და მოთხოვნები, რომლებიც მათ ეკრანირებას წაეყენება, პარალელური ინტერფეისის კაბელთან შედარებით ბევრად დაბალია.

მაღალ სიხშირეებზე მუშაობის დროს პარალელურ ინტერფეისებს დიდი ელექტრომაგნიტური გამოსხივება ახასიათებთ;

პარალელურ ინტერფეისებში გამოყენებული მაღალი ძაბვის სიგნალების მიღება თანამედროვე, მაღალ სიხშირეებზე მომუშავე მიკროსქემების გამოსასვლელებიდან გართულებულია.

თანამედროვე ინტერფეისებში გამოიყენება როგორც ერთგამტარიანი, ასევე დიფერენციალური სადტეები. ერთგამტარიანი (SE – Single-ended) ტექნოლოგია საკმაოდ იაფია, თუმცა წარმადობისა და შეფერხებების პრობლემას წარმოქმნის. ერთგამტარიანი სადტეს სოფტჯერ არადაბალანსებულ სადტესაც უწოდებენ. ყოველი სიგნალი ორი გამტარით ვრცელდება, რომლებიც, როგორც წესი, გადაგრეხილია შეფერხებების შესამცირებლად. ერთ გამტარს რეალური ძაბვა მიეწოდება, ხოლო მეორე – დამიწებულია (როგორც წესი, ყველა სიგნალისთვის საერთო დამიწება გამოიყენება). არადაბალანსებული

საღტე დაბალი შეფერხებაზედგობით გამოირჩევა, ამიტომ კაბელის მაქსიმალური სიგრძე შესულებულია.

დიფერენციალურ (LVD - Low Voltage Differential) საღტეში თითოეული სიგნალისათვის კავშირის ორგამტარიანი ხაზი გამოიყენება. პირველი გამტარით, ისევე, როგორც ერთგამტარიანი საღტის შემთხვევაში, პირდაპირი სიგნალი გადაიცემა, ხოლო მეორე გამტარით - სიგნალის ინვერსიული მნიშვნელობა (საპირისპირო ძაბვა). მიმღებ მოწყობილობას ამ ორი სიგნალის სხვაობა მიეწოდება. მონაცემების გადაცემის დიფერენციალური მეთოდის გამოყენება ზრდის საღტის შეფერხებაზედგობას და საღტის სიგრძის გაზრდის შესაძლებლობას იძლევა.

პარალელური საღტეებისგან განსხვავებით, თანამედროვე მიმდევრობითი საღტეები მონაცემთა გადაცემისთვის გამტარების დიფერენციალურ წყვილებს იყენებენ. მათი სამუშაო სიხშირე განუწყვეტლივ იზრდება და მომავალში 10 გჰც-ს მიაღწევს, რაც ფიზიკური ზღვარია სპილენძის გამტარებისთვის [2].

თანამედროვე კომპიუტერებისათვის დე-ფაქტო სტანდარტს ფორმა Intel-ის მიერ დამუშავებული PCI (Peripheral Component Interconnect - პერიფერიული კომპონენტების დამაკავშირებელი) საღტე წარმოადგენს [3]. თანამედროვე პლატა-კონტროლერების უმეტესობა PCI სტანდარტს მიეკუთვნება. თუმცა PCI Express ვერსიის გამოშვება კიდევ ერთხელ ადასტურებს პერსონალური კომპიუტერის ინტერფეისების პარალელურიდან მიმდევრობით არქიტექტურაზე გადასვლის ტენდენციას. 1-ელ ცხრილში წარმოდგენილია სხვადასხვა ვერსიის PCI საღტეების მახასიათებლები.

ცხრილი 1

PCI საღტის ტიპი	თანრიგობა, ბიტი	საღტის სიხშირე, მგჰც	მონაცემთა ციკლები/ტაქტი	მონაცემთა გადაცემის სიჩქარე, მბაიტი/წმ
PCI 1.0	32	33	1	133
PCI 2.0	32	66	1	266
64-თანრიგა PCI	64	33	1	266
64-თანრიგა PCI	64	66	1	533
PCI-X 133	64*	133	1	1066
PCI-X 266	64*	133	2	2132
PCI-X 533	64*	133	4	4266
PCI-Express 1x	1	2500	0,8	250
PCI-Express 32x	32	2500	0,8	8000

PCI Express საღტის სიხშირის გასაზრდელად IBM კომპანიის მიერ შემუშავებული „8-10“ კოდირების სქემა გამოიყენება, რომელიც სიგნალების ავტოსინქრონიზაციას განაპირობებს. PCI Express საღტის სიხშირე დღეისათვის 2,5 გჰც-ს შეადგენს, ხოლო მომავალში შეიძლება 10 გჰც-მდე გაიზარდოს. სიხშირის ზრდის პოტენციური საშუალება და ერთდროულად 32 ტრასის გამოყენების შესაძლებლობა საშუალებას იძლევა PCI Express საღტეზე მონაცემების გადაცემის სიჩქარე გაიზარდოს 32 გბაიტი/წმ-მდე.

ანალოგიური სიტუაციაა დისკური მოწყობილობების ინტერფეისების სფეროშიც, სადაც ხდება პარალელური ATA ინტერფეისის მიმდევრობითი SATA ინტერფეისით ჩანაცვლება. ყველაზე მაღალი სწრაფქმედების მქონე პარალელური ATA-7 ინტერფეისის გამტარუნარიანობა 133 მბ/წმ-ში შეადგენს და მისი გაზრდა შესაძლებელია, თუმცა არაექონომიურია მიმდევრობით SATA ინტერფეისზე მიღებული სინქარების გათვალისწინებით (ცხრილი 2).

ცხრილი 2

SATA ტიპი	სალტის სიგანე, ბიტი	სალტის სიხშირე, მგ/წ	ციკლების რაოდენობა ტაქტში	გამტარუნარიანობა, მბაიტ/წმ
SATA-1	1	1500	0,8	150
SATA-2	1	3000	0,8	300
SATA-3	1	6000	0,8	600

უნდა აღინიშნოს, რომ PCI და ATA ინტერფეისების შესაბამისად PCI Express და SATA ინტერფეისებით ჩანაცვლება პროგრამულ ხორთულებებს არ აწვდის, რადგან ცვლილებები ეხება მხოლოდ ინფორმაციის გადაცემის ფიზიკურ დონეს, ოპერაციული სისტემისა და დრაივერების დონეზე კი არაფერი არ იცვლება.

ამჟამად პარალელურ არქიტექტურაზე დაფუძნებული სისტემური პლატის HUB ინტერფეისიც, თუმცა შესაძლებელია მისი მიმდევრობითი PCI Express ინტერფეისით ჩანაცვლება.

მე-3 ცხრილში წარმოდგენილია HUB და PCI Express სალტების მახასიათებლები.

ცხრილი 3

სალტე	თანრიგეიანობა	გამტარუნარიანობა, მბ/წმ	სამუშაო ძაბვა, ვ
PCI	32-64	266-4266	3,3
Hub	8-16	266-1066	2,5
PCI Express	1 (32 არხი)	2000-8000	0,8

ცხრილიდან ჩანს, რომ პარალელური Hub და PCI ინტერფეისების ნაკლებ მიმდევრობითი PCI Express სალტის გამოყენება მნიშვნელოვნად გაზრდის სისტემური პლატის სწრაფქმედებას და შეამცირებს მოხმარებულ სიმძლავრეს. სიმძლავრის შემცირებას განაპირობებს როგორც გამტარების ნაკლები რაოდენობა, ასევე, პარალელურ სალტებთან შედარებით, PCI Express სალტის ბევრად დაბალი სამუშაო ძაბვა. თუმცა ამ შემთხვევაში საჭირო იქნება მნიშვნელოვანი ცვლილებების შეტანა სისტემური პლატის BIOS-ში და დრაივერებში.

ამრიგად, კომპიუტერების განვითარების ადრეულ ეტაპებზე უპირატესობა პარალელურ ერთგამტარიან სალტეებს ენიჭებოდათ, რომელთა გამტარუნარიანობის ზრდა ძირითადად სალტის თანრიგეიანობის და სამუშაო სიხშირის მომატებით მიიღწეოდა. თუმცა, ინტერფეისების განვითარების თანამედროვე ეტაპზე, სალტების გამტარუნარიანობისადმი სულ უფრო მსარდმა მოთხოვნებმა პარალელური სალტების მიმდევრობითი დიფერენციალური სალტებით თანდათანობით ჩანაცვლების ტენდენცია განაპირობა.

ლიტერატურა

1. Аиден М. Колесниченко О. Крамер М. Аппаратные средства РС. 2-е издание, переработанное и дополненное – ВНУ – Санкт-Петербург, 1998. – 608 с.,ил.
2. Mueller Scott . Upgrading and Repairing PCs. 17th Edition. 2006.
3. Andrew S. Tanenbaum. Structured Computer Organization. 2006.

А. Бенашвили, Г. Бенашвили

Грузинский технический университет

Современные тенденции в сфере развития интерфейсов

В статье рассмотрены тенденции развития современных интерфейсов. Проведен сравнительный анализ современных параллельных и последовательных шин. Сделан вывод о целесообразности замены как периферийных, так и центральных параллельных однопроводных шин последовательными низковольтными дифференциальными шинами.

A. Benashvili, G. Benashvili

Georgian Technical University

Modern tendencies in field of development of interfaces

The article considers the tendencies of development of modern interfaces. The comparative analysis of modern parallel and serial buses is done. The conclusion is drawn on expediency of replacement of both peripheral and the central Single-Ended parallel buses by the Low Voltage Differential serial buses.

დარეჯან გელაძე

შოთა რუხიაკელის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

საინფორმაციო სისტემები და ტექნოლოგიები

საკვანძო სიტყვები: კომპიუტერიზაცია, ტექნოლოგია, ინფორმაციული კულტურა

საინფორმაციო სისტემებისა და ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად ვითარდება ადამიანის ინტელექტი, მადლდება ადამიანთა შორის ინფორმაციის გაცვლის დონე, რის საფუძველსაც იქმნება უფრო და უფრო დახვეწილია იარაღი ფიზიკური და გონებრივი შრომისათვის, რეალური სამყაროდან ვირტუალურში გასვლის შესაძლებლობები. და, ამას ეყვლება ხელს უწყობს თანამედროვე საკონიუმუნიკაციო საშუალებები, ელექტრონული სახელმძღვანელოები კომპიუტერული ტექნიკა, ამ საშუალებებზე დაქვემდებარებული პედაგოგიკური ტექნოლოგიები, რასაც ხშირ შემთხვევაში კომპიუტერულ წიგნიერებასაც უწოდებენ.

საინფორმაციო სისტემის როლზე საუბარი შორს წაგვიყვანს. ზოგადად შეიძლება აღვნიშნათ, რომ ინფორმაცია ეს არის ციფილიზაცია. მართლაც, თუ განვიხილავთ ციფილიზაციის ფაქტორებს რომლითაც იგი ხასიათდება, ეველა განხილვა ინფორმაციის საფუძველს ემყარება. დავიწყოთ იმით, რომ ისტორიაში იყი სამი ინფორმაციული რევოლუცია: სიტყვის წარმოება, დამწერლობა ბეჭდვითი საშუალებები. ამ ტრიადას შემდგომ მოჰყვა ციფილიზაციის შემდგომი ეტაპები: ეთიკა, რელიგია, ფილოსოფია, ლიტერატურა, ხელოვნება, კანონები, ტექნოლოგიები. ცხადია, ყოველივე ეს არის ინფორმაცია, გადმოცემული სხვადასხვა ფორმით.

საგნის ირგვლივ გადმოცემული ინფორმაცია (საგნის თვისება, საგნის ურთიერთდამოკიდებულება) წარმოადგენს საგანთა შეცნობისა და ერთმანეთისგან განსხვავების საშუალებას. ინფორმაციის საშუალებით ჩვენ გადმოგვეცემა ცნობები ჩვენს შესახებ, ჩვენი წარსულის, კულტურის, წინაპრების, ისტორიის და თუნდაც სამყაროს შესახებ.

ცხადია, ყოველთვის ამას ანუ ინფორმაციის ასეთ მოცულობით ერთეულს მიეყაერთ ინფორმაციულ ბარიერთან. ინფორმაციული ბარიერი კი სხვა არაფერია, თუ არა, ინფორმაციული ქაოსი, სადაც ადამიანს აღარ ძალუბ გამკლავება და ხდება საპირისპირო მოვლენა, ინფორმაციულ ოკეანეში ადამიანი გზას ვეღარ იკვლევს და ვარდება ერთგვარ ინფორმაციულ ვაკუუმში, ამ ვაკუუმიდან გამოსაველად. მეცნიერებაში შექმნეს ინფორმაციის მოწესრიგების თანამედროვე საშუალებები და საფუძველი ჩაუყარეს ინფორმაციული სასოგადოების ჩამოყალიბებას. აქედან გამომდინარე, სკოლთ ჩამოთვლილ სამ ფორმალურ რევილუციას დაემატა ახალი, მეოთხე რევილუცია: გლობარული კომპიუტერული ქსელები, გლობალური კოსმიური სატელეკომუნიკაციური საშუალებები, რამაც შუა თანამედროვე სამეცნიერო-ტექნიკური დარგი - ინფოლოგია და წარმოიშვა ადამიანისათვის ახალი ვირტუალური სამყარო - კიბერნეტიკული სივრცე.

საგანმანათლებლო სისტემაში (სკოლებში, უმაღლეს სასწავლებლებში) საინფორმაციო ტექნოლოგიების ითვის განხორციელება ანუ სასწავლო-აღმზრდელობითი ტექნოლოგიზაცია ითვალისწინებს მოსწავლის (სტუდენტის), როგორც „ჩედვულის“ საბოლოო „პროდუქტად“ - სპეციალისტად ჩამოყალიბებას. იმ სპეციალისტად, რომელიც ფლობს თანამედროვე საინფორმაციო სისტემებისა და ტექნოლოგიების პრაქტიკული გამოყენების უნარ-ჩვევებს. ამისათვის საჭიროა, კვდაგოგმა კარგად გაითავისოს ეს პროცესი, ამ ამოცანის გადასაჭრელად დასვათ ამოცანა. აღწეროს სათანადო ალგორითმი, შეადგინოს სკეჩარი და პროგრამა ფორმალურ სახეში ანუ გადაწყვიტოს ამოცანა-პრობლემა. რომელიც მდგომარეობს სასწავლო-აღმზრდელობითი პროცესის თანამედროვე მოთხოვნათა დონეზე წარმართვაში.

იმისათვის, რომ ადამიანმა გაიასროს სამყარო და იქ მძიმდინარე პროცეს-მოვლენები, იგი მისათვ უნდა შევიდეს ინფორმაციულ კავშირში. წარმართოს უწყვეტი დიალოგი ვგრეთ წოდებული „ადამიანი-ბუნება“ სისტემასთან, მიიღოს მისგან და გადასცეს თავის მხრივ სიგნალები, ენა-ლინოს და გარდაქმნას მიღებული ერთობლიობა, მოაწესრიგოს იგი მისნისა და დანიშნულებისამებრ. სამყაროს აღქმის მეთოდოლოგიური პრინციპების გამოყენებით. სამყაროს ინფორმაციული სურათის ათვისება იძლევა საშუალებას. საინფორმაციო სივრცეში ორიენტირებისათვის, რის სფუქციულზეც ხდება პოლიტიკური, ეკონომიკური, საგანმანათლებლო, სოციალური, ეკოლოგიური და ა.შ. სისტემების ფორმირება, გარემომცველ სამყაროში ადაპტირება, ამ სამყაროში ადამიანის ადგილის ადეკვატური განსაზღვრა.

რადგან ნაშრომი საგანმანათლებლო სისტემებით შემოიფარგლება, ცხადია, ყურადღებასაც ამ მიმართულებით ვამახვილებ. ხასს ვუსვამთ, რომ მასწავლებლის და მით უმეტეს, სკოლის მმართველი ორგანოს ინფორმაციული კულტურა პირდაპირ კავშირშია მასთან, თუ რა დონეზე აქვთ მათ ათვისებული ელექტრონულ საკომუნიკაციო სისტემებთან მუშაობის უნარ-ჩვევები, როგორ ფლობენ საგანმანათლებლო საინფორმაციო სისტემებიდან ინფორმაციის მოძიების წესებსა და ხერხებს, როგორი პრაქტიკული გამოცდილება აქვთ განათლების ტექნოლოგიებისა და საშუალებების გამოყენებასთან მიმართებაში და ყველაფერი ეს, რა დონით გამოიყენება მათ მიერ

სწავლების პროცესში. ცხადია, ეს ბოლო მოთხოვნა წარმოადგენს მთავარ და გადაწყვეტს, რადგან, მასწავლებელი შეიძლება კარგად ფლობდეს კომპიუტერულ ტექნოლოგიებთან ურთიერთობის უნარ-ჩვევებს, მაგრამ არ უკონდეს მათი სწავლების პროცესში გამოყენების პრაქტიკული გამოცდილება, რაც დადებით ზეგავლენას ვერ მოახდენს მის მიერ წარმართულ სასწავლო პროცესებზე. ინფორმაციული კულტურის განვითარება იგივეა, რაც ინფორმაციული წიგნიერება და უშუალოდ უკავშირდება კომპიუტერულ ტექნიკას. ამიტომ, ამ სფეროში კომპიუტერული წიგნიერების სახელწოდებაც მიიღო. ინფორმაციული წიგნიერების ცნება თავის თავში მოიცავს სხვადასხვა კომპონენტებს, რომელთაგანაც ძირითადია: ინტერნეტთან მუშაობის ცოდნა, რომელიც წარმოადგენს მიმდინარე ინფორმაციის მიღების ყველაზე ეფექტურ საშუალებას; სხვადასხვა საინფორმაციო მოთხოვნების მიზნით (რა თქმა უნდა ეს მოთხოვნები საგანმანათლებლო პროცესებს უკავშირდება) და სხვადასხვა წყაროდან მიღებული ინფორმაციის ეფექტურობისა და საინფორმაციო დადგენის შესაძლებლობა; საკუთარი საინფორმაციო ბაზის შექმნისა და ინფორმაციის მოპოვების ავტომატიზებული საცნობარო სისტემებთან მუშაობის პრაქტიკული ჩვევების გამომუშავება; ელექტრონული წიგნებისა და ბიბლიოთეკების შექმნის შესაძლებლობა; სასწავლო შემცენებითი სისტემებისა და ელექტრონული საწერეთლების პროექტირება; დისტანციური და კორტეჯალური სწავლების რეჟიმის გამოყენება.

ცხადია, ამ კომპონენტების ათვისება საგანმანათლებლო პერსონალისათვის მოითხოვს აზროვნების ახალ სტილს, ინფორმაციულ საზოგადოებაში შეგუების ფსიქოლოგიური მომენტების გადალახვას, ტექნოლოგიის დაძლევის. ეს არის ძირითადი ხერხები ცივილიზაციის კულტურის განვითარებისა და თაობიდან თაობაზე გადაცემისა, ხელიწერილი ინტელექტით შეიარაღებისა, ადამიანის სულიერი სამყაროს გამდიდრებისა, ადამიანის შემცენებითი შესაძლებლობების განვითარებისა. მიუხედავად ასეთი ეფექტური მახასიათებლებისა ჩვენი გამოკვლევებით დადგინდა, რომ ბოლო წლებში ნატარებულმა ექვს კომპიუტერიზაციამ ანუ სკოლების მასობრივად აღჭურვამ კომპიუტერებით, მოლოდინი ვერ გაამართლა და ვერ მივიღეთ სასწავლო პროცესის სასურველი ინფორმაციზაციის დონე. ანალიზის საფუძველზე მივიღეთ დასკვნა, რომ ამ პროცესს თან არ ახლავს სისტემური მიდგომა. კერძოდ, ძირითადი შედეგად მადარტილი იყო ინფორმაციის კაბინეტების მოწყობისა და ინფორმაციკა. საგნის სწავლებაზე ასე, რომ კომპიუტერები ძირითადად ასრულებდნენ არა იმ ფუნქციას, რაც სასწავლო პროცესისათვის იყო გამოსადეგი, არამედ, თვითონ წარმოადგენდა შესასწავლ ობიექტს. ინფორმაციის მასწავლებლები დაკავებული იყვნენ კომპიუტერული ტექნიკის მოვლა-მომსახურებით და ინფორმაციის საფუძვლების სწავლებით. ამის საფუძველზე წარმოიშვა ერთგვარი შეკრული წრე, რომელიც ინფორმაციის კაბინეტს არ გაშორებია.

ჩვენი აზრით, მოსწავლეს კომპიუტერთან ურთიერთობა მარტო ინფორმაციის გაკეთებაზე კი არ უნდა უხდებოდეს, არამედ, სასწავლო პროცესის სხვა ეტაპზეც და შესაბამისად, კომპიუტერი შესწავლის ობიექტი კი არ უნდა იყოს, არამედ წარმოადგენდეს ძირითად საშუალებას საგანმანათლებლო სისტემაში მიმდინარე პროცესების (ძირითადად სასწავლო პროცესების) წარმართვისათვის. მხოლოდ ასეთ შემთხვევაში მივაღწევთ დაინტერესებას, კომპიუტერული წიგნიერების უნარ-ჩვევების ფორმირებას.

ასევე გვინდა ხაზი გავუსვათ იმ ფაქტსაც, რომ ამ უკანასკნელ პერიოდში აღარც ინფორმაციის სწავლებას ეთმობა ჯეროვანი ყურადღება

და ზოგიერთ სკოლაში ეს გაკვეთილები თითქმის აღარც კი ტარდება. ინფორმატიკის სწავლება ძირითადად შეიცვალა სასკოლო საგნებთან მიმართებაში საოფისე პროგრამების სწავლებით და იქედან გამომდინარე, რომ სკოლების მასწავლებელთა უმრავლესობა, რომელიც ასწავლის რომელიმე საგანს, ჯეროვან დონეზე ვერ ფლობს ვერც საოფისე პროგრამებს და ვერც იმ სისტემურ პროგრამებს, რომელიც უშუალოდ საგნის რომელიმე თემატიკის კომპიუტერულ ვერსიებს მოიცავს, უკვე გარკვეულ ნიხში აქცევის სასკოლო კომპიუტერული წიგნიერების განვითარებას. ეს პროცესი უფრო საგანგაშოა კარიონისა და სოფლის სკოლებისათვის. თუმცა, არც კონტრალურ ქალაქებში არ გვაქვს დამაკმაყოფილებელი მდგომარეობა. ამ მიმართებით, ასე, თუ ისე, უკეთეს მდგომარეობაშია კომერციული სკოლები, სადაც მეტი შესაძლებლობაა (ფინანსური მდგომარეობის გამო) კომპიუტერისა და კომპიუტერული სისტემების შესყიდვის მხრივ, მაგრამ კვალიფიციური კადრის უკმარისობა აქაც საგრძნობლად შეინიშნება. კვალიფიციური კადრის პრობლემა მეტად საგანგაშოა, რადგან ქვეყანაში ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში არ ფუნქციონირებს პედაგოგიის კვლევითი და გადაშხადების ინსტიტუტები და ცენტრები, რომელიც დაკავებული იქნებოდა საგანმანათლებლო სფეროში საინფორმაციო ტექნოლოგიების კვლევებისა და შესაბამისი მეთოდური ხერხების შემუშავებით. ხოლო, რაც შეეხება ზოგიერთი მკვლევარის ეპისოდური ნაშრომები, ვერც საქმეს შეუღლის და ეს ნაშრომები არც მისდის დანიშნულების ადგილამდე არც არც ხდება მათი განსოგადება და პრაქტიკული რეალიზება, რაც უარყოფითად აისახება, როგორც ქართული სამეცნიერო მიღწევების აღიარების, ასევე, საგანმანათლებლო პროცესში მათი წართვის ასექტში.

ჩვენს მიერ სუდაპირული გამოკითხვისა და ანალიზის საფუძველზე მივედით იმ დასკვნამდე, რომ სკოლებში (მით უმეტეს, რაიონებსა და სოფლებში) დასაქმებულ მასწავლებელთა შორის მხოლოდ ინფორმატიკის მასწავლებლებს აქვთ მეტ-ნაკლები ცოდნა, თუ როგორ გამოიყენონ კომპიუტერი სწავლების პროცესში. აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ეს მასწავლებლებიც ვერ ფლობენ საკმარ ცოდნას თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიებში და მითუვით, დღევანდელ მიმართულებაში, რომელსაც ობიექტ-ორიენტებული საინფორმაციო სისტემები და ტექნოლოგიები ეწოდება.

კიდევ ერთ პრობლემას უნდა შევეხოთ, რაც, რა თქმა უნდა იმსახურებს ყურადღებას. ტენდენციურად, ჩვენს სკოლებში ეტაპობრივად იქნებოდა კომპიუტერული კლასები, რომელიც ინფორმატიკის სწავლებისათვის იყო განკუთვნილი და ფაქტიურად ასეთ კომპიუტერულ კლასებს ინფორმატიკის კაბინეტები ეწოდებოდათ და ეწოდებოდათ კიდევ, დაეწოდებოდა და სკოლებმა მასწავლებლებს უზრუნველყვეს ისეთი პროგრამების შეძენა, რომელიც გამოიყენება სხვადასხვა საგნებში კომპიუტერული სწავლებისათვის. ამ შემთხვევაში უკვე თავს იჩენს პრობლემა, რომელიც დაკავშირებული იქნება ამ პროგრამების რეალიზებასთან, რადგან ვერც ინფორმატიკის კაბინეტში მოხერხდება ამ პროგრამების სწავლების პროცესში წართვა და ვერც ინფორმატიკის მასწავლებელი გაუმკლავდება ამ შრომატევადი სამუშაოს ჩატარებას. ცხადია, ძნელია ისეთი ორგანიზაციული ცვლილებების გატარება, რომლის საფუძველზეც სკოლებში შეექმნით თითოეული მოსწავლისათვის კომპიუტერულ სამუშაო ადგილს და ეს არც ახლო მომავალში იქნება პერსპექტიული. მიუხედავად ამისა, საჭიროა, მასწავლებელთათვის მაინც იყოს მიღწეული ასეთი სამუშაო ადგილების შექმნა, რაც ნაწილობრივ მაინც შეამსუბუქებს

აღნიშნულ პრობლემას. ასეთი მიღწეული მიგვაჩვენებს სასწავლო პროცესის ინფორმატიზაციის ამოცანის გადაწყვეტასთან.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ჩოგოვაძე გ. ინფორმაცია. ინფორმაცია, სასოციალურობა, ადამიანი. გამომცემლობა „ნეოსტუდია“ 2003.
2. ჩაჩანიძე გ. სწავლების ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარების ისტორია და დღევანდელი მდგომარეობა საქართველოში. სტუდ-ს საერთაშორისო სიმპოზიუმის შრომები „საბუნებისმეტყველო და საინჟინრო დარგების განვითარების ისტორიის საკითხებზე“ თბილისი, 15-18 ივნისი, 2000.
3. ჩაჩანიძე გ., სანთარია ე. ინტერნეტ-განათლების ტექნოლოგიები და მისი განვითარების პერსპექტივები. თბილისი 2004.
4. <http://bob.nap.edu/html/beingfluent/es.html>

Дареджан Геладзе

Информационные системы и технологии

Вместе с развитием информационных систем и технологий развивается интеллект человека, повышается уровень обмена информацией между людьми, на основе чего создается все более усовершенствованное орудие для физического и умственного труда, возможности перехода из реальной жизни в виртуальную. Всему этому способствуют современные коммуникативные средства, электронные учебники и опирающиеся на данные средства педагогические технологии, которые часто называют компьютерными книгами. Основными компонентами электронных книг являются: знания работы с компьютером, которые представляют собой самое эффективное средство получения информации; возможность установления эффективности и надежности полученной информации из различных источников; создание собственной информационной базы и разработка практических показателей автоматического поиска ознакомительной системы; возможности создания электронных книг и библиотек; проектирование учебных систем и электронных тренировочных заданий; использование дистанционного и виртуального режимов обучения.

Darejan Geladze

Informational systems and technology

With the development of technological and informational systems increases human's intellect, the level of informational exchange gets higher on the basis of which are created more and more accurate tools for mental and physical work, the possibilities of moving from real into virtual world. All these are provided with modern communication tools, electronic text-books, computer devices and pedagogical technologies, based on these means, which are often called computer education. The concept of computer education includes other components, from which the basic is the knowledge of work with the internet, which represents the most effective way of getting current information; via the different informational requesting (these inquiries are connected to the educational process), and possibility to establish the effectiveness and reliability of information taken from different sources. Creation of its own basis and development of automatical information search systems; an opportunity of creation of electronic books and libraries; creation of teaching systems and tasks; the use of virtual and distant training regimes are characteristic for this type of work.

მ. დავითაია
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

გარემოს ფსიქოლოგიის საკითხისათვის

1950-იან წლებში უცხოეთის ფსიქოლოგიაში გაჩნდა ინტერესი გარემოსა და ადამიანის ქცევას შორის წარმოქმნილი თავისებურებების მიმართ. ჩამოყალიბდა რამდენიმე განმარტება: “არქიტექტურული ფსიქოლოგია”, “გარემოსთან ურთიერთობის ფსიქოლოგია”, “ეკოფსიქოლოგია”, “მწვანე ფსიქოლოგია” და სხვ. 1964 წლიდან სისტემაში მოყვანის მიზნით დაფუძნდა სახელწოდება “environmental psychology”, რაც “გარემოს ფსიქოლოგიას”, ანუ “გარემოსთან ურთიერთობის ფსიქოლოგიას” ნიშნავს. ის განიხილავს ადამიანისა და გარემოს ურთიერთობის საკითხებს.

ბოლო ათწლეულში ეკოლოგიური ფსიქოლოგიის შესწავლას დიდი ყურადღება ეთმობა, მაგრამ “environmental psychology”-ისას ნაკლებად.

მეცნიერული დისციპლინა – ფსიქოლოგიური ეკოლოგია დაიბადა ცოტა ხნის წინ, იმ დროს როდესაც გაიზარდა მეცნიერულ-ტექნიკური განვითარების ტემპები და ადამიანი მიხვდა მის კავშირს ბუნებასთან. მიხვდა, რომ მას არ შეუძლია იყოს ბუნების გამგებელი და მხოლოდ მის ნაწილს წარმოადგენს. მიმართულება სწავლობს საცხოვრებელ, სასოფალოებრივ და სოციალურ გარემოს, ადამიანის სულიერ გარემოსაც კი.

ეკოლოგია, როგორც გარემოს შესწავლის მეცნიერება ამკვდროულად განიხილავს ადამიანის ურთიერთობას გარემოსთან. ეკოლოგია ასე ეთქვით ნეენი სახელია, რომლის ცენტრში იმყოფება ადამიანი. ამ სახლის შემქმნელი ეკოლოგია პირველ რიგში წარმოადგენს ადამიანის გააზრებისა და მოქმედების საგანს და შექმლებისდაგვარად უნდა შეძლოს ობიექტურად შეაფასოს ადამიანის გარემოსთან ურთიერთობა. ასახოს მის ფორმირებაზე გარემოს გაეულენა ან პირიქით განსაზღვროს თუ როგორ აეგობებს ადამიანი გარემოს.

სხვადასხვა ქვეყნის ბუნებრივი პირობებისა და ხალხთა კულტურის თანამედროვე პრობლემების თანაფარდობის შესწავლა მოეთითებს “ეკოლოგიის” ცნების სასიკოცხლო მნიშვნელობას. ამ მხრივ ნნდება ნეენი სახლის შემსწავლელი მეცნიერების კანონზომიერებების ღრმად შესწავლის აუცილებლობის საკითხი.

კვლევები გვიჩვენებენ, რომ ადამიანის ისტორიული განვითარებისას ჩამოყალიბდა სამი დამახასიათებელი თავისებურება, რომელიც ახასიათებს მხოლოდ მას და გარემოსადმი დამოკიდებულების მხრივ მოულ კაცობრიობას: მასშტაბურობა, კომპლექსურობა და შესასრულლებული სამუშაოს გაასრება.

ნებისმიერი ცოცხალი არსება ბუნებრივ გარემოში ცდილობს არა მარტო შეცვალოს, არამედ თავისებურად გააფორმოს საარსებო გარემო, რომლის პირობები კავშირშია ამა თუ იმ რეგიონის ბუნებრივ და საცხოვრებელ პირობებთან.

ადამიანის მიერ გარემოს შეცვლის სურვილი მოთხოვნილებების შესაბამისად უზარმაზარია. ადამიანი დამკარბეული მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის წყალობით ცვლის გარემოს და შესაბამისად თვითონაც იცვლება, იცვლება მისი ქცევა, განცდები, რეაქცია, დამოკიდებულება და აღქმა. ერთი და იგივე ადამიანი სხვადასხვანაირად იქცევა საფეხბურთო მოედანზე, სახლში, სამსახურში, ქალაქში და სხვ. ყველაზე გრძობს თავს დროსთან და სიერცესთან მიმართებაში იდენტურად, ცვლის თავის ქცევას სხვადასხვა-

გვარად ფიზიკური და სიერციული სტრუქტურების შესაბამისად. ადამიანი ყოველდღიურად იმყოფება კონფორტაციაში გარემოსთან, კერძოდ სოციალურ, სამრეწველო, საცხოვრებელ და დასვენების ტიპებთან.

სოციალური გარემო - ადამიანის მიერ ხელოვნურადაა შექმნილი, აქვს თავისი კანონზომიერებები და მოქმედებს ფსიქიკაზე, ქცევაზე, გადაწყვეტილების მიღებაზე, მოძრაობასა და სიერციის გაგებაზე. ის ახდენს სემოქმედებას ადამიანზე თავისი ქიმიური, და ფიზიკური შემადგენლობით, იწვევს რეაქციას კომპლექსს - ბიოლოგიურს, ფიზიკურს, ქიმიურს, ფსიქოლოგიურს. ამასთან დაკავშირებით აუცილებელია საკუთარი რეაქციის ღრმა გაასრუება და ინდივიდუალურ და სოციალურ ასპექტში გარემოსთან ადამიანის დამოკიდებულების ინტერპრეტაცია. აქედან გამომდინარე ადამიანის შეუძლია გაასრუებულად და პასუხისმგებლობით შეცვალოს თავის სასარგებლოდ ურთიერთდამოკიდებულების ეს ფართო კავშირი მასსა და სარგებლობის შორის. ამით კი დაამტკიცოს ფსიქოლოგიასა და ეკოლოგიას შორის კავშირი.

გარემოს ფსიქოლოგიის შესწავლა გაამდიდრებს ეკოლოგიას, რადგან დაბადებიდან სიკვდილამდე ადამიანი შეიგრძნობს სტრუქტურას, ფუნქციას, გარემოს მნიშვნელობას, რომელშიც არსებობს. ის შეეცავეს ქიმიური და ფიზიკური ხილვების გარდა ფსიქოლოგიურ მახასიათებლებსაც, რომელიც გამოიხატება იმაში. თუ როგორ გრძნობებს აღძრავს ხეივში. ანქარებს ან თრგუნავს ხეივს მოქმედებას. თუ ადამიანი ცხოვრებისეული ფაქტორების სემოქმედებით ღრმა მელანქოლიაში ვარდება, დარღობს, რა თქმა უნდა ნაკლებ ყურადღებას აქცევს გარემოს, თუმცა ასეთ ეპისოდებშიც კი ის მოქმედებს ადამიანის ფსიქიკაზე. გარემოს ფსიქოლოგიური ღირებულება ელჩრდება ადამიანის მასთან მუდმივი ურთიერთობის დროს.

ფერებით, ფორმებით, ხმებით მდიდარი გარემო წარმოადგენს იმ ქვეყნის საზოგადოებრივ და კულტურულ ფასეულობათა ცენტრს, რომლებიც ადამიანმა მასში დახეივა.

გარემოს ფსიქოლოგიის ერთ-ერთი ძირითადი მიმართულება - "არქიტექტურული ფსიქოლოგია" ნაისახა ამერიკაში 1950 წელს და სწავლობს დაგეგმარებისა და არქიტექტურული ნაგებობების გამოყენების ფსიქოლოგიურ ასპექტებს. პრაქტიკულად ის წარმოადგენს არქიტექტურულ-გეგმარებითი სტრუქტურის მქონე მოხერხებული გარემოს შექმნას მომხმარებლისთვის, რომელიც იმოქმედებს ადამიანის გრძნობებსა და დაკმაყოფილებს მის მიზნებს, მოთხოვნებს და ფსიქო-ფიზიოლოგიურ თავისებურებებს არქიტექტორთა ნიონებში შედიოდა შენობათა მომხმარებელთა სერვილის, ფიზიკური შესაძლებლობის ინტერპრეტაცია და მოთხოვნისებრთა გათვალისწინება. ამ მხრივ საინტერესოა კვლევა ადამიანის ისეთი ფიზიკური გარემოცვის მოდელის შემუშავებაზე, რომელიც შეესაბამება მის "სრულ და საუკეთესო განვითარებას".

მეცნიერები დიდი ხანია იკვლევენ ადამიანის შესაძლებლობებს, მის მიერ დანახვის, მოსმენის, სიერციის შეგრძნების თავისებურებებს. არქიტექტორები იწვედნენ ფსიქოლოგებს, რათა მათთან ერთად შეესწავლათ და შემდგომ შექმნათ მოხერხებული ქალაქები, სახლები, ბინები. დღეს ამ საკითხს ნაკლები ყურადღება ეთმობა, ამიტომ იბადება კითხვა - როგორ ავარიდოთ მოქალაქის ფსიქიკა "სახლების ცუდ დაგეგმარებას, საქალაქო სიერციის გადატვირთულობას და ხმაურს". ფსიქოლოგები ბევრს წერენ პიროვნების განვითარების, ადამიანთა ურთიერთობების გაუმჯობესების შესახებ, თუმცა იშვიათად უკავშირებენ ამას ადამიანზე სიერციით გარემოს სემოქმედებას, გაველენას.

ადამიანი ყოველდღიურად იმყოფება გარემოს სხვადასხვა ტიპებთან კონფრონტაციაში, კერძოდ სახლიდან სამსახურისკენ მიმავალი მარშრუტი, სამრეწველო, დასვენებისა და სახლის გარემო და სხვ. დიდ შემოქმედებას ადამიანზე ახდენს სოციალური გარემო, რომელიც იქმნება ხალხთა შორის ურთიერთობით, სამრეწველო კავშირებით, სხვადასხვა ინსტიტუტების გაყვლინით. სოციალური გარემო წარმოადგენს ადამიანის მიერ ხელშეწყობილ გარემოს სტრუქტურაში, რომელსაც აქვს თავისი კანონზომიერებები. მათი აღწერა საჭიროების შემთხვევაში შესაძლებელია ფიზიკის ენითაც.

ზემოთქმულის დადასტურება არქიტექტურა, მისი შიგა და გარე სივრცე. კარგი არქიტექტურის შექმნის ერთ-ერთი წინაპირობაა მისთვის დამახასიათებელი სამი თავისებურების გათვალისწინება – ფუნქციონალური, კონსტრუქციული და ესთეტიკური. არქიტექტურის ესთეტიკურ მხარეში იგულისხმება ადამიანზე გარემოს ზემოქმედების საკითხიც, რომელიც საკმაოდ აქტუალურია დღეს.

მაგალითად, გოტიკური ტაძარი მნახველში იწვევს არა მარტო ესთეტიკურ შერბენებას, არამედ ამავდროულად მოქმედებს სხვა გრძობებზე, კერძოდ ხედვა ვერტიკალური ხაზების სიჭარბე იწვევს ამადლებს, სიდიადის, თავმდაბლობის გრძობას, სმენა სივრცის აკუსტიკა გათვალისწინებული სივრცეში ხმის ოპტიმალური განაწილების გათვალისწინებით. ამგვარად შექმნილი სივრცული კომპოზიცია აიძულებს ადამიანს ისაუბროს სურნულით. კიდევ ორი ფაქტორი: ენოსვა – მონუმენტურობა ხაზგასმულია არა მარტო ტაძარში არსებული არმატიით, არამედ მარმარილოს ცივი "არმატიაცი", შეხება – შიგა სივრცე. ისეა დაგეგმარებული, რომ მინიმუმამდე დაჩაქვს შეხების მცდელობა, ხოლო დეკორატიული მორთულობა ტაძარს ადებს შეხებას. ეს სივრცე ზემოქმედებას ახდენს ადამიანის ესთეტიკურ აღქმაზე არა მარტო ცალკეული იმპულსების შეჯამებით. არამედ აძლევს მას მკაცრად განსაზღვრული კულტურული ტრადიციის შესაბამისად მოქმედების საშუალებას.

შეგადაროთ გოტიკური ტაძარი სხვა არქიტექტურულ ქმნილებას, რომელიც ასევე ვითარდება ვერტიკალურად. მაგალითად, მრავალსართულიან შენობას. სიმაღლე და ფართობი შესაძლებელია იყოს იდენტური, მასალა და ფორმა კი განსაზღვრავს სხვაგვარ ქცევას სივრცეში, რომლის შიგა სტრუქტურა საზოგადოებრივი მოძრაობისთვის ტოვებს კორიდორებს და კიბეებს, ლიფტებს, რომლებიც მოკლებულია დეკორს და იწვევს სენში სხვაგვარ ესთეტიკურ რეაქციას, რომელიც ისახება ქცევაზე. ბეტონის პანელების ამ აბსოლუტურ ანონიმურობაში განთავსებულია ბინები, რომლებშიც იქმნება კერძო სივრცე, დაცული ტერიტორია. ორივე მაგალითი მეტყველებს იმაზე, რომ ადამიანის მიერ სხვადასხვაგვარად შექმნილი გარემო მოქმედებს ფსიქოკაზე, ქცევაზე, გადაწყვეტილების მიღებაზე, აღქმაზე, მოძრაობაზე და სივრცის გაგებაზე.

სპეციალურმა ექსპერიმენტულმა ფსიქოლოგიურმა კვლევებმა აღქმის გასაოცარი შედეგები გვიჩვენა. დადგინდა თუ როგორ აღიქვამს ადამიანი სუნს, ფერს, ხმას და გარემოს სხვა სიგანალებს და როგორ ხელმძღვანელობს ამით თავის მოღვაწეობაში. თუმცა გარემოს აღქმის საკითხი თუ როგორ მოქმედებს ჩვენზე ოთახი რომელშიც შეუერთი, ქალაქი და ადგილი ამაზე ფსიქოლოგიას აქვს დიდი ინფორმაცია.

როგორ განისაზღვრება გარემოს სასწერები? მაგალითად, დილით სახლიდან გასვლისას მთავრდება ბინის კონკრეტული გარემო, ქუჩაში მოხვედრისას საცხოვრებლის, მეტროში ჩასვლისას მიწისქვეშა გარემო, სამსახურში მისვლისას იწყება სამუშაო გარემო და სხვ. გარემო სავსეა

იმპულსებით, ამიტომ მას შეუძლია აღქმის მხრივ გამოიწვიოს ქაოსი ან პირიქით არსებობს არასასურველი მონოტონური, ცარიელი გარემო.

გარემოს აღვიქვამთ არა როგორც ობიექტების, ფორმების, ფერების არმატების კოლექციას, არამედ მოლიანობაში, რომლის ფონზე გამოვარჩევთ ცალკეულ დეტალებს. გარემოს განხილვისას ვეულისხმობთ ადამიანსაც, რომელიც მის მოლოანობას ქნის.

დღევანდელ დღეს შესაძლებელია ინფორმაციის 7 ტიპის დასახელება, რომლებიც ახასიათებენ გარემოს აღქმის შემდეგ სიტუაციებს:

1. გარემოს არ აქვს განსახლვრული, მკაცრად ფიქსირებული სასლერები დროსა და სივრცეში;

2. გარემო მოქმედებს ყველა გრძობაზე და მასზე ინფორმაციას ვიღებთ ყველა ორგანოს მონაცემების შეჯერებით;

3. გარემო იძლევა არა მარტო მთავარ, არამედ პერიფერიულ ინფორმაციასაც;

4. გარემო შეიცავს უფრო მეტ ინფორმაციას, ვიდრე ჩვენ შეგვიძლია გააზრებულად დაეაფიქსიროთ და გაეუოთ;

5. გარემო აღიქმება პრაქტიკასთან ახლო ურთიერთობაში. აღქმა უკავშირდება მოქმედებას და პირიქით;

6. ნებისმიერი გარემო ქიმიურ და ფიზიკურ თავისებურებებთან ერთად ფსიქოლოგიურ და ხამბოლურ მნიშვნელობებსაც გულისხმობს;

7. გარემო მოქმედებს მოლიანობაში.

ერთი და იმავე გარემოში ხალხის ქცევა მსგავსია. გარემოს სტრუქტურა შემოქმედებას ახდენს ფსიქიკაზე და ადამიანის ქცევაზე კონსერვატიულად: მოქმედება გრძედდება ხანგრძლივად, ხოლო ცალკეულ პირთა ინდივიდუალურობა სოგჯერ შეიძლება არც კი გამოვლინდეს. ერთი და იგივე გარემო სტრუქტურის ხასიათით გეკარნახობს ნორმას, ქცევის წესს, მსგავს რეაქციას.

ადამიანის მიერ შექმნილი გარემო იმდენად დიდია და მრავალფეროვანია, რომ იწვევს რეაქციასთა მთელ კომპლექსს – ფიზიკურს და ბიოლოგიურს, ასევე ფსიქოლოგიურს, რომლის შემწყობით ის ხსნის გარემოს, ანიჭებს მას მრავალმხრივ მნიშვნელობას, რაც განპირობებულია სოციალური, კულტურული და ისტორიული განვითარებით. პერსპექტივაში ეს წარმოსწდება ეკოლოგიის საკვანძო პრობლემად. რადგან XX საუკუნეში ისტორიულმა განვითარებამ ნათლად გეჩვენა, რომ ერთხელ უკვე შექმნილი შეიძლება მის წინააღმდეგ ამოქმედდეს და დაიქვემდებაროს ის. საბოლოოდ ყველაფერი დამოკიდებულია იმაზე თუ როგორ შექმნეს ადამიანი მართოს ის რაც მოიყვანა მოძრობაში.

გარემოსთან ურთიერთობის დროს ადამიანი იმოყვება გარემოს სტრუქტურის, მისი სივრცობრივი მოწყობისა და ფსიქოლოგიური მნიშვნელობის შემოქმედების ქვეშ. ადამიანი მოქმედებს და ამავდროულად გარდაქმნის გარემოს, რომელიც შესაბამისად მოქმედებს მასზე. ეს კი წარმოადგენს დინამიკური შემოქმედების საფუძველს ადამიანსა და საარსებო გარემოს შორის, რაც შეიძლება შევიცნოთ თუ დავაკვირდებით ადამიანის ქცევას ამ გარემოში.

მაგალითად აშენდა შენობა, მასთან მიიყვანეს ასფალტის გზა, ბილიკები, მზგრამ ადამიანი ირწყვს მოკლე გზას, თელავს გაზონს და ქმნის თავის მარშრუტს. თითქოსდა კარგად გააზრებული სივრცული კომპოზიციის დაიდვა, რაც შემდგომ შესაძლებელია საკონფლიქტოც კი გახდეს.

დღეს შუაში ნასმული სახლით საცხოვრებლად აგრესიულ გარემოს ეყალიბებთ, რაც ინტერიერშიც ისახება. თბილისის არქიტექტურაში აგრე-

სიული მუხტი ჭარბობს, რაც ადამიანის ფსიქიკასე უარყოფითად ამოქმედებს. ერთ-ერთ მაგალითად შეიძლება მოიყვანო ჩემი სახლი. რომლის აიენიდან იშლებოდა არანეულებრივი ხედები დიდ სამებასა და ეაკის სამების ეკლე-სიაზე. ასეთი გარემო დადებით მუხტს გეჟენდა მაცხოვრებლებს, მაგრამ სახ-ლთან დაიდგა “შაი” შენობა, რომელმაც ორი სიწმინდე გადაფარა და “დადებითი მუხტი” გაანადგურა. აქ განჩნდა აგრესია, აგრესია არა მარტო ჩე-ნი, არამედ გამგლელების მხრიდანაც. ასეთ მაგალითებს ვაწყდებით მრავლად. მათი დემონსტრირება წარმოაჩენს ფსიქოლოგიისა და ეკოლოგიის ურთიერ-ქმედების მეორე მხარესაც: ეკოლოგიურ-ფსიქოლოგიური პრობლემების სიცი-ალურთან გადახლართვას.

ბეერი არქიტექტორისთვის მიღებული გახდა თვისი “არქიტექტურა არის გარემოს ორგანიზაცია” ეს შეცვლია. ნებისმიერი სახის ორგანიზაცია გულისხმობს გარკვეულ მოქმედებას გარედან, რომელიც ცდილობს გამოასწო-როს არსებული მდგომარეობა. არქიტექტურაში ეს არის სივრცე. თუ გავით-ვალისწინებთ იმას, რომ გარემო ასე თუ ისე ნამოყალიბებულია ბუნების მიერ, მაშინ არქიტექტურის მიზანი უნდა გახდეს არა მისი ნგრევა, არამედ მასში მორგება, ორგანიზაცია, რომელიც გეთავაზობს მის გარემომცველ გარემოსთან ურთიერთობას, განვითარებას და ბუნებრივად ნამოყალიბებული სივრცის გა-მიდრებას. ასეთი პოზიცია გარემოსთვის გეთავაზობს არა პაკვიენტის როლს. არამედ აქტიურ თანამოსაზრეს - არქიტექტორს. პროექტირების საწყის ეტაპზე ბუნებრივად ნამოყალიბებული გარემოს გათვალისწინება თავიდანვე სწორ გადაწყვეტას ითვალისწინებს. ბეერი არქიტექტორისთვის დღეს შემოქმედებით საწყისად მოიაზრება ტექნოლოგიური, ფუნქციონალური სქემა და არსებული სამშენებლო ინდუსტრიის მიღწევები. ხოლო არსებული გარემო ეი უსიციო-ხლო ლანდშაფტად რჩება. სამწუხაროდ პირველი ორი ფაქტორი განსა-ღვრავს დღეს ჩვენს ქალაქების იერსახეს. არქიტექტურისადმი ასეთი დამო-კიდებულება არასწორია ჩანასახშივე.

არქიტექტურა არ არის მხოლოდ შენობის დაპროექტება და აშენება. ის მეცნიერებაცაა და ხელოვნებაც. მხოლოდ პროგრესული კულტურის მიერ საუკუნების მანძილზე შექმნილის, მოდის აუფლის გარეშე, მემკვიდრეობის გათვალისწინების, გარემოსთან ურთიერთობის და მასთან შეტყობით იქნება შესაძლებელი საბოლოო, დადებითი შედეგის მიღება და არქიტექტურის ხელოვნებად წოდების საკითხის შენარჩუნება.

ლიტერატურა:

1. Т.А. Гонохова, В.Н. Алейникова, Психология окружающей среды, 2006г.
2. Михаил Черноушек, „Психология окружающей среды“, Москва, Мысль, 1989г.
3. Г.Б. Забельшанский, Г.Б. Минервин, А.Г. Раппапорт, Г.Ю. Сомов, Архитектура и эмоциональный мир человека, М.,Стройиздат, 1985 г.

М. Давитая

К вопросу о психологии окружающей среды

В последнее десятилетие в науке наблюдается возрастающий интерес к области экологической психологии. Однако знание о направлении «environmental psychology», или психологии окружающей среды, остается ограниченным, хотя имеет большое значение. Она затрагивает вопросы взаимоотношений человека и окружающей среды. Цель статьи – краткое представление этой области, исторического обзора ее становления и рассмотрение

проблем в области архитектурной психологии, которая является областью, занимающейся психологическими аспектами проектирования и правильного использования архитектурных сооружений.

M. Davitaia

Regarding the Environmental Psychology

During the last decade in scientific works it's can be seen the increasing interest to the so called ecological psychology. Yet the knowledge about «environmental psychology» is remaining limited, although of its importance. It's opens a subject of relationship between the human and environment. The target of current article is to give a short presentation of this problem, historical survey of it's formation and examination problems of "architectural psychology", which is considering the psychological problems of design and correct use of architectural buildings.

*Alexandre Ediberidze, Badri Meparishvili
and Gulnara Janelidze*

INFORMATION EXCHANGING ASPECTS

Keywords: knowledge representation, quantum information, artificial intelligence, thinking model, informational communication.

Background

We shall distinguish the generalized information for further discussion. One of the first reasons of this is the fact that a modern computer doesn't resemble to the human brain at all. Knowledge representation existing models (semantic networks, frame systems, etc) are only first and approach of the artificial model to the natural one. Different conceptions of fundamental terms like *information* are thus more or less productive, depending on the theories (and in the end, the practical actions) they are expected to support [1]. The concepts of information are defined in various theories such as physics, thermodynamics, communication theory, cybernetics, statistical information theory, psychology and inductive logic. There seems to be no unique idea of information upon which these various concepts converge and hence no proprietary theory of information.

3. Classification of information

The concept of information as we use it routinely in the sense exchanging substance plays a central role in contemporary world. One of the fundamental aspects of systemosophy is that the generalized concept of information is very large. It consists several kinds of meaning as Data, Knowledge (of different level), Intellect and Consciousness. These different representations of information support different assignments by their nature and therefore it is extremely important to discuss of them [2].

Data are strings of symbols or language (semiotic or other kind of information) that, in themselves, are meaningless and it doesn't describe full semantics. Data are simply facts and figures, raw materials and raw events of higher order, and include the process of accumulating facts. Data says nothing about its own importance or relevance. Unlike data, semantic information (simply information) is data processed into a meaningful form.

Information is data presented in an organized fashion. Information is also viewed as an understanding of the relationships between pieces of data whose meaning depends greatly upon the context. Data, along with metadata and context, makes information, in other words, bit or fragment of knowledge.

Knowledge, as an appropriate collection of semantic information, is gained through perception, learning, and discoveries, and is intended for use. It adds understanding and retention to information, and is the next natural progression after information. Thus, in order to be considered knowledge, there must be patterns between data, information, and other knowledge, together with understanding and cognition, for knowledge is the product of assimilating information through the process of human thought. Hierarchy of knowledge and its associated pattern in order to gain wisdom, it is building by the low level subordinate knowledge.

Intellect is more complex concept of information, which is distinguish from knowledge because it includes the following triads: knowledge system, intellectual faculties or talents and mind. If talent and mind are inherent properties, then knowledge is acquired. Knowledge is the function of learning and experience. The quality of learning is defined by the specific talent in certain domain. Mind is the user's ability (by logical deduction) to make the best and most proper use of knowledge in establishing the basis for decision making and for actually making the decision to achieve the desired goals. Whereas the knowledge depends on the volume of incoming information, the mind can to enrich recursively the own knowledge based on logic without the information from outside.

So "data" is the basic unit of "knowledge," which in one's turn is the component unit of "intellect." Intelligence is built on data, information, and knowledge. *Genius* is highest degree of talent, but *Wisdom* can be considered as the highest intellectuality [3,4].

4. The Inverted Pyramid of Knowledge system

One of the most significant components of the human perception is knowledge system. In consciousness knowledge and thinking are indivisible, as there doesn't exist knowledge without thinking and vice versa, quality of thinking (or of information processing and logical deduction) is conditioned by existing knowledge. In the subconscious knowledge is realized by a stereotyped system: Its degree of complexity is determined by the dimensional level [5].

The universal principle of the world fractal structurogenesis adequately applies to the hierarchic structure of the knowledge system. It cannot be considered as a "sandwich" like layer; every level creates the system next dimensions degree. It is known that the smallest unit of information is a bit. It rising forms in hierarchy whole fractal structure of knowledge system (as the inverted pyramid), which consists respective epistemological layers (Figure 1).

Formation of knowledge multilevel *ad hoc* hypergraph fractal systems and epistemology topological transactions processed during all life. Unfortunately, depending on rough idea on the human brain, also on the perception, interpretation and formation of single idea, the discussion is possible only on the lower levels of knowledge representation, since the modeling of high level metaknowledge and thinking is beyond human imagination [6]. Though on the other hand consciousness fractal structure makes macrolevel extrapolation possible on thinking modeling.

Information volume in the knowledge system increases in hierarchic order or dimensional degree. For example, some low level letter-sounds create thousands of words and they themselves create great number of ideas and knowledge on the macro level and so on. It is natural that any information in the brain is not described in the text form, but it is

realized as semantic graphs (or hyper graphs) by axon-dendrite synapses. Knowledge evolution or self-assembling recursive process in general represents ascending process in hierarchy when transition to the upper level occurs only after the formation of the lower level [7].

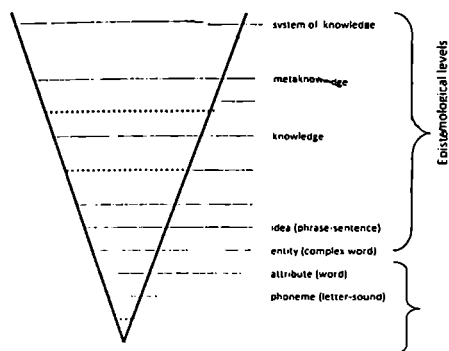


Figure 1

By the self-assembling of the fractal structures the knowledge can form more complex from lower beneath to the top, from microknowledge into macroknowledge etc. This procedure corresponds to optimization with criteria of entropy minimization. Every level knowledge can be considered as complete if its entropy is equal zero. While the knowledge is not still perfect, the self-learning process lasts by the reception of additional information.

On the micro level any real world entity (a thing, an event or any other object) is associated with the perceived attributes in the consciousness by sensor channels. These attributes create corresponding unique neuron network i.e. inhere semantic unit model in the brain. They are not dependent on any language linguistic aspects. Any entity model can be dynamic space-time (oriented hypergraph) or static (not oriented) structure, when the upper level semantic fractal models are only dynamic. For example if a certain entity model (any object) may be considered static, then another type entity (action, event) is dynamic, and causes changes in the next level more complex semantic fractal (idea, knowledge, etc) modeling.

The obligatory condition concerns all epistemological levels of knowledge system. Certain neuron graphs are considered as so called virtual "macro neurons" on the next level of knowledge system. The graphs form synergic neuron groups with various configurations. Thus by fractal principles, on different dimensional levels there original knowledge epistemological layers and they comprise unified met knowledge system on the whole. The brain, which represents the flexible multilevel neural system with rebuild structure, manipulates with a large dimension of super-geometric images.

The known brain knowledge model in neural networks is also discrepant to frames artificial knowledge contemporary model, as a big dimension super-geometry in linear or even two-dimensional geometry. Till now all existent approaches are only the first approximation of artificial to the natural intelligence. So, during the social-communication problems resolution there is very actual the development of new generation's Artificial Intelligence will be based on new paradigm of representation of knowledge.

5. Informational communication

Telepathy or information exchange was substituted by speech and later by writing. Here we will consider the brain interactive aspect with the environment. In reality there is often the case when people speaking one and the same language, perceive the speech morphologically and syntactically correctly, but they still don't understand the idea of the conversation or there is no mutual understanding between them on the certain topic [8].

In general, understanding means intersection of epistemological level semantic hypergraphs of conversing pair knowledge system. The more intersection - the more understanding. Let's consider interactivity according to the following scheme, where intermediary function is fulfilled by human language - Linguistic translator performing mutual conversion (Figure 2).

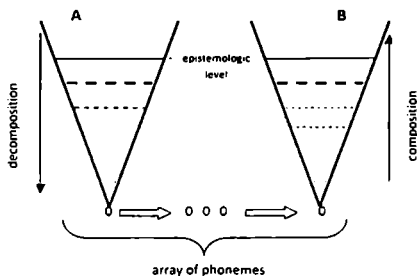


Figure 2

In the A narrator's (or information transferor's) knowledge system on the meta knowledge level defragmentation and activation take place. For transferring the following downward decomposition tract is carried out:

Metaknowledge → knowledge → knowledge fragment → idea → conversion the spoken language → phrase → word → letter-sound.

Information transferring is the letter-sound (phonemes) chain sequence or array, sensibly perceived in B reception side, where reverse consecutive process or rising composition tract is carried out. This time morphological analysis i.e. words recognition from the letter-sound sequence, then syntactic analysis or sentence construction, and finally semantic analysis takes place subconsciously.

Thus from high dimensional level the knowledge begins to decompose of the semantic "textile" in "thread like" for transmission to the other side, where "knitting" begins from this "thread" (textus - in Latin means fabric). Understanding depends on the fact whether received and derived products conform to the original.

6. Conclusion

Thus for high dimensional complex structural semantic information representation and processing, what is more, for realization artificial intelligence system approaching to the human brain operation principles, modern computer models and corresponding software are not already satisfactory. The resolution of the challenges associated with a new approach to knowledge representation, and accordingly with construction a new generation of linguistic processors could have great technological impact at designing of the next generation of computer (may be another type of engine) and operating systems [9].

Working not only at the simple text models will be possible, but also at high level knowledge and met knowledge models, which are very actual in the information century. This in its own part will

be the beginning of a new paradigm of the Artificial Intelligence. Its embryonic fragments can be spotted in this paper.

References

1. Losee, R. M. (1997). A Discipline Independent Definition of Information. *Journal of American Society for Information Science*, 48, 254-269.
2. Meparishvili, B. (2010). From Systemology to Systemosophy. *Periodical Scientific Journal „Intelct”*, 1(36), Tbilisi, ISSN 1512-0333, 36-42.
3. Ackoff, R.L.(1989). "From Data to Wisdom", *Journal of Applied Systems Analysis*, Vol.16.
4. Bellingier, Gene; Casstro, Durval; and Mills, Anthony. Date, Information, Knowledge, and Wisdom. Accessed 5/03/2006
5. Kervalishvili. P., Meparishvili.B., (2008). "Molecular Machines-Modeling Approaches". ERA-2 Proceedings The Contribution Of Information Technology Science, Economy, Society and Education. T.E.I. of PIREAUS : 453-460 pp.
6. Arbib, M. A. (1987). A view of brain theory. In F. E. Yates (Ed.). *Self-organizing systems: The emergence of order*. New York: Plenum Press.
7. Ediberidze A., Meparishvili B., Janelidze G, (2008). *New Approaches to a Modeling of Knowledge*. IFAC 9th Workshop on Intelligent Manufacturing Systems (IMS'08), Szczecin, Poland, October 9-10, 2008. 99-103 pp.
8. Meparishvili B., Meparishvili T., Janelidze G. (2008). *Artificial Intelligence: Problems and Prospects*. Transactions Automated Control Systems № 1(4), ISSN 1512-3979.
- 9 K..Drexler, *Engines of Creation. The Coming Era of Nanotechnology*, ISBN 0-385- 19973-2.

აკადემიკოსი, ბ.მეფარიშვილი, გ.ჯანელიძე ინფორმაციული გაცულის ასპექტები

სტატია ეხება ინფორმაციის კონცეპტუალურ და ფილოსოფიურ ასპექტებს ისეთ სფეროებში, როგორცაა ეპისტემოლოგია, ონტოლოგია, ტაქსონომია, ენტროპია, სირთულე და სხვ. ჩვენ აგრეთვე განვიხილავთ ადამიანის ტენის ფუნქციონალურ ასპექტებს, რომელიც წარმოადგენს მოქნილ, მრავალდონიან ნერვულ ხისტემების სახით, სადაც რეალიზდება დიდი განზომილების სუპერ-გეომეტრიული გამოხატულებების შექმნის. ცოდნისა და აზროვნების ურთულესი მექანიზმები. სტატიაში განვიხილავთ კომუნიკაციის სხვადასხვა ფაზებს: შეცნობა, ქვევა, ინფორმაციის დამუშავება, თეოგანსწავლა და გადაწყვეტილების მიღება. გეომეტრიული თეალსახისით ინფორმაცია შეკვიდრია განვიხილოთ გადმობრუნებული პირამიდის მსგავსი სისტემის სახით, სადაც ყოველი დონე ანუ ეპისტემოლოგიური პლასტი იერარქიაში განზომილების შემდგომი ხარისხის სისტემას ქმნის. უმდაბლეს დონეზე არსებული რამდენიმე ათეული ფონემა ასეულობით ათას სიტყვას ქმნის. რომლებიც, თავის მხრივ, მაკრო დონეებზე წარმოდგენილად მეტ აზრსა თუ ცოდნას აკადიმებს და ა.შ. ზოგადად, კომუნიკაცია ნიშნავს მოსაუბრეთა ცოდნის ხისტემების ეპისტემოლოგიური დონის სემანტიკური მიკროგრაფების თანაკეთას.

А. Эдидеридзе, Б. Мепаришвили, Г. Джanelидзе Аспекты информационного обмена

Представленная статья посвящена концептуальным и философским проблемам информации в таких сферах, как эпистемология, онтология, таксономия, энтропия, сложность и др. Проведен сравнительный анализ возможностей человеческого мозга, сознания и искусственного интеллекта. Описан механизм функционирования мозга с точки зрения восприятия сенсорной информации, распознавания образов, обработки текстов и поведения. С

геометрической точки зрения, информация представляется как перевернутая пирамида с многослойной структурой с разными степенями размерности.

Коммуникация понимается как качество пересечения семантических гиперграфов беседующих. Рассмотрен также синергетический нейронный граф как новый подход моделирования рассмотренных проблем. В заключении предложена реализация указанных семантических моделей на квантовых суперкомпьютерах в рамках будущей парадигмы развития интеллектуальных систем.

თ. თათეშვილი

*ივ. ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი*

ელექტრონული პიპერტექსტის სტრუქტურა და ძირითადი თვისებები

საკუანდო სიტყვები: პიპერტექსტი, რიზომა, პოსტმოდერნიზმი, კვანძები, ლინკები

XX-XXI საუკუნეებში ინტერნეტის ქსელის განვითარებამ გამოიწვია ელექტრონული სახით ინფორმაციის დაგროვება, შენახვა, გადამოქცევა და გაერცვლება. ეს მოქალენა საყოველთაო ხასიათს იღებს და არღვეეს საუკუნეების მანძილზე განათლებისა ხეყროში და ადამიანის მეცნიერულ საქმიანობაში დადგენილ ურთიერთობების ფორმებს. ტექსტი აღარ არის წარმოდგენილი სწორხასოენანი სახით, ფიქსირებული სტრუქტურითა და საზღვრებით. ერთ განსომილებიანი ტექსტის ნაცვლად ჩნდება მრავალგანსომილებიანი ელექტრონული პიპერტექსტი. თანამედროვე ეპოქაში ხელ უფრო და უფრო იზრდება ინტერესი პიპერტექსტის პრობლემის მიმართ. პიპერტექსტის კვლევა დიდ მნიშენლობას იძენს კომპიუტერული სიერცის ვერბალურ კომუნიკაციაში.

პიპერტექსტი სხვადასხვა მეცნიერული დისციპლინის შესწავლის ობიექტია: ინფორმატიკა, ხელოენური ინტელექტი, პერშენეკტიკა, რიტორიკა, კოგნიტიური სემანტიკა, ლინგვისტიკა. ამიტომ აკცილესული ხდება ერთიანი ინტერდისციპლინარული პიპერტექსტის თეორიის შემუშავება, რაც საშუალეობას მოგეცემდა განგვესაზღვრა მისი ადგილი თანამედროვე მეცნიერებაში. ერთიანი ინტერდისციპლინარული თეორიის საფუკელად შესაძლებულია იყოს ლინგვისტიკა და კომუნიკაციის თეორია. ელექტრონული ტექსტი და სამეტყველო კომუნიკაცია ელექტრონულ სიერცეში წარმოადგენს ლინგვისტური ანალიზის საკითხს, რამაც შეიძლება მიგეყენოს ენათმეცნიერების მრავალი ცნების გადასინჯვა/გადახედვისაკენ. პიპერტექსტი წარმოადგენს თანამედროვე საინფორმაციო კომუნიკაციური სიერცის ოპტიმალურ საფუკელს. თანამედროვე სამყაროში ელექტრონული კომუნიკაციის როლის ზრდასთან ერთად მისი ათვისება მრავალი ადამიანისთვის კომუნიკაციური კომპეტენციის განუყოფელი ნაწილი ხდება.

ისმის კითხვა: პიპერტექსტში ნადებული რომელი იდეებია უფრო პროდუქტიული პიპერტექსტის ლინგვისტური კვლევისთვის?

უნდა აღინიშნოს, რომ ელექტრონული კომუნიკაციის ლინგვისტური აღწერა ჯერ კიდევ საწყის სტადიაშია. ამიტომ უპირველყოლისა მნიშენ-

ლოუნად მიგვანინია გამოიკვლიოთ პიპერტექსტის სტრუქტურა და მისი ძირითადი თვისებები.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, სწორხაზოვანი სტრუქტურის საპირისპიროდ, სადაც თოთოეულ ინფორმაციას ფიქსირებული პოზიცია უკავია, პიპერტექსტს შეესაბამება მრავალხაზოვანი სტრუქტურა, სადაც ინფორმაციებს აქვთ მხოლოდ დროებითი და რელატიური პოზიციები მეთხველსა და ინფორმაციებს შორის არსებული ინტერაქციების შედეგებისა და მიზნუბების გამო. მკითხველი არის პიპერტექსტის აქტიური ელემენტი არა მხოლოდ შინაარსის შედგენაში არამედ ტექსტის სტრუქტურის მუდმივ რეკონსტრუქციაშიც.

პიპერტექსტი შედგება მეტ ნაკლებად დამოუკიდებელი ტექსტური ფრაგმენტებისგან. რომლებიც ერთმანეთთან სხედასხევა ფორმებითაა დაკავშირებული. ეს არის არასწორხაზოვანი სივრცე, უფროსწორად მრავალშრიანი და მრავალფრანგმუტიანი სივრცე. თვისი კონგიგურაციით პიპერტექსტს აქვს რისომარტული სტრუქტურის ხახე.

რიზომა ეს არის სპეციფიკური ფორმა ფესვისა, რომელსაც არ აქვს მკაფიოდ გამოხატული ცენტრალური მიწისქვეშა ღერო და შედგება ფესვისა და გადახლართული წანასარდებებისგან. რიზომა ვითარდება ყველა მიმართულებით და ქმნის ქსელურ ბაღეს. რიზომის ორგანიზაციის პრინციპი ფრანგი მკვლავრების დელეუსისა და გეატარის მიერ შემოტანილ იქნა სტრუქტურის ცნების საპირისპიროდ. მათი ეს თეორია სწარაყად გაგრცვლდა და გახდა პოსტმოდერნიზმი ერთერთი მნიშვნელოვანი ელემენტი. პოსტმოდერნისტული რიზომა ეს არის გლობალური, დინამიკური ლაბირინთი, საიდანაც გამოსასვლელი არ არის. ყველაზე ფართო გაგებით რიზომა გამოხატავს პოსტმოდერნისტულ სამყაროს. სადაც არ არის ცენტრალიზაცია, წესრიგი და სიმეტრია. სენს მთხსენებაში ნანყენები იქნება თუ როგორ შეიძლება გამოვიყენოთ ეს ცნება რათა აღვწეროთ პიპერტექსტის და ინტერნეტის ფუნქციონირება. (დელეუსი, გეატარი 1997)

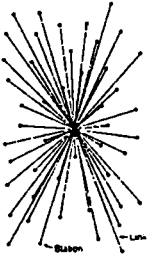
რიზომის თეორიის მისადაგება ქსელების ანალიზისთვის გამომდინარეობს იქიდან რომ რომ თანამედროვე ფილოსოფიურ ლიტერატურაში არ არსებობს სხეა ცნება რომელიც უკეთ ასახავდა ქსელების ტექნოლოგიურ ბინებას და ამაოდროულად მოიუთითებდა მათ კავშირს პოსტმოდერნისტული კულტურის ფილოსოფიურ კონტექსტთან.

რიზომარტული სტრუქტურა განსხვავდება ხისებური სტრუქტურისაგან. ხის და მისი ფესვებისაგან განსხვავებით, რიზომა უკავშირდება ერთი რომელიმე წერტილიდან მეორე რომელიმე წერტილს, და თითოეული ამ განშტოებათაგანი არ უბრუნდება საწყის წერტილს. რიზომას არ გაანინია არც დასაწყისი და არც დასასრული; რიზომა იწყება შუიდან, შესაძლებელია მის სტრუქტურაში შესვლა, სტრუქტურიდან გასვლა და არა დაწყება ან დამთავრება.

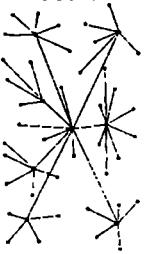
აქედან გამომდინარე თამამად შეიძლება ითქვას, რომ პიპერტექსტი რისომარტული და ლაბირინთული სტრუქტურისაა.

თუ ხის სტრუქტურა გამოიყენება როგროც ცენტრალიზებული სტრუქტურა, რიზომის და შესაბამისად პიპერტექსტის სტრუქტურა წარმოადგენს დეცენტრალიზებულ დაწან დისტრიბუციულ სტრუქტურას.

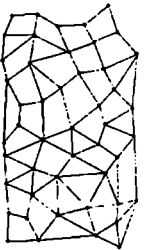
ა) ცენტრალიზებული



ბ) დეცენტრალიზებული



გ) დისტრიბუციული



დელეზისა და გვატარის თეორიის მიხედვით მიხედვით რისიღა ფუნქციონირებს ექვსი პრინციპის მიხედვით: კონექცია (connexion). პეტეროგენულობა (hétérogénéité), სიმრავლე (multiplicité), უმნიშვნელო წვეჭა (rupture asignifiante), კარტოგრაფია (cartographie), დეკალკომანია (décalcomanie). ეველა ეს პრინციპი მიუსადაგება პიპერტექსტის ფუნქციონირებას (დელეზი, გვატარი 1997).

პირველი და მეორე პრინციპი ეს არის კონექცია და პეტეროგენულობა. ამ პრინციპის მიხედვით ფესვის ყოველი განშტოება უკავშირდება ნებისმიერ სხეას რისომას არ აქვს განვითარების საწყისი წერტილი, ის თავისი ბუნებით დეცენტრალიზებულია და არ აქვს იერქრიული სისტემა. სხეა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მისი არცერთი წერტილი არ უნდა ფლობდეს უპირატესობას მეორეს მიმართ. საერთოდ, კომპიუტერი მინეკული როგორც დამოუკიდებელი ერთეული არ აელენს რისომატულ სტრუქტურას, ის მინეკულია როგორც მკაცრად იერარქიული სისტემა, სადაც ეველა მომქედებას (შესაძ-

ლებლობას) უსრუნველყოფს ცენტრალური მეხსიერება ან ბლოკი (პროცესორი). დლეუსი და გეატარი უპირისპირებენ პერსონალური კომპიუტერის დახურულ და ცენტრალისტრულ სისტემის ტიპს პიპერტექსტის ღიას და დეცენტრალიზირებულს მხოლოდ ერთი სიტყვით რიზომატულობით.

არ არსებობს ცენტრალური წერტილი რომელიც გააკონტროლებდა ინფორმაციის მოძრაობას (Circulation de l'information) ვირტუალურ სამყაროში. ქსელს აქვს საკუთარი გეოგრაფია, მიუხედავად მისი მდებარეობისა ყველას აქვს შესაძლებლობა დაუკავშირდეს ინტერნეტის ნებისმიერ ევბგვერდს და ეს ევბ გვერდები არ არის პომოგენური, იგი შედგება სხვადასხვა ტექსტებისგან, ბგერებისგან, სურათებისგან, სხვადასხვა მულტიმედირიერ საშუალებებისგან. გეკარად, რიზომის კონექციის და ჰეტეროგენულობის პრინციპი პიპერტექსტის ონტოლოგიურ თვისებად გვექვინება და თვისუფლად მიესადაგება პიპერტექსტის ცნების აღწერას

რიზომის ფუნქციონირების შემდეგი პრინციპი რომელსაც დლეუსი და გეატარი აღწერენ არის სიმრავლის პრინციპი. ინტერნეტი არის მრავალგანზომილებიანი სივრცე. შეუძლებელია დაეყვანილ იქნეს ერთამდე ასევე პიპერტექსტი არ არის ერთადერთი ტექსტი, შეუძლებელია ის დაეყვანილ იქნეს ერთადერთ სტრუქტურამდე. ის ხასიათდება თავისი უსასრულოობით და მოიცავს n განზომილებების ტექსტებს.

მეთათვე პრინციპი არის უმნიშვნელო წვევება: რიზომა შეიძლება გაწყდეს ნებისმიერ ადგილას და მიუხედავად ამისა მას შეუძლია განახლდეს იმავე ან ნებისმიერი სხვა ახალი მიმართულებით. ანუ სხვა სიტყვებით, რომ ეთქვით ნნდება ნაპრაღი, მაგრამ ეს ნაპრაღი არ არღვევს ტექსტის მთლიანობის ასრს და კვლავ ხდება რეგენერაცია. ამით აღმნიშვნელი არ სარაღდება.

უმნიშვნელო წვევების პრინციპის მიხედვით, ყოველი მომხმარებელი შეიძლება ყოველ მომენტში წამოსცილდეს ქსელს და /ან პირიქით დაუკავშირდეს. აშკარაა რომ მომხმარებელი დამოკიდებულია ტექნიკურ სტრუქტურებზე და ქსელის გამართულად ფუნქციონირებაზე.

უმნიშვნელო წვევების პრინციპი პიპერტექსტთან მიმართებაში შეიძლება ირად მელანდება: პიპერტექსტს შესაძლებელია თითოეული ტექსტი წამოსცილდეს ან მიემატოს. მეთათვე შესუძლია ნებისმიერ დროს შეწყვიტოს ან განაახლოს კითხვა.

მეთათვე და მეექვსე პრინციპი არის კარტოგრაფია და დეკალკომანია: ნახატისა და სურათისგან განსხვავებით რიზომა არ არის რეპროდუქცია და არ გავს რუკას.

აგრეთვე პიპერტექსტი შეუძლებელია იყოს კარტოგრაფიული ხასიათის იმის გამო, რომ რუკისგან განსხვავებით იგი მუდმივ ევოლუციაშია. ქსელისთვის რუკები შესაძლებელია იყოს მხოლოდ მაგალითები, მოდელები, რომლებიც რეგულარულად იცვლება და იღება, ინტერნეტს ვერ მოაქცევრადღაც სტრუქტურულ მოდელში. აგრეთვე პიპერტექსტი თით განვითარებადი პროცესია, არ არის სიერკემი, ის თეთითონ წარმოადგენს სიერცეს.

პიპერტექსტის ძირითადი ელემენტებია: კვანძები და ღინკები. რიზომის თეორიის მიხედვით მეთათვე შესუძლია დაუკავშირდეს კვანძების (ევბ გვერდი) უსასრულო რაოდენობას. ყველა კვანძი თანაბარი ღირებულებისა და თავისი განშტოებებით უკავშირდება სხვა კვანძებს. ამგვარად, რიზომატული პიპერტექსტი გზას უხსნის ახალ შესაძლებლობებს ტექსტის სამყაროში; საქმე ეხება ტექსტური ორგანიზაციის პრინციპულად ახალ ფორმას, რომელიც საშუალებას გვაძლავს ვადავიდეთ ერთი ინფორმაციული სიერცოდან მეორეზე ღინკების საშუალებით. ასეთი ღინკების საშუალებით ხელმისაწვდომი

ხდება ნებისმიერი ტექსტი და ტექსტის ნებისმიერი მონაკვეთი; როგორც ულანდაუ აღნიშნავს ეს არის "ტექსტი უსასრულო კითხვამდე" (ულანდაუ 1994) ამგვარად, ელექტრონული ჰიპერტექსტი ეს არის წერილობითი ტექსტის ახალი ფორმა, რომელიც გვაძლევს კითხვის მარტივ გზას. „ჰიპერ“-ს აქვს არა სუ, ზედა, საწყისის, სუპერის მნიშვნელობა არამედ გულისხმობს *n* განსომილების ტექსტების რაოდენობას. ტექსტი რომელიც შედგება მრავალი ტექსტებისგან.

ჰიპერტექსტი თვისი სტრუქტურით რისორმატულ ხასიათს ატარებს და მისი ძირითადი დამახასიათებელი თვისებებია არასწორხაზოვნება არაიერარქიულობა, ფრაგმენტულობა და მონტაჟი, არაკოჰერენტულობა, უსასრულობა, გახსნილობა, (დერიდა ტექსტების სულ მოძრაობაშია.) დიალოგიზმი, მულტიმედიაურობა, ინტერაქტიულობა, "ავტორ-მიოხვევის" დამოკიდებულება, მათი ფუნქციები და როლების ცვლა, ვირტუალობა.

ყველა შემთხვევა დახასიათებული თვისებებიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ ჰიპერტექსტს ახასიათებს ყველა ის თვისება, რაც ახასიათებს პოსტმოდერნისტულ მიმდინარეობას. კერძოდ: პლურალიზმი, დეცენტრაცია, ფრაგმენტაცია, რისორმატულობა, ინტერტექსტუალობა. ჰიპერტექსტის კვლევა ეხება თანამედროვე სოციოლოგიას და ფილოსოფიას და თავის ხაწისებს პიულობს ტექსტისა და მისი სემანტიკური, დიოკური და ნარატული სტრუქტურების ანალისში.

ბიბლიოგრაფია

1. Clément J., "Du texte à l'hypertexte : vers une épistémologie de la discursivité hypertextuelle", in *Acheronta*, n°2, décembre 1995. [en ligne] <http://www.psyconet.com/acheronta/acheronta2/dutexte1.htm>, consulté le 10/10/1997.
2. Deleuze G. et Guattari F., (1997). *Mille Plateaux*. Paris. Les éditions de minuit.
3. Landow G. *Hypertexte/texte/theory*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1994.
4. McLuhan M. *The Gutenberg galaxy*. L., 1962.
5. Нельсон Т. "Literary machine" 1981
6. მკინწურაშვილი. თ.თათქშვილი Текст, Интертекст, Гипертекст, Грузинская Русистика, თბილისი, 2009

ნ. იმნაძე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ვიზუალური და ვერბალური კომუნიკაცია არქიტექტურაში

თანამედროვე კომუნიკაცია გამოირჩევა გარემო სამყაროს ახალგებური აღქმით, რომელიც ხასიათდება გრძობებზე უშუალო შემოქმედებით. სოციოში მიმართულია კულტურის ახალ ტიპზე - ვიზუალურზე, როდესაც ინფორმაციის გადაცემისას აქტიურად მონაწილეობენ არავერბალური ხერხები. მხედველობითი კომუნიკაციის ცნობილი თეორეტიკოსი აბერგერი აღნიშნავს: "ვიზუალური კომუნიკაცია თამაშობს მნიშვნელოვან როლს თეოთეუული ადამიანის ცხოვრებაში, ხეენ ყველანი ვართ ვიზუალური პროდუქტის მომხმარებელი; ყუურებთ ტელევიზორს, ვეითხელობთ გაზეთს, ჟურნალს, წიგნებს, დავდივართ კინოში. ხეენ ვცხოვრობთ "ინფორმაციულ სასოგადოებაში, სადაც მიღებულ ინფორმაციას გაანჩნია "ვიზუალური" ხასიათი. ძალზე მნიშვნელოვანია თუ როგორ შემოქმედებას ახდენს ვიზუალური სახეები ადამიანზე და როგორ უნდა ვისწავლოთ მისი სხედასხვა ფორმების "წაკითხვა"

და "ინტერპირება". ევრბალური და ვიზუალური კომუნიკაციით გადმოცემული ტექსტი ხდება მხოლოდ დამაკავშირებელი შესავალი რგოლი, რომელიც ქმნის თავისებურ წარმოს, ა. ბურგერის ტერმინალოგიით "შესაფუთი" მასალა. უ. ეკოს, რ. ბარტის ნაშრომებში აღინიშნა, რომ ვიზუალურ ინფორმაციებში არ შეიძლება გამოუთვალეთ დისკრეტული აზრობრივი ელემენტები. მათი კომპონენტები თავისთავად არაფერს ნიშნავს და ელინდებიან მხოლოდ მთლიანად ნაწარმოების კონტექსტში აზრის ფორმირების პროცესში, ტექსტებს შორის ასოციაციების დარღვებით.

განვიხილოთ არქიტექტურული კომუნიკაცია. მოსასრება, რომ არქიტექტურა წარმოადგენს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებას ფართოდ არის გაერცვლებული.

წინამდებარე მოხსენება წარმოადგენს ფრაგმენტს, რომელშიც არქიტექტურული ობიექტი წარმოდგენილია კომუნიკაციურ-ინფორმაციული ბლოკით. ნებისმიერი ნაგებობის აზრობრივი ინტერპრეტაცია განსაზღვრავს ემოციურ რეაქციას მასზე, რეალიზებული სიტყვიერ მეტაფორებში - დეფინიციებში. მაგ. სახლი-ყუთი, სახლი-ნივარა, სახლი-მანქანა და ა.შ. სევენის ამ ინტერპრეტაციის ფრაგმენტში მნიშვნელოვანია რეფლექსირებული მოტივი, რომელიც ქმნის მიზეზს დიალოგისთვის - პოზიციების დიალოგი დროში და სივრცეში. ეს სემიოტიკური ხელსაწყოების მნიშვნელოვანი პრინციპია. მხატვრული ნაწარმოები წარმოუდგენელია რეფლექსიის გარეშე.

ნ. ჯენქსი წიგნში "პოსტმოდერნისტული არქიტექტურის ენა" არქიტექტურას განიხილავს როგორც სალაპარაკო ენას და ავლენს მის ისეთ მახასიათებლებს როგორცაა: ეტაფორა, "სიტყვა", სინტაქსისი, "სემანტიკა", "ფრაზა" 1996 წელს ეს აკადემიკოსები მსხმოდერნისტული არქიტექტურის (აქედ) პოზიციას. რომელთაგან ხუთი არის ლინგვისტური, 1. არქიტექტურა იქმნება და აღაქმება კოდების საშუალებით. 2. "კოდები" განიცდიან სემიოტიკის გაგებებს. 3. არქიტექტურა - "ენა" სასოვადობისთვის. 4. არქიტექტურა ითხოვს ორნამენტს და თანამედროვე საინფორმაციო თეორიების მხმობას. 5. არქიტექტურა ითხოვს მეტაფორულობას. ამდენად კომუნიკაციური ნიშნების სისტემა (სიმბოლო, კოდი, რამოდენიმე კოდით დაშიფვრა და ა.შ.) გუბდევს საშუალებას შენობა წაეკითხოთ როგორც ტექსტი.

ზემოთ ნამოთვლილი პოზიციებიდან ჩვენ განვიხილავთ ორნამენტს როგორც არქიტექტურის ვიზუალური კომუნიკაციის ერთერთ ხერხს.

ორნამენტს როგორც ხელსაწყოება, როგორც ნიშანი, როგორც სიმბოლო არსებობს ათასწლეულები. მეტიც, შეიძლება დანამდებლობით ვთქვათ, რომ იგი წახსახა კაცობრიობის ისტორიის საწყისში და ამიტომ ითვლება ადამიანის თვითგამოხატვის ერთ-ერთ უძველეს ფორმად. თავისი განვითარების პერიოდში, დროში და სივრცეში ორნამენტი გახდა რეალურ ფორმულა (წნობილი და უცნობი სიდიდეებით, საეეს ღრმა აზრით. ორნამენტის სემანტიკა მდიდარია მნიშვნელობებით. მრავალფენიანია აზრობრივი ინტერპრეტაციებში: სტილისტური, უტოლიტარული, რიტუალური და ა.შ. დეკორში ან როგორც რობერტ ვენტური ამბობს "მახვილგონიერულა, ელიტარული და ტაქტიან აპლიკაციაში" ხშირად იგულისხმება იმპროვიზებულად შექმნილი კომპოზიცია. რასაც დიდი ოსტატობა სჭირდება. თუ ეს ასე არ არის მაშინ ასეთი ნაგებობები "შეუსაბამოდ", "არეულდარეულად", "სუულულურად" გამოიყურება, რობერტ ვენტურისტების "არქიტექტურა ეს არის სიმბოლოების და დეკორაციის თავშესაფარი" ბევრი არქიტექტურისთვის ეს განმარტება შოკისმომგერული აღმონდა, რადგან თანამედროვე არქიტექტურის დახასიათებისას სიტყვა ორნამენტი არ იხმარება. "სიერცე და პროცესი" არის ძირითადი მახასიათებელი ლუის კანისთვის; ლე კორბუზიესთვის

არქიტექტურა არის მოცულობების თამაში სინათლეზე, ადოლფ ლოსისთვის "ორნამენტი დანაშაულია". პიტერ ბერენსი: "მასკარადი და ტანისამოსი გაუგებარია ჩვენი ცხოვრებისთვის." თანამედროვე არქიტექტურის მიმდევრებმა შეძლეს გეომეტრიული ფორმების ასექტური სტილის დანერგვა, ორნამენტი შეიცვალა სუფთა ხასიით, გლეჯი და სწორი ზედაპირებით. "თანამედროვე არქიტექტურა" რომელიც შემოიფარგლა კონსტრუქციით და ფუნქციით სიერცეში გახდა არქიტექტურად მხოლოდ არქიტექტორებისთვის, რომელიც არაფერს არ ეუბნება ადამიანებს და ამიტომ დაკარგა აკვშირი საზოგადოებასთან. არქიტექტურა "დამუნჯდა"

კლასიციტური, ბაროკალური და ა.შ. ფასადები, რომლებიც ერთის მხრივ აელენდნენ და მეორეს მხრივ მალავენდნენ თავის ტექტონიკურ ბუნებას ფუნქციონალიზმის და ჰაი-ტექის ეპოქაში დარსა წარსულში. კლასიციტური შენობათა ფასადების ღირსება იმაში მდგომარეობდა რომათვის ზედაპირზე ორდების იმიტაციით, იგი ანიჭებდა ფასადს თავისებურ სიკოცხლეს - ანუ სურათის სიღრმისეულ შეგრძნებას, ტექტონიკურ ენერგეტიკას და თამაშს დაკავშირებულს ცნობიერების რეფლექსებზე. ანტიკური ფასადის ამ ფუნქციას განიხილავდა როგორც ტყუილს. ფასადი გახდა სვეულბერივი კედელი, მისი ვიწრო გაგებით ფასადი მოკვდა ის აღარ არის ცოცხალი. ცოცხალი ფასადები ეს არის არქიტექტურის თეორიის პრობლემა. საინტერესოა რაზე არის დაფუძნებული მეტაფორულობის ეფექტი ან როდის გაჩნდა და გაქრა მეტაფორულობის მითი - ფასადის გაქრობით? (ბრძოლა ფასადურობის წინააღმდეგ).

XXI საუკუნის დასაწყისში ნაგებობების ფასადებზე იხილ გამოჩნდა "ორნამენტი" იცვლება ორნამენტის გამოყენების ესთეტიური პრინციპები, ცვლილებები იმდენად ნათელია, რომ მათი აღქმა, საზოგადოებასთან ადაპტაცია უკონფლიქტოდ შეუძლებელია. ამ ცვლილებების გენერატორი არის ახალი მეცნიერება - "ნანოტექნოლოგია", რომელიც იძლევა საშუალებას შეიქმნას კინეტიკური, მედია, ციფრული, ანიმაციური, ფასადები. ასეთ ფასადებში თანამედროვე დისაინი და არქიტექტურა პარამორიულ ერთიანობაშია.

კინეტიკური ხელოვნება, (მხატვრული მიმდინარეობა ნეოკონსტრუქციუ-იზმში), ორიენტირებულია დინამიური მოდულების შექმნაზე. მოწოდებულია გადმოსცეს მიძრაობის არსი. ობიექტის დინამიზმში ნაგულის-ხმებია არა უბრალოდ ფიზიკური გადაადგილება, არამედ ნებისმიერი ცვლილება, ტრანს-ფორმაცია, ერთი სიტყვით ნაწარმოების "ცხოვრების" ნებისმიერი ფორმა იმ მომენტში როდესაც მას უყურებ. კინეტიკური ხელოვნება ეს არის პროცესი გადმოსცეს ნაწარმოების შინაგანი სამყარო, ისეთნაირად, რომ ახახოს გრძნობები და ემოციები, გააქტიუროს მაყურებლის აღქმის უნარი. კინეტიკური ფასადის ყველა ელემენტის მოძრაობით იქმნება ახალი პლასტიკური და კომპოზიციური სტრუქტურები, მოძრაობაში თამაშდება რეალობა.

გარდა კინეტიკური ფასადების ფართოდ გავრცელება ინტერაქტიული მედია და ციფრული ფასადების უკვე ფართოდ გავრცელებულ ვირტუალურ საგამოფენო სიერცეებს, მსგავსი მიგნება ხელს უწყობს ინფორმაციის გადაცემას. საზოგადოებასთან ვიზუალურ კომუნიკაციას ახორციელებენ კომპიუტერული ურთულესი პროგრამების საშუალებით. ნებისმიერი შენობის ფასადი გაცოცხლებულია, მასში დაშიფრულია ინფორმაცია მეტრული და ორგანოზომილებიანი. კედლების საშუალებით, რომლებიც ორნამენტულ ნახატს ქმნიან. წაშლილია ზღაპრები გარე სამყაროსა და შენობას შორის.

ასეთი შენობების "ორნამენტში" ჩადებულია ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში კონცეპტუალური იდეები: ეროვნულობა, თვითმყოფადობა, ხელოვნების ნიმუშების რეფლექსი, მიგონებები წარსულზე, ამა თუ იმ პროდუქტის

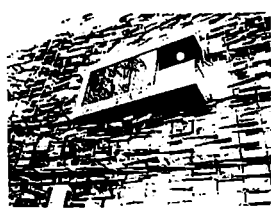
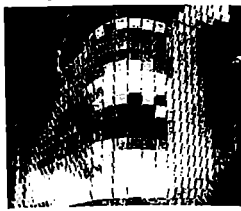
ან შენობის ფუნქციის რეკლამა, აპლიკაციები. ასეთი "აპლიკაციები" უფრო სუბიექტურია ვიდრე ობიექტური. ეველაფერი თამაშს გაეც. თამაში, როგორც ხერხი მხატვრული სახის შექმნისთვის აქტიურად გამოიყენება არქიტექტურულ შემოქმედებაში და მოიცავს მის პერიფერიულ ინტერპირტირებულ სივრცეს დაფუნქციონირებს ასოციაციურ შედარებებზე. ეველაფერი სემით თქმული გეაქვს საშუალებას შენობა წავიკითხოთ არა მარტო როგორც "ტექსტი, არამედ აღვიქვათ როგორც "ხურათი"

არქიტექტურის ტექტიკური სახის შექმნას ხელს უწყობს უნივერსალური თვისებების მქონე ხელისუფლები განათების გამოყენება, რომელიც ქმნის ფსიქოლოგიურად კომფორტულ ვიზუალურ გარემოს, აძლიერებს მკურნალობის პოზიტიურ ემოსიებს. ხელისუფლები განათების ვიზუალური მასალა ინფორმაციის მატარებელია, რომელიც გავლენას ახდენს არქიტექტურის კრეატიულ თვისებებზე. შესაბამისად იქმნება ახალი ეხთიკური ფასეულობები. შექმნა მანათობელი ფასადები და თანამედროვე არქიტექტურაში დაიბადა ახალი კონცეპტი "სინათლის არქიტექტურა."

სემით განხილულმა მასალამ ნათლად დაგვანახა, რომ თანამედროვე "ორნამენტით" გადმოცემულია რეალობა, სახეობების სკელეტი მდგომარეობა და მისწრაფებები: თავისუფლება, ქაოსი, სისწრაფე, დინამიზმი, ერთიანობა. ასეთ შენობებს მისამართი არა აქვთ, მიუხედავად იმისა რომ თვითთველი ინდივიდუალურია. არ ხსთათებას სტელსტური ერთიანობით და დიქტატივ არ რეის სიმკერის არობლები განახილეს. არა თავისთავად არამედ არქიტექტურის არსსში შენობა ეს არის მხოლოდ ადგილი ადამიანების ცხოვრებისთვის. არამედ ეს არის კომუნიკაციური ობიექტი, თანამედროვე ადამიანისთვის, როგორც შენობა ისე მიუღის ქალაქი სკენა. რომელშიც თანამედროვე (არსსობლებს) თანამედროვე ცხოვრების, უდრამა. ეს კი სამართლს კონცეპტუალური ხურათის მათორმირებელია

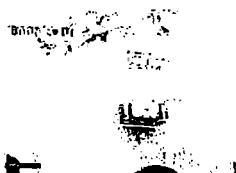
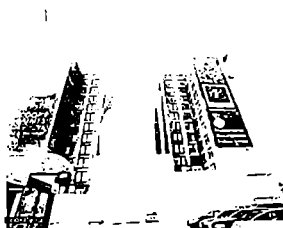
ამრიგად, ვერბალური ვიზუალური კომუნიკაციით შედმივად მიმდინარეობს სიტყვით აღწერის გადახვედა მხელეულობით აღქმაზე და არბიით ვრაფიკულს ეძლევა ვერბალური ინტერპრეტაციის შედეგად სვეს აღვიქვამთ მოცემული მოცულობის ასრობრივ და სხიერ მისაარს, თქმცხვენ დღეს ბილიმდე ვერ ვათვიცნობიერებთ ვერბალური და ვიზუალური აღქმის შესაძლებლობებს გამოსახულება და სიტყვით აღწერა გვაძლევს საშუალებას წავიკითხოთ არქიტექტურული ნაწარმოები, მივიღოთ ინფორმაცია და ეს ოქნებ. რქიტექტურული ფორმის პიუზი" რ. მრცო ეს კომუნიკაციური პროცესის შეტყფორელი მხარე იძლევა საშუალებას აღქმით გენერირებული იყოს საკეთარი აზრი, რომელიც ხშირად არ ემთხვევა ავტორის აზრს. ნიშნის ვიზუალური სივრცულ-დროითი ფორმას ასტომულირებს აზრობრივ პროცესს. ცნობიერებაში იხატება ახალი ხსე.

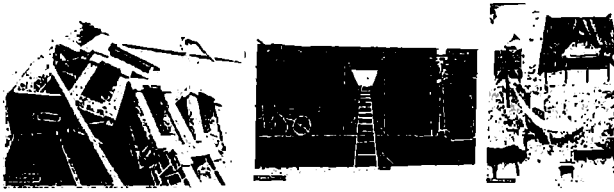
1. კინეტიკური ფასადები.





2. Երկրորդը՝ միտման արհեստը





ლიტერატურა

Ч.Дженкс "Язык архитектуры постмодернизма" М.1985

Визуальные и вербальные коммуникации в архитектуре

В статье рассматривается универсальный язык новейших технологических средств в архитектуре как носитель информации, позволяющей ему создавать художественные образы на фасадах зданий как метафорически, так и формально. Визуальные образы, созданные нанотехнологиями (кинетические, цифровые и медиа фасады) таит в себе огромный потенциал в создании визуальной коммуникации между архитектурой и человеком

Visual and verbal communication in architecture

In this article is considered the language of modern technology in architecture as information. These uncannily innovative ways of combining modern design and architecture Kinetic and media facades are relatively new concepts however, they have become increasingly popular in recent years. Visual images creative with modern technology conceal in itself huge potential to creation visual communication between architecture and person.

კახიანიძე დ. ა.
აბაშიძე ქ. ნ.

ს. ქარველიძის რეკონსტრუქციის უნივერსიტეტი

PR და რეკლამა მსუბუქ მრეწველობაში

საკვანძო სიტყვები: რეკლამა, ბრენდი, აიარი, კრეატივი, წარსივება.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, სადაც დომინირებს კონკურენტუნარიანი გარემო, მნიშვნელოვანია სარეკლამო კომუნიკაციების გამოყენება. რეკლამა ადასტინის ფიცილოლოგიაზე შემოქმედების ექველავზე ეფექტური საშუალებაა და აბიტომაც მასსე მითხოვნილება ეფექტდლოურად იხრდება. რეკლამაზე გარდელი მითხოვნილება გამოწვეულია როგორც შემოქმედებითი სტრატეგიის პოტენციტან, ასევე სარეკლამო საშუალებების პოზიციტიდან [1].

რეკლამის შემქნა არის შემოქმედებითი მეშობის შედეგი. კრეატიულიობა ანუ შემოქმედებითი მიდგომა თრიგინალური, ექველასაგან განსხვავებული ახალი ბრენდის შესაქმნელად მითხოვს ამ მიმართულებით სარეკლამო სტრატეგიების აქტიურ მეშობას. ხშირად გუქსმის ახალი ტერმინი: კრეატიული მიდგომა, კრეატიული სტრატეგია, კრეატიული განყოფილება ექველავური ეს დაკავშირებულია რეკლამასთან და სარეკლამო სააგენტოსთან, სადაც ექველავური უნდა იყოს კრეატიული, სარეკლამო სააგენტოების

შემოქმედებითი მიუშაობის მისანია გაუწიოს რეკლამირებრა ახალ ბრენდს, და არა უკვე ცნობით "მოძველებულ" ბრენდს. რეკლამა უნდა ასოცირდებოდეს ახალთან და ორიგინალურთან. რეკლამის მისანია მომხმარებლის დარწმუნება იმაში, რომ რეკლამირებული ბრენდი არის ახალი საქონლის ნიმუში და ამ პროდუქციისთვის შექმნილი რეკლამა არის ახალი სიტყვა სარეკლამო ხელსაწყოებში. მოუხდება თუ არა მომხმარებელს რეკლამირებული საქონლის ყიდვა, თუ მას მოეწონება მისი რეკლამა ეს უკვე მეორე საკითხია, რომელიც დამოკიდებულია იმაზე თუ რა დროით მოხდა მომხმარებლის დარწმუნება. ხშირად ბრენდის რეკლამა და თვით ბრენდის სასაქონლო სახე ერთმანეთისაგან მეკუთრად განსხვავდება. ამ შემთხვევაში მომხმარებელი უფრო ენდობა თავის ინტუიციას და ირწევს უკვე აპრობირებულ საქონელს ან ისეთს, რომელსაც თვლის პრაქტიკული და გარეგნული თვალსაზრისით უფრო საინტერესოდ. შესაძლოა ასეთი საქონლის რეკლამა არ იყოს ჯეროვანად მიმხიდველი, მოუხდებად ამისა ირწევს იმას, რაც მას მეტად მოსწონს. ამიტომ დიდი მნიშვნელობა აქვს რეკლამის კრეატიულობას, რადგან სასოციალურების სხვადასხვა ჯგუფები თანაბრად ხილვირთ არ აღიქვამენ რეკლამის მისაარსს. პირდაპირ რეკლამას უფრო მეტად ექვემდებარებიან თინეიჯერები, რომელთაც მოსწონთ სარეკლამო კლიპები და ყოველგვარ სიახლეს ღებულობენ განაღდასუბის გარეშე. რაც შეეხება შუა ასაკის მომხმარებელს, სარეკლამო კლიპებში მოითხოვს უფრო დამაჯერებელ არგუმენტს. თუ ამას ეურ ღებულობს კრეატიული რეკლამიდან, მაშინ მისთვის რეკლამა შეიძლება გადასიქვს ანტირეკლამად. ხშირად რადიო და ტელეარხებზე ერთი და იგივე რეკლამა გადის დროის მცირე ინტერვალებში და ჩართულია რეიტინგულ გადაცემებში, რაც ავალდებულებს მსმენელს იძულებით მიუყმინოს სარეკლამო კლიპს. ბუნებრივია მაქერებულთა ნაწილში ეს მომენტი იწვევს გაღიზიანებას. მეორეს მხრივ ასეთი რეკლამები ემსახურება როგორც ბრენდის, ასევე რეიტინგული გადაცემის რეკლამირებას. რაც მომგებიანია როგორც სარეკლამო კომპანიებისათვის, ასევე რადიო და ტელეარხებისათვის პოპულარიზის და ყინახსური თვალსაზრისით. ასეთი რეიტინგული გადაცემის მსმენელი აიძულებს რეკლამადაცემის მაქერებლებს და რადიოს მსმენელებს რაც შეიძლება მეტი მონაწილე ჩართოს რეკლამის საყერებლად.

რეკლამა ჭირდება ახალ პროდუქციას, მას უნდა აქონდეს თავისი სურთოთიკატი, რომლის მის, ღებუდ მნიშვნელოვან, სასოციალურიკო ასრის ხამოყალიბება. რადიო და ტელეარხებით რეკლამირებული პროდუქცია უმეტესად არ არის ახალი და იგი ემსახურება ბაზარზე მის გასაღებას, რაც ადამიანებში იწვევს ერთგვარ უნდობლობას. ხშირ შემთხვევაში ახალი პროდუქციის შექმნა და სასოციალურადმდე მიტანა დიდ დანახარჯებთან არის დაკავშირებული. ამიტომ ყირმები ახალი ბრენდის შექმნაზე ფულის დახარჯვას ამჯობნიებენ ძველი ბრენდის რეკლამირებას. მაინამ სანამ ახალი ბრენდი არ მიიღებს სასოციალურიდან მყარ რეკომენდაციას, მისი რეკლამირება აზრს კარგავს. ამისათვის აუცილებელია PR-ის და რეკლამის სწორი შერწყმა.

მოძველებული ბრენდის რეკლამირების შემთხვევაში მარკეტინგული პოლიტიკის თვალსაზრისით მას უნდა მიეცეთ ახლებური შეფუთვა, ამ პრობლემის გადაწყვეტა შესაძლებელია PR-ის მუშეობით და არა რეკლამით. დიდი მნიშვნელობა აქვს ასევე ბრენდის სახელწოდების შერწყვას, იგი უნდა ქმნიდეს ერთგვარ პარონიას პროდუქციასთან, მომხმარებლის ცნობიერებაში უნდა აღიქმებოდეს როგორც საუკეთესო. თუ მოძველებული ბრენდის გაცოცხლებისათვის გამოყენებული საშუალებები არ გვაძლებს დადებით

შედევს, მაშინ ჯობია შეეგუო ბრენდის ჩაძირვას და გაითვალისწინო ის შეცდომები რაც არსებული ბრენდის შექმნისას იქნა მიღებული.

მსუბუქი მრეწველობა ეს ის სფეროა, რომელსაც უხდება მრავალფეროვანი პროდუქციის გამოშვება, რაც არ იძლევა იმის საშუალებას, რომ დაეკმაყოფილდეთ ერთი რომელიმე სახეობის რეკლამის გამოყენებით, რადგან ერთ შემთხვევაში თუ იგი მომგებიანი აღმოჩნდება, მეორე შემთხვევაში შეიძლება წამგებიანი აღმოჩნდეს წარმოებისათვის. ბუნებრივია ასეთი სხვადასხვაობა ბაღვლი კითხვას: ახალი პროდუქციის რეკლამირებისას რომელს ენიჭება უპირატესობა PR-ს თუ რეკლამას? რომელია წინმსწრები.

ელა და ლორა რაისები, PR-ის პროფესიონალები, აღნიშნავენ [2], რომ პირველ რიგში უკვე არსებული ბრენდის დასაცავად მნიშვნელოვანია რეკლამა, მაგრამ ახალი ბრენდის ბაზარზე დამკვიდრებისათვის უფრო დადებით ეფექტს იძლევა PR-ის და ფაბლისიტის გამოყენება. სწორედ მათი წყალობით შესაძლებელია ახალი პროდუქციის დამკვიდრება ბაზარზე. ამ იდეის ავტორებმა მთლიანად შეცვალეს მსოფლმხედველობა მარკეტინგის შესახებ. რეკლამა PR-ის გარეშე ცალი ხელით ტაშის დაკერას უფრო ჰგავს და ნაკლებ ეფექტურია.

მეწარმეები და ფირმის ხელმძღვანელები დღესაც თვლიან, რომ სასოგადოებრივი აზრი არანაირ გავლენას არ ახდენს პროდუქციის ბაზართან ურთიერთობაზე. მნიშვნელოვანია მხოლოდ პროდუქციის რეკლამირებისათვის სწორი მენეჯმენტის შერჩევა. ეს აზრი არ არის გამართლებული, რადგან ახალი ბრენდის რეკლამირებას წინ უნდა უსწრებდეს სასოგადოების გაცნობიერება. გაანალიზება, თუ როგორ მიიღებს ახალ ბრენდს მომხმარებელი, არის თუ არა მოთხოვნა ასეთი ტიპის საქონელზე. ყოველი რეკლამა დიდ თანხებთან არის დაკავშირებული. რომლის დახარჯვასაც ფირმის ხელმძღვანელები ერთდებიან მანამ. სანამ მათ არ ექნებათ დამაჯერებელი არგუმენტები რეკლამირებული ბრენდის შედეგიანობაზე.

მსუბუქი მრეწველობის მიერ გამოშვებულ პროდუქციაზე მოთხოვნა დიდია, ეს ფაქტი მეწარმეს ავადებს იყოს მუდმივ კონტაქტში მომხმარებელთან, გაათავისუფლებს მომხმარებლის აზრი და შესაბამისად მთავდინოს პროდუქციის ცვლა. ხშირ შემთხვევაში კი ამ სფეროში პროდუქციის მრავალფეროვანი ასორტიმენტით იმდენად გაჯერებულია ბაზარი, რომ მეწარმე ვერ ასწრებს ახალი პროდუქციის რეკლამირებას, რადგან ბრენდის პოპულარიზებას განსაზღვრავს სეზონურობა. კონკურენტუნარიან გარემოში სამეწარმეო საქმიანობაში წარმატების მისაღწევად მნიშვნელოვანია ხელმძღვანელის პროფესიონალიზმი, რომელიც კარგად უნდა ერეკოდეს არა მარტო ტექნოლოგიურ პროცესებში, არამედ ასევე თავისი ბიზნესის სწორად წარმართვისათვის მარკეტინგში და მენეჯმენტში. როგორც არტურ პეიჯი აღნიშნავს: "ნამდვილი წარმატება როგორც ორგანიზაციისათვის, ასევე სასოგადოებისათვის მდგომარეობს დიდი ბიზნესის მომსახურებაში სასოგადოების ინტერესების დაცვით, ისე, რომ სასოგადოება მას აძლევდეს თავისუფლებას ეფექტური მომსახურებისათვის"

მსუბუქი მრეწველობის საწარმოებისათვის მნიშვნელოვანია იმიჯის ფორმირება, რომ ეს საწარმო გახდეს ცნობადი სახე მომხმარებლისათვის, რათა ამ საწარმოს მიერ გამოშვებულ პროდუქციას არ დაჭირდეს რეკლამირება. საწარმოს იმიჯის შექმნა დიდ თანხებთან არის დაკავშირებული, მაგრამ პოპულარიზება საწარმოსათვის წარმატების საწინდარია. ამის უამრავი მაგალითი არსებობს მსოფლიოში, მაგ.: როგორცაა "ქრისტინა დიორი", "ეურასიე", "დოლჩე გაბანი", "არმანი", "კოკა შინელი", "პიერ გარდენი", "რო-

ბერტო კავალი" და სხვა, რომელთა მიერ გამოშვებულ პროდუქციას საზოგადოება იღებს რეკლამირების გარეშე.

მსუბუქი მრეწველობის საწარმოებმა იმიჯის შესაქმნელად აქცენტირება უნდა გააკეთონ არა მხოლოდ გამოშვებული პროდუქციის რეკლამირებაზე, არამედ ახალ ტექნოლოგიებზე, რომელთა დანერგვით საუკეთესო ბრენდის სახე იქნება მიღებული. ეს კი უნდა მოხდეს მანამ, სანამ ახალი ბრენდი შეიქმნება, რათა შემდგომ მომხმარებლის მხარდაჭერა მოიპოვოს. აღნიშნულიდან გამომდინარე რეკლამას და PR-ს ორივეს დამოუკიდებელი ფუნქციები გააჩნია და აუცილებელია წინასწარ განისაზღვროს მათი მომსახურების კერძოებები ბრენდის პოპულარიზაციისათვის.

ლიტერატურა

1. ე. ხახუტაშვილი, ლ. კაპანაძე "საზოგადოებასთან ურთიერთობა" თბ. 2007წ.
2. Эл. Райс, Лора Райс «Расцвет Пиара» Москва 2006г.
3. ლ. კაპანაძე, ე. ხახუტაშვილი "იმიჯოლოგია" თბ. 2004წ.
4. ო. ქეშელაშვილი "ბიზნესის ორგანიზაცია" თბ. 2005წ.

Капанაძე Л.А., Абашидзе К.Н.

Грузинский технический университет

PR и реклама в легкой промышленности

Применение PR и рекламы – это залог успеха бизнеса в производстве. В статье говорится, что для создания нового бренда необходимо выбрать правильное сочетание пиара и рекламы. Бренды создаются не с помощью рекламы, а с помощью публикаций в средствах массовой информации. Реклама может только поддерживать те бренды, которым уже удалось добиться известности. В будущем можно ожидать бурного роста пиар-индустрии, что изменит отношение профессионалов маркетинга к пиару.

L.A. Kapanadze, K.N. Abashidze

Georgian Technical University

PR and Advertising in Light Industry

Practicing public relations and advertising activities is the key to success in manufacturing business. The article emphasizes the necessity of finding a correct combination between public relations and advertising. Brands are not made by means of advertising, but through support of mass media publications. Advertising can do no more than encourage those brands that have already managed to become famous. A rapid growth of promotional industry may be expected in future, which in turn will change attitude of marketing professionals towards public relations.

*მ. კიკნაძე, ა. კობიაშვილი, თ. ჟვანია
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

ინფორმაციული და საკომუნიკაციო სისტემების ანალიზი სასწავლო პროცესისათვის

საკვანძო სიტყვები: მელტიმედია, დისტანციური სწავლება, მედიათეკა

უკანასკნელ წლებში სწავლების ტექნიკური საშუალებები ფართოდ გამოიყენება სასწავლო პროცესის ყველა ფორმაში. თანდათან უფრო ფართოდება

ამ ტექნიკური საშუალებების სექტორი, მეთოდები და მათი გამოყენების ხერხები.

როცა ვსაუბრობთ სწავლების ტექნიკურ საშუალებებზე უნდა გავითვალისწინოთ მათი ის ძირითადი პარამეტრები, როგორცაა მობილობა (შეიძლება თუ არა მისი გადატანა), გაბარიტები, წონა და აქვს თუ არა საშუალება შეეცვალოს პარამეტრები, ფუნქციურობა (შესაძლებელია თუ არა მისი ფართოდ გამოყენება), სხვადასხვა კლიმატურ პირობებში მუშაობის შესაძლებლობა, საიმედოობა და ა.შ.

ტექნიკური საშუალებების გამოყენებისთვის მნიშვნელოვანი ასპექტია სასწავლო პროცესის განხორციელებისთვის საჭირო მონაცემთა გაერცვლების საშუალება (გადაცემა და მიღება). ეს შეიძლება იყოს სასწავლო ან სხვა აუდიო-ვიდეო ტელეკომუნიკაცია. ეს უკანასკნელი ითვალისწინებს უგამტარო და გამტარიან კომპონენტებს და ინტერნეტს.

აქედან გამომდინარე, შეიძლება აღვნიშნოთ, რომ ტექნიკური საშუალებები საჭიროა ახლ უბრალოდ სასწავლო პროცესის ჩატარებისათვის, არამედ უმნიშვნელოვანესია მისი როლი თანამედროვე სწავლების პროცესში.

სასწავლო პროცესის კომპიუტერიზაცია

უკანასკნელი ტექნიკური მიღწევები ხშირად გამოყენებას პოულობს სასწავლო პროცესში. გამოსნაჯისის არ წარმოადგენს კომპიუტერიც, სასწავლო პროცესში გამოთვლითი ტექნიკის გამოყენება საშუალებას იძლევა არსებითად ამაღლდეს სწავლების პროცესის ეფექტურობა, გაუმჯობესდეს ცოდნის აღრიცხვა და შეფასება, უსრულგულყოფილ იქნეს თითოეული სტუდენტისადმი ცალკეული ამოცანის გადაწყვეტაში მასწავლებლის ინდივიდუალური დახმარება, გამარტივდეს ახალი კურსების შექმნა და დაგეგმვა.

პერსონალური კომპიუტერი წარმოადგენს სიტყვების, რიცხვების, ხმის, გამოსახულების სახით წარმოდგენილი ინფორმაციის დასამუშაებელ მძლავრ საშუალებას. სხვა ცნობილ ინსტრუმენტებთან ერთად პერსონალური კომპიუტერი აუარსობს ადამიანის შესაძლებლობებს.

გამთავლითი ტექნიკის გამოყენება სასწავლო პროცესში ხსნის ახალ გზებს ასრულების, უზარმავეების განვითარებასა და რთული პრობლემების გადაჭრის პროცესში. პერსონალური კომპიუტერების საშუალებით იქმნება პერსონალური პროცესი. მისი საშუალებით აუსწავლორთული და დამოუკიდებელი სამუშაოები ხდება უფრო საინტერესო, დინამური, დაინტერესებელი, დიდი მსოფლიობის შესასწაველი ინფორმაცია კი - ადვილად ასათვისიეულ

სწავლების დიდაქტიკური კონცეფცია კომპიუტერული ტექნოლოგიების საშუალებით

მიუხედავად იმისა, რომ ტექნიკური საშუალებები აქტიურად გამოიყენება სასწავლო პროცესში, ისინი მაინც წარმოადგენს დამხმარე დიდაქტიკურ საშუალებებს. ტრადიციული სწავლების პროცესში აქტიური როლი ეკუთვნის მასწავლებელს. მასწავლებლის ურთიერთობა სტუდენტებთან დაფუძნებულია ინფორმაციის გადაცემაზე, რომლის მნიშვნელოვანი თავისებურებაა უწყავე შირის არსებობა.

სხვა სიტუაცია იქმნება, როდესაც სასწავლო პროცესში მონაწილეობს კომპიუტერი. პერსონალური კომპიუტერის მთავარი უპირატესობა სხვა ტექნიკურ საშუალებებთან მდგომარეობს ინტერაქტიური პროგრამების საშუალებით ადამიანთან მისი დიალოგის ორგანიზების შესაძლებლობაში. სატელეკომუნიკაციო არხის არსებობისას კომპიუტერს შეუძლია შეასრულოს

შუამავლის როლი მასწავლებელსა და სტუდენტს შორის, ასევე თავის თავზე აიღოს სწავლების პროცესის ნაწილი. ამისთვის კომპიუტერი ფილოსოფიის მულტიმედიის სახით ინფორმაციის შენახვისა და ოპერატიული დამუშავების შესაძლებლობებს. აქვე უნდა აღვნიშნოთ ისიც, რომ სტუდენტს ინტერნეტის საშუალებით აქვს დაშორებულ მონაცემთა ბაზებთან (ელექტრონული ბიბლიოთეკა) წვდომის, ნებისმიერ პარტნიორთან ელექტრონული კონფერენციის საშუალებით დაკავშირების და ასევე ნებისმიერი მოცულობის ინფორმაციის ნებისმიერი სახით გადაცემის შესაძლებლობა.

კომპიუტერული ტექნოლოგიები საშუალებას იძლევა მიღებული იქნეს პირველადი ინფორმაცია ინტერაქტიური პროგრამების დახმარებით, რომლებიც დაეხმარება სტუდენტს გარკვეულწილად აითვისოს ესა თუ ის დისციპლინა. აქვს რა ინფორმაციის მიღების შემოუხასდურელი სივრცე და არა აქვს დროითი საზღვრები, სტუდენტი სხვადასხვა ინფორმაციულ წყაროებთან იმყოფება მუდმივი კონსულტაციის რეჟიმში. გარდა ამისა კომპიუტერი საშუალებას იძლევა მუდმივად განახორციელოს თვითკონტროლი, რაც ამაღლებს სწავლების შემოქმედებით და შემეცნების ხარისხს.

სწავლების ფორმაში, კომპიუტერული საშუალებების გამოყენებას საფუძვლად უდევს განსაზღვრული დიდაქტიკური კონცეფცია, რომლის ძირითადი ასპექტები შეიძლება ჩამოვუყალიბოთ შემდეგნაირად:

1. სწავლების პროცესი ძირითადად იგება სტუდენტის დამოუკიდებელ შემეცნებით საქმიანობაზე. აუცილებლად უნდა შეიქმნას ისეთი საგანმანათლებლო გარემო, რომელიც მაქსიმალური ხარისხით წარმოაჩენს სტუდენტის შემოქმედებით პოტენციალს. აქ კი, უწინარეს ყოვლისა, აუცილებელია სტუდენტის უზრუნველყოფა სასწავლო ინფორმაციით.

2. სტუდენტის შემეცნებით საქმიანობას უნდა ქსონდეს აქტიური ხასიათი. აქტიური სწავლება, უპირველეს ყოვლისა, განისაზღვრება შინაგანი მოტივაციით, ისწავლოს.

3. სწავლება უნდა იყოს პიროვნებაზე ორიენტირებული. სასწავლო პროცესის ეფექტურობის ამაღლება შესაძლებელია მხოლოდ სასწავლო-შემეცნებითი საქმიანობის ინდივიდუალობის საფუძველზე.

ცხადია, რომ სწავლების ახალი კომპიუტერული ფორმა შეიძლება გამოყენებული იყოს არა მარტო უმაღლესი სასწავლებლის შიგნით, ასევე მის გარეთ. ამ ტაბებით დროისა და მანძილის ცნება კარგაეს ძირეულ მნიშვნელობას. არ აქვს მნიშვნელობა, სად იმყოფება ინფორმაციის წყარო შუაოთახში თუ ოქეანის გაღმა.

მულტიმედიური კურსები

განათლებაში ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების დანერგვაში მიგვიყვანა ახალი საგანმანათლებლო ტექნოლოგიებისა და სწავლების ფორმების გამოჩენასთან. ისინი დაფუძნებულია ინფორმაციის ელექტრონული საშუალებებით დამუშავებაზე და გადაცემაზე. მძლავრი მულტიმედიური კომპიუტერული სისტემებისა და ინტერაქტიული პროგრამების გამოჩენა გახდა დისციპლინური სწავლების ინტენსიური განვითარების ძირითადი საფუძველი.

კომპიუტერის დანერგვა სასწავლო პროცესში არა მარტო ათავისუფლებს მასწავლებელს სასწავლო პროცესის ორგანიზების მძიმე შრომისაგან, არამედ აძლევს საშუალებას შექმნას მდიდარი საცნობარო და საილუსტრაციო მასალები, წარმოდგენილი ტექსტის, გრაფიკის, ანიმაციის, ხმის და ვიდეოულემენტების სახით. კომპიუტერული ტრენაჟორები საშუალებას აძლევს სტუდენტს გამოიმუშაოს პრაქტიკული უნარ-ჩვევები; ინტერაქტიული ტესტირების სისტემების საშუალებით ხდება ცოდნის ხარისხის შემოწმება.

დისტანციური სწავლება

მსოფლიოში დღეისათვის დაგროვილია უზარმაზარი ცოდნა დისტანციური სწავლების რეალიზების შესახებ.

დისტანციური სწავლება წარმოადგენს სწავლების ისეთ ფორმას, რომლის დროსაც სწავლებისათვის საგანმანათლებლო პროცესში გამოიყენება ტრადიციული და სპეციფიკური მომენტები, საშუალებები და ფორმები, რომლებიც დაფუძნებულია კომპიუტერულ და სატელეკომუნიკაციო საშუალებებსზე. საგანმანათლებლო პროცესის საფუძველს დისტანციური სწავლების პროცესში წარმოადგენს სტუდენტის დამოუკიდებელი მუშაობა, რომელსაც შეუძლია ისწავლოს მისთვის მოსახერხებულ ადგილზე, ინდივიდუალური გრაფიკით აქვს რა ხელთ სწავლების სპეციალური საშუალებების კომპლექტი და მასწავლებელთან და სხვა მონაწილეებთან კონტაქტის წინასწარ შეთანხმებული შესაძლებლობა.

დისტანციური სწავლების თეორიისა და პრაქტიკის ანალიზმა აჩვენა, რომ დისტანციური სწავლება ხასიათდება:

“მოქნილობით” - სტუდენტი შეცვლინობს მისთვის საჭირო დროს და მისთვის მოხერხებულ ადგილზე მისთვის საჭირო ტემპებით. სწავლობს იმდენს, რამდენიც საჭიროა მისთვის კონკრეტული დისციპლინის ასათვისებლად;

“მოდელებით” - საშუალებას იძლევა დამოუკიდებელი სასწავლო კურსებიდან შედგეს სასწავლო გეგმა, რომელიც აკმაყოფილებს ინდივიდუალურ ან ჯგუფურ მოთხოვნებს;

“პარალელურობით” სწავლება შეიძლება მიმდინარეობდეს სხვა საქმიანობასთან შეთავსებით;

“შორსმოქმედებით” სტუდენტი სასწავლებლიდან შეიძლება იმყოფებოდეს და შორებულ მანძილზე და ეს არ ახდენს გავლენას ეფექტურ სასწავლო პროცესზე;

“ახინჯრონიულობით” სწავლების პროცესში მასწავლებელი და სტუდენტი მუშაობს მათთვის მისაღები ცხრილის მიხედვით;

“წართვით” - სწავლის პროცესში სტუდენტების რაოდენობა არ არის კრიტიკული პარამეტრი;

“რენტაბელობით” მასში იგულისხმება დისტანციური სწავლების ეკონომიკურ ეფექტურობა;

“სოციალურობით” დისტანციური სწავლება გარკვეულ წილად ხსნის სოციალურ დაძაბულობას, რადგან უსრუტეველყოფს სწავლებას საცხოვრებელი ადგილის და მატერიალური პირობების მიუხედავად;

“ინტერნაციონალიზმით” დისტანციური სწავლება მოხერხებული საშუალებაა საგანმანათლებლო მომსახურების ექსპორტის და იმპორტისთვის.

ჩამოთვლილი თვისებები განსაზღვრავს დისტანციური სწავლების უპირატესობას სწავლების სხვა ფორმებთან შედარებით

მედიათეკა

ახალი საგანმანათლებლო სისტემის მნიშვნელოვანი ელემენტია უმაღლესი სასწავლებლების გადასვლა ფართოდ გამოიყენებად ახალ ინფორმაციულ (კომპიუტერულ) ტექნოლოგიებზე.

მედიათეკა - ესაა საშუალება, რომელშიც მომხმარებელს შეუძლია კომფორტულად და ეფექტურად იმუშაოს სხვადასხვა ინფორმაციულ რესურსებთან (ნაბეჭდი მასალები, აუდიო და ვიდეო მასალები), რომლებიც იმყოფება თვით ბიბლიოთეკაში ან მის გარეთ.

მედიათეკის კონცეფციაში იგულისხმება კომპლექსური სტრუქტურის შექმნა, რომელიც ითავსებს სამკითხველო დარბაზის ფუნქციებს.

მედიათეკის ყველა კომპიუტერი ნართულია ლოკალურ ქსელში. მედიათეკის სერვერი განთავსებულია მედიათეკაში. ის მიერთებულია ბიბლიოთეკის სერვერზე, რომელიც, თავის მხრივ, ნართულია უმაღლესი სასწავლებლის საერთო ქსელში და, შესაბამისად, ინტერნეტში. მედიათეკის თანამშრომლები საშუალებას აძლევენ მომხმარებლებს დამოუკიდებლად განახორციელონ მათთვის საჭირო ინფორმაციის ძებნა, ასევე უწყვეტ კონსულტაციებს მედიათეკაში სამუშაოდ.

აქედან გამომდინარე შეიძლება აღენიშნოს, რომ სასწავლო პროცესის ინფორმაციზაცია წარმოადგენს ობიექტურ და კანონსომიერ პროცესს. ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების საშუალებები წარმოადგენენ სწავლების სისტემის მატერიალურ საფუძველს.

ყოველდღიურად ჩნდება სულ უფრო მეტი და მეტი ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიები. ისეთი ტექნოლოგიების რიცხვი, რომლებიც გამოიყენება და შეიძლება გამოიყენებულ იქნეს სასწავლო პროცესში, ასეულობითაა. ისინი ხასიათდება საგანმანათლებლო სისტემების დიდაქტიკური შესაძლებლობების უნიკალური მანევრებლობით:

- ტექსტური, გრაფიკული, აუდიო/ვიდეო ინფორმაციის შენახვით და წარმოებით დიალოგურ რეჟიმში;

- სხვადასხვა სატელეკომუნიკაციო არხებისა და კავშირების საშუალებით გაერთიანებულ მომხმარებლებს შორის ამ ინფორმაციის გადაცემით და მიღებით (გაცვლა).

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. დ. კაპანაძე, თ. ეჟანია, მ. კიკნაძე LMS Moodle-ს გარემოში თანაბარი ხორბულის ტესტების შექმნის შესახებ. პირველი საერთაშორისო კონფერენცია მიმდინარე გამოწვევები ცოდნის მართვაში - "ცოდნა ცხოვრებისათვის", გორი, 2008;

2. დ. კაპანაძე, თ. ეჟანია, თ. კლიშინაძე, თ. თოდუა LMS Moodle-ის გამოყენება სასწავლო პროცესის ორგანიზებისათვის, საერთაშორისო სამუცნიერო კონფერენცია "ინფორმაციული ტექნოლოგიები 2008". სტუ, 2008;

3. <http://zoovet.kharkov.ua/ukr/prep/dist/statti/stat10/index.htm>

4. <http://www.ido.tsu.ru/ss/?unit=223>

5. <http://laleshin.narod.ru/eva-2003.htm>

*თ. ლომინაძე, რ. პაპიაშვილი, ლ. პაპავა
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

ვერბალური კომუნიკაცია 3D ვირტუალურ გარემოში

საკვანძო სიტყვები: ვერბალური კომუნიკაცია, 3D ვირტუალური გარემო, Second Life, ნეტიკატი

„მითხარი რამე რომ დაგინახო!“
სოკრატე

კომუნიკაციის სხვადასხვა საშუალებებს შორის ვერბალურ კომუნიკაცია განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს. ადამიანის მიერ წარმოთქმული

ყოველი სიტყვა მისი მსოფლმხედველობის, სულიერი სამყაროს, გარემოსადმი დამოკიდებულების უტყუარი ინდიკატორია. პროფესიონალებსათვის, რომლებიც შესაბამისი ცოდნითა და გამოცდილებით არიან აღჭურვილნი, არავითარ სირთულეს არ წარმოადგენს სუსტად განსაზღვრონ როგორია ამითუიმ წარმოთქმული ფრაზის ნამდვილი მნიშვნელობა იმისდა მიხედვით, თუ როგორ იყო ეს ფრაზა წარმოთქმული, სიტყვების როგორი კომბინაცია და რა თანმიმდევრობა იყო შერწყმული აზრის ჩამოყალიბებისათვის.

ნუნ ვცხოვრობთ სიტყვების სამყაროში და, ცხადია, ძირითადი თავისებურება ვერბალური კომუნიკაციისა არის ის, რომ ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლის სამუდამოა ამ ტიპის კომუნიკაციის დროს არის მხოლოდ სიტყვა. ამიტომ დიდი მნიშვნელობა აქვს იმას, თუ როგორ არის აღქმული წარმოთქმული სიტყვების მნიშვნელობა ინფორმაციის მიმღების მიერ. იმის გამო, რომ ერთდღაივე სიტყვა სხვადასხვა კონტექსტში ხშირად სხვადასხვაგვარად შეიძლება იქნას გაგებული, აუცილებელია ერთმანეთისაგან განეასხეაოთ სიტყვის დენოტაცია (მისი მნიშვნელობა ლექსიკონის მიხედვით) და სიტყვის კონოტაცია (მისი მნიშვნელობა ინფორმაციის მიმღები პირისათვის მიერ მისი ემოციური და პირადი აღქმის გაელენით). ძალიან ხშირად, სიტყვა, რომელსაც ლექსიკონის მიხედვით ერთი მნიშვნელობა აქვს, ინფორმაციის მიმღებისათვის რადიკალურად განსხვავებული მნიშვნელობის მატარებელია იმ კონტექსტის გამო. რომელიც მხოლოდ კომუნიკაციის პროცესის მონაწილე ჯგუფისათვის არის ცხობილი და გარშემოქცეფთათვის აბსოლუტურად გაუგებარია.

ყველა ტიპის კომუნიკაცია და მათ შორის ვერბალურიც, დიდად არის დამოკიდებული იმ კონტექსტზე, რომელშიც კომუნიკაცია მიმდინარეობს. შესაბამისად, ვერბალური კომუნიკაციის ის ხერხები და მეთოდები, რომლებიც ვირტუალურ გარემოში კომუნიკაციისას გამოიყენება რამდენადმე განსხვავდება კომუნიკაციის რეალურ გარემოში მოქმედი ხერხებისა და მეთოდებისაგან. სანამ კონკრეტულად განვიხილავდეთ ვერბალური კომუნიკაციის სპეციფიკას ვირტუალურ, კეროდ კი 3D (სამგანსომილებიან) სამყაროში, მთელად გაეჩინო რას თუ რას წარმოადგენს 3D ვირტუალური გარემო.

თანამედროვე ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა ძირეულად შეცვალა ადამიანების წარმოდგენა რეალობაზე. ინტერნეტის ქსელის წარმოშობამ და იმისმა წარმოუდგენელმა გაფართოებამ უდიდესი გასაქანი მისცა ადამიანის ფანტაზიასა და შესაძლებლობებს. გარდა იმისა, რომ თითქმის წაიშალა დროისა და სივრცის მკვებები ვირტუალურ გარემოში ყოფნისას, გაჩნდა კომუნიკაციისა და თანამშრომლობის ადრე წარმოუდგენელი შესაძლებლობები. განსაკუთრებით დიდია ინტერნეტი Web 2.0-ის ისეთი ინსტრუმენტების მიმართ, როგორცაა ბლოგი, ვიკი და, რათქმუნდა, სოციალური ქსელები. დღევანდელ ინტერნეტ-სამყაროში უამრავი სხვადასხვა ტიპისა და სპეციფიკის მქონე სოციალურ ქსელს შეხვდებით. მათი რაოდენობა განუხრელად მატულობს და უფრო და უფრო მეტი განსხვავებული ინტერნეტის მქონე მომხმარებლის მოთხოვნებს ერგება. ტიპური სოციალურ ქსელში ადამიანებს შორის კომუნიკაცია სხვადასხვა ტიპის ტექსტური ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლის საფუძველზე მიმდინარეობს. კომუნიკაციის პროცესში ჩართული ადამიანი, როგორც ინფორმაციის გამცემი, ასე მიმღები, შედარებით პასიურ მდგომარეობაშია იმ კუთხით, რომ კომპიუტერის მონიტორზე აისახება ტექსტური ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლა მონაწილეებს შორის, მაგრამ ნაკლებად ჩანან კომუნიკაციის პროცესის უშუალო მონაწილეები. შესაბამისად, ამ ბოლო დროს გაიზარდა დაინტერესება ე.წ. 3D სოციალური ქსელე-

ბისადმი, სადაც კომუნიკაციის მონაწილე სუბიექტები არა მხოლოდ მოვედნების შედარებით პასიური დამკვირვებლები, არამედ კომუნიკაციის პროცესის სრულფასოვანი მონაწილეები არიან არა მხოლოდ ტექსტური ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლის საშუალებით, არამედ ფიზიკური მონაწილეობითაც. 3D სოციალური ქსელების შექმნის მიზანი არის რეალური და ვირტუალური სამყაროების მაქსიმალური დაახლოება იმისათვის, რომ ადამიანმა ვირტუალურ სამყაროში თავი იგრძნოს ისევე, როგორც მისთვის ჩვეულ სამგანსომილებიან რეალურ სამყაროში.

ამ ტიპის სოციალურ ქსელებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე ფართოდ გავრცელებული და პოპულარული სოციალური ქსელია Second Life, რომლის სახელიც ქართულად ითარგმნება როგორც „მეორე სიცოცხლე (სამყარო)“, რაც სრულად ასახავს იმ კონცეფციას, რაც ამ ტიპის სოციალური ქსელების შექმნას დაედო საფუძვლად.

როდესაც ადამიანი Second Life-ის გაცნობას იწყებს, პირველი, რაც მან უნდა გააკეთოს, არის ის, რომ უნდა შექმნას თავისი თავის ელემენტარული ორეული, ანუ, ავატარი. ავატარის დისაინის პროცესში ადამიანი აბსორბირებულად თავისუფალია: შეუძლია აირჩიოს სქესი, რასა, თმისა და თვალის ფერი, ფორმა, აღნაგობა, სტილი და სხვა. როგორც წესი, ავატარის შექმნის პროცესში ადამიანები გასაქანს აძლევენ თავიან ფანტაზიას და ხშირად ისეთ თვისებებს სძენენ მათ, რაც რეალურ ცხოვრებაში მათთვის განუხორციელებელია.

კომუნიკაციის პროცესი Second Life-ის გარმოში სწორედ ამ ავატარების მეშვეობით მიმდინარეობს. ავატარები ეცნობიან ერთმანეთს, ეძებენ საერთო ინტერესებს მქონე ავატარებს, ცვლიან ინფორმაციას, ერთმანებებიან სხადასხვა ტიპის დაჯგუფებებში, სწავლობენ, ასწავლიან და სხვა. ცალკე საუბრის თემა Second Life-ის გამოყენება საგანმანათლებლო მიზნით. მსოფლიოს წამყვან უნივერსიტეტებს აქვთ ვირტუალური სასწავლო კურსები Second Life-ის გარმოში, სადაც როგორც მათი სტუდენტები, ასევე, სხვა მსურველები იღებენ კვალიფიციურ ცოდნას მეცნიერების ამათუიან დარგში.

Second Life-ის ვირტუალური სამყარო ე.წ. კონსულუმსაგან შედგება. ყოველი კუნძული სხვადასხვა ტიპის ინტერესებით გაერთიანებული ვირტუალური ავატარებით არის „დასახლებული“, თუმცა არცერთი ავატარი არ არის მიბმული რომელიმე კუნძულზე. მათ თავისუფლად შეუძლიათ ტელეპორტირება ერთი კუნძულიდან მეორეზე და, შესაბამისად, სხვადასხვა ინფორმაციის მიღება და გაცემა.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, კომუნიკაცია ვირტუალურ გარემოში რამდენადაც განსხვავებული წესების ე.წ. ნეტიკეტის ნორმების დაცვით მიმდინარეობს. ნეტიკეტის ნორმები მოქმედებს Second Life-ის სამგანსომილებიან გარემოშიც, მცირეოდენი სახესხვაობით. პირველი, ყველაზე მინიშნელოვანი, ე.წ. „ოქროს“ წესი, რომლიც უნდა იყოს დაცული ვირტუალური კომუნიკაციისას მდგომარეობს შემდეგში:

• არ უნდა დაგვაიწყდეს, რომ ვირტუალურ სივრცეში გავზავნილი ყველა შეტყობინების ადრესატი არის რეალური ადამიანი და არა ვირტუალური არსება

ეს წესი განსაკუთრებით აქტუალურია სამგანსომილებიან სივრცეში კომუნიკაციისას, რადგან ავატართან ურთიერთობის შედეგად ზოგჯერ სისტემის მომხმარებლებს უნდაებათ შეგრძნება იმისა, რომ მათი შეტყობინებების ადრესატები სწორედ ეს ვირტუალური ავატარები არიან და არა მათ უკან მდგომი რეალური ადამიანები. რეალური ადამიანები, რომლებიც ნართულნი არიან კომუნიკაციის პროცესში ინფორმაციის

გამავრცელებლის ან მიმღების სტატუსით. ამიტომ, აუცილებელია საკომუნიკაციო უნა იყოს მარტივი, ადვილად გასაგები, გრამატიკული და სტილისტური შეცდომების გარეშე. თუკი საჭიროა აბრევიატურების გამოყენება, მაშინ ეს აბრევიატურები წინასწარ უნდა იყოს ცნობილი კომუნიკაციის პროცესის ყველა მონაწილისათვის. ყოველი სიტყვა თუ ფრაზა უნდა იყოს მიმართული იმისაკენ, რომ ინფორმაციის მიმღებმა სწორად გაიგოს გაგზავნილი შეტყობინება და გაუგებრობამ არ გამოიწვიოს კომუნიკაციის პროცესის შეწყვეტა. აუცილებელია ვირტუალური ავტარის შეტყობინების კონტროლი კომუნიკაციის პროცესში. თავისი დილაქსე შემთხვევით დაწკაპუნებამ ავტარის არაადეკვატური ქცევა შეიძლება გამოიწვიოს, რასაც ასევე შეიძლება მოუყვას კომუნიკაციის პროცესის გართულება ან საერთოდ შეწყვეტაც კი. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ეს ასპექტი მაშინ, როდესაც ინტერნეტ-კავშირი ნულია და ვირტუალური ავტარი ისედაც დაგვიანებულად რეაგირებს მოვლენებს.

• *პატივი უკით ხევა ადამიანების დროსა და ინტერნეტ-ქსელის გამტარუნარიანობას*

როდესაც კომუნიკაციის პროცესი სამგანსომილებიან სივრცეში მიმდინარეობს, ძალიან ადვილია დროის შეგრძნების დაკარგვა. გარშემო უამრავი აბსოლუტურად განსხვავებული ვირტუალური ავტარი მოძრაობს და დიდი მათთან გასაუბრებისა და ნაცნობობის გაბმის სურვილი. თუმცა, როგორც სემთა აღვნიშნეთ, ყოველი ავტარის უკან რეალური ადამიანი იმალება, რომელიც იმ მომენტში, როდესაც საუბრის დაწყებას აპირებენ, შეიძლება დაეაღებას ასრულებდეს, თავის ბლოგზე შეტყობინებას გზავნიდეს, საჭიროა მთავარაკებას აწარმოებდეს, ან სულაც ისვენებდეს. ამიტომ, საჭიროა მაქსიმალურად მოეკრიდეთ უსარგებლო, მთლიან დროის გასაყვანად წამოწყებულ საუბრებს იმ შემთხვევების გარდა, როდესაც ვიმყოფებით Second Life-ის სპეციალურ, ახალი ნაცნობობის გაბმისათვის შექმნილ კუნძულებზე. აქედან გამომდინარე, Second Life-ის გარემოში, ძალიან მნიშვნელოვანია ის კონტექსტი, რომელშიც კომუნიკაციის პროცესი მიმდინარეობს. მიუხედავად იმისა, რომ ამ ვირტუალურ გარემოში ადამიანები ვირტუალურად მონაწილეობენ და ძალიან ხშირად, ანონიმურადაც, მაინც ყალიბდება გარკვეული სოციალური, ისტორიული, ფსიქოლოგიური და კულტურული გარემო, რომელიც ძალიან დიდ გავლენას ახდენს კომუნიკაციის პროცესის დაწყებასა და მის შემდგომ განვითარებაზე. სოც კონტექსტში თავისუფალი საუბრები, რომელიც შეიძლება საკმაოდ დიდხან გაგრძელდეს, მისაღებია, სოგან კი აძინ შეიძლება კომუნიკაციის პროცესის მონაწილეთა გალიზიანება გამოიწვიოს.

• *გაცვალეთ კვალიფიციური ინფორმაცია, უპასუხეთ ყველა დასმულ შეკითხვას განსაზღვრულ დროში*

კიბერ-სივრცის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი უპირატესობა მასში ჩართული ადამიანების უსარმაზარი რიცხვია. 2009 წლის მონაცემებით, Second Life-ის გარემოში ერთდროულად შემოსული (და არა დარეგისტრირებულის, დარეგისტრირებული გაცილებით მეტია!) ადამიანების რიცხვია, საშუალოდ, 52 000-ს შეადგენდა. ამიტომ, განსაკუთრებით ეფექტურია შეკითხვების დასმა ონ-ლაინ რეჟიმში. რადგან სისტემაში შემოსული მომხმარებელის რაოდენობა ძალიან დიდი, მათი სულ მცირე ნაწილი მაინც თუ გასცემს დასმულ შეკითხვაზე კვალიფიციურ პასუხს, ეს შეკითხვის ავტორისათვის ძალიან დიდი დახმარება იქნება.

ინფორმაციის გაცვლა-გამოცვლა მნიშვნელოვანდ ზრდის ე.წ. კოლექტიურ ცოდნას, რაც Second Life-ის კონცეფციის ერთ-ერთი ძირითდი ასპექტია. ამიტომ, ამ გარემოში ინფორმაციის გაცვლის პროცესი ძალიან ინტენსიურია,

როგორც ამ სფეროს სპეციალისტები ამბობენ: ჩვენ არ ის, რასაც გაეცემთ. ერთ-ერთი ყველაზე მკაცრი წესი, რომლიც ვირტუალურ გარემოში არსებობს, მდგომარეობს შემდეგში: არც ერთი შეკითხვა უპასუხო! თუკი პასუხის გაცემა შეუიარაღებელი დასმისთანავე ვერ ხერხდება, მაშინ მას პასუხი 48 საათის განმავლობაში უნდა გაეცეს.

• *ნებისმიერი პოლემიკა განსაკუთრებულ სარჩებში მოაქციეთ*

პოლემიკა და კამათი ნებისმიერი შემეცნებითი პროცესის განუყოფელი ნაწილია. როგორც ამბობენ, კამათში იბადება ტყუილიც. გამონაკლისი არც ვირტუალური სამყარო წარმოადგენს. დაეა და კამათი აქაც ხშირია. განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც რაიმე საეთნოსე გუნდური მუშაობა მიმდინარეობს. ისევე, როგორც რეალურ ცხოვრებაში, აუცილებელია კამათის მონაწილეები არ გადავიდნენ პერსონალურ შეურაცხყოფასზე. ვირტუალურ სამყაროში ამის ცდუნება განსაკუთრებით დიდია მისი ანონიმურობის გამო. ამიტომ, როდესაც იქნება სამუშაო ჯგუფები Second Life-ის გარემოში, როგორც წესი, ხდება წინასწარი შეთანხმება, როგორი ტერმინოლოგიის გამოყენება არის მიღებული მოცემული სამუშაო ჯგუფისათვის და როგორის არა. რადგანაც, ზოგჯერ ადამიანმა შეიძლება ვერ შეიკავოს თავი გაცხარებისაგან და რაიმე „მაგარი“ სიტყვის წარმოთქმის სურვილი გაუჩნდეს, ჯგუფის წევრები წინასწარ თანხმდებიან ამ გამოთქმებსზე. რომელიც შეიძლება იქნას გამოყენებული მათ ნაცვლად. ეს, როგორც წესი, სახუმარო გამოთქმებია, რომლებიც გარდა იმისა, რომ ადამიანს აძლევს ე.წ. „ერთქმედის გამოშვების“ შესაძლებლობას, განმუხტავს კიდევაც დაძაბულ სამუშაო სიტუაციას.

• *არ გადააშენოთ ძალაუფლებას*

როგორც აღვნიშნეთ, კომუნიკაციის პროცესში წართულად ადამიანებს ამ პრცესზე სხვადასხვა გავლენის მოხდენა შეუძლიათ. ზოგი მათგანი შედარებით მეტი ძალაუფლებით სარგებლობს, ზოგი კი ნაკლებით. არც ვირტუალურ გარემოში კომუნიკაციის პროცესშია გამონაკლისი. Second Life-ის გარემოში განსაკუთრებული ძალაუფლებით სხვადასხვა კურსის მასწავლებლები სარგებლობენ, ასევე, ის ავტარები, რომელთა ფუნქციაც დისკუსიებისა და საუბრების მოდერირებაა. კომუნიკაციის განსაკუთრებული ძალაუფლების მქონე მონაწილეებს Second Life-ის გარემოში განსაკუთრებული პასუხისმგებლობა ეკისრებათ. მათი მოვალეობაა არა მხოლოდ სხვების ქვეყისა და გამონათქვამების მონიტორინგი და ყველა შესაძლო კონფლიქტის დროული აღმოფხვრა, არამედ, საკუთარი ქვეყისა და გამონათქვამების განუწყვეტელი გაკონტროლება. Second Life-ის წესების თანახმად, განსაკუთრებული ძალაუფლების მქონე პირები უნდა იყვნენ მაქსიმალურად კომპეტენტურები, კომუნიკაბელურები, კეთილგანწყობილები, მკონდეთ პასუხი ყველა (ან თითქმის ყველა) შეკითხვაზე და სხვა. ვირტუალურ სამყაროში კომუნიკაციის პროცესის სწორად წარმართვის გაცდლებით მეტი ძალისხმევა, ცოდნა და სიფრთხილე სჭირდება, ვიდრე ეს რეალურ გარემოშია აუცილებელი.

• *იყავით პოზიტიური!*

შეცდომის დაშვების უნარი ეს არის ერთ-ერთი იმ უნართაგან, რომელიც ადამიანს სხვა ცოცხალი არსებებისაგან განასხვავებს. შეცდომებს თავიდან ვერც ვირტუალურ სამყაროში კომუნიკაციისას ავირიდებთ. ძალიან მნიშვნელოვანია, თუ როგორ რეაგირებენ სხვის შეცდომებსზე კომუნიკაციის პროცესის მონაწილეები ვირტუალურ გარემოში. მთავარი წესი, რომელიც ამ სამყაროში მოქმედებს, მდგომარეობს შემდეგში: იყავით პოზიტიურები! არ აქვს მნიშვნელობა, იქნება ეს გრამატიკული შეცდომა შეტყობინების წერის პროცესში, მეტისმეტად გრძელი პასუხი დასმულ შეკითხვაზე, თუ

საერთოდაც, უმნიშვნელო და კონტექსტიდან ამოვარდნილი შეკითხვა, რვაგორება კომუნიკაციის პროცესის მონაწილეთაგან უნდა იყოს ერთმნიშვნელოვანად მოსიტიური. ნეტიკეტის ერთ-ერთი ძირითადი მოთხოვნაა არ მოუახდინოთ ნაჩქარევი რეაქცია მოვლენებზე, მითუმეტეს, წერილობითი ფორმით. სიტყვას, რომლიც დაიწერება და დაფიქსირება, უკვე ვეღარავინ ვეღარ შეცვლის. ამიტომ კიბურ-სივრცეში, მათ შორის Second Life-ის გარემოშიც, ძალიან ეფექტურად მოქმედებს „ასჯერ გაზომე და ერთხელ გაჭერი“-ს პრინციპი, რომლის დაცვაც ვირტუალური კომუნიკაციის აუცილებელი პირობაა.

იმ შემთხვევაში კი, როდესაც შენიშვნის მიცემა აუცილებელია, ეს უნდა მოხდეს მაქსიმალურად ტაქტიანად, არაიმპერატიული ტონით და აუცილებლად კერძო საუბარში და არა აუდიტორიის თანდასწრებით, რაიმე საკითხის საჯარო განხილვისას.

დასკენის სახით კი გვინდა ვთქვათ, რომ არსებობს ერთი ძირითადი პრინციპი, რომლითაც უნდა ხელმძღვანელობდეს ნებისმიერი ადამიანი რეალურ ცხოვრებაში. ეს პრინციპი შემდგომში მდგომარეობს: არ გაუკეთო სხვას ის, რასაც შენ თავს არ უსურვებდი. ვირტუალურ სამყაროში ამ პრინციპმა ცოტა სხვა ფორმა მიიღო, თუმცა მინც რჩება ადამიანებს შორის კომუნიკაციის ძირითადი განმსაზღვრელ ფაქტორად. სივრცეში, სადაც ადამიანებს შორის კომუნიკაციის ძირითადი იარაღი და საშუალება ამათუიშ ფორმით გადმოცემული სიტყვაა. ეს პრინციპი უღერს შემდეგნაირად:

არ უთხრა ადამიანს ის, რის გაგონებასაც თავად არ ისურვებდი.

მ. მაისურაძე.

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

თბილის-ქალაქი და ტრადიცია

თბილისი საინტერესო ქალაქებგმარებით ერთეულს წარმოადგენს თავისი ისტორიით, სტრუქტურით, განვითარების ეტაპებით, დემოგრაფიულილობით, ლანდშაფტური თავისებურებებით და ქალაქის შემადგენელი სხვა მრავალი კომპონენტით, რაც საერთაში ქალაქის მთლიანობას, მის მაცოცხლებელ უჯრედს წარმოადგენს. ის მრავალი თვითმყოფადი ელემენტი კი, რომელიც ასე დამახასიათებელი იყო თბილისისთვის ქალაქმა საუკუნეებიდან შეათვისა და დაამკვიდრა.

თბილისის ისტორია ეს არის კალციდოსკოპური ცვალებადობა იმიხა და მშვიდობიანი დღეების, კოლოსალური ნგრევის და აღმშენებლობის. (2) თბილისი იმ ქალაქთა რიცხვს მიეკუთვნება სადაც ბუნება, მთის პეიზაჟი, მძლავრად მოქმედებს არქიტექტურაზე. ქალაქის ცალკეული უბნები აღიქმებიან ყოველი მხრიდან, თვით ყველაზე დაბალი ტერასიდანაც კი კარგად იკითხება ქალაქის უდიდესი ნაწილი. თვალსაჩინო მაგალითს წარმოადგენს რომანტიულილობით გაჯერებული მეტეხის კლდის განაშენიანება. აქ ცალკეული სახლი არ წარმოადგენს ძეგლს, მაგრამ მცნება არქიტექტურული ძეგლი უფრო ფართო ხასიათს ატარებს - ის აერთიანებს მეტეხის კლდეს, მასზე ჩამოკიდებულ აივნებს, რაც ქმნის ერთ სივრცულ ანსამბლს.(1)

გაიხსენით იოსებ გრიშაშვილის ერთი საინტერესო ჩანართი ძველი თბილისის ლიტერატურული ბოჰემის წინასიტყვიობაში აღნიშნავს: „თბილისის ვიწრო ქუჩებს არავრთი მოგზაური უნახავს, მაგრამ შინ დაბრუნებულს, მეტი

მოგონება და შთაბეჭდილება რნება იმ ბნელ ქუნებიდან, სადაც ქიმომტერეული სახლის იაქათათა ირიბათაა გაწოლილი. ეს „ აზიატსკიაა ჩასტ ტიფლისა“ უფრო მეტ მასალას აძლევს მათ შემუშავებას, ეიდერ გავეროპიელებული ფართე ქუნები და ქვის თუჯირები. აქ სახლის ინტენსიურად განიცდის სიხარულსაც და მწუხარებასაც.“(6) მართლაც, ეს ნააზრები კარგად ესატყვისება თბილისელთა ე.წ. თბილისურ ტრადიციას.

გაეისხნოთ თბილის-ქალაქისთვის ასე დამახასიათებელი გვიანფეოდალური ეკონომიკური ბირთვი - განვითარებული სავაჭრო-სახელოსნო-საინფორმაციო ცენტრით, რომელიც წარმოადგენდა დუქნობასა და ქარეხსაღებო მოშენებულ ქუნებისა და მოედნების სისტემას. „ქვედა უბნის“ სავაჭრო ცენტრს თათრის მოედანი წარმოადგენდა, რომელიც დაკავებული იყო სასურსათო ბაზრით გარშემორტყმული სავაჭრო რიგებით.(3) მოედანთან არსებული ქუნების ქსელი, რომელიც მოშენებული იყო სავაჭრო და სახელოსნო რიგებით, წარმოადგენდა მთელი ქალაქის ტყეულ მართალი ამბების თავისებურ საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ცენტრს ე.წ. „სადლაქოს“, საიდანაც ხდებოდა ინფორმაციის გავრცელება ქალაქის მთელ დანარჩენ სიერცხეუბოქის ცვლასთან ერთად, ეს სიტუაცია ნელ-ნელა იცვლება ქალაქის ცხოვრებაში შემოდის ახალი საინფორმაციო-საკომუნიკაციო საშუალებები მაგრამ, უშუალო ურთიერთობით ინფორმაციის გავრცელებას მიმეყული მოქალაქე, დღემდე ცდილობს იცხოვროს ცოცხალი ურთიერთინფორმაციით ე.წ. „ჭორი“-ს გავრცელების იდეა-ფუნქციით. დღემდე, თბილისის უყვარს „ჭორი“ და ეს ჩვეუა, თუ თვისება, მომდინარეობს იმ ტრადიციიდან რასაც ყოველთვის ქმნიდა თბილის-ქალაქის თეატრალიზებული გარემო, მოქალაქის მიერ ქვეცნობიერად ქალაქისადმი იჯახური დამოკიდებულება

თბილისი როგორც ქალაქი, თვითმყოფად, ინდივიდუალურ სახეს ატარებდა და ინარჩუნებდა განუმეორებლობის მარცვალს, რაც გამოხატულებას ჰპოვებდა, ადამიანის მოქალაქედ ჩამოყალიბებაში. იყო დრო, როდესაც ქალაქი ერთი მაჯისცემით ცხოვრობდა, ყოველი მ ქალაქიც, ინდივიდი იყო ქვეეთი, საკუთარი სულიერი სამყაროთი, დამოკიდებულებით მეორე მოქალაქისადმი და აქედან გამომდინარე, საერთოდ ქალაქისადმი.

ქალაქში უბანი თავისებურ ფენომენად გვევლინებოდა. უბანი აღიქმებოდა და წარმოადგენდა კიდევ ცალკე სამყაროს, რო სელიც მთლიანობაში ქმნიდა იქ მაცხოვრებლების სახეს, ესმარებოდა მის ფორმირებას - ჩამოყალიბებას.

რას წარმოადგენდა უბანი ეს იყო მოქალაქეთა უანსახეურული რაოდენობის მიერ ათვისებული გარემო. თავდაპირველად ძველი თბილისი ხელოსანთა უბნებს აერთიანებდა და სავაჭრო და პოლიტიკურ ცენტრს ქმნიდა. უფრო მოგვიანებით, ქალაქის განვითარებიდან გამომდინარე, გვხვდება სხვა სახის უბნები (სოციალური იერსახით განსხვავებული), მათ რიცხვს მიეკუთვნება კარგად ცნობილი უბნები სახელწოდებებით: ვერა, სოლოლაკი, ავღაბარი, ისანი, ხარფუხი და ა.შ. (5) მოქალაქეები, თავისი ქვეყნთ საზოგადოებაში, იმ უბანს წარმოადგენდნენ, სადაც ცხოვრობდნენ და ყოველთვის „უბანს“ დიდ ქომაგებად ევლინებოდნენ, ზოგადად კი, ყველანი ერთად მთელი ქალაქის სახეს ქმნიდნენ.

თბილისში მცხოვრები ადამიანი, თავისი გეოკლიმატური თავისებურებებით სამხრეთული ორიენტაციისაა და მისი შინაგანი განწყობა ყოველთვის მეტ არტისტულობას მოიცავს. აქედან გამომდინარე, თბილისელის გარემოს აუცილებელი ატრიბუტი არტისტულობაა, რის შესანიშნავ მაგალითს წარმოადგენს ძველი თბილისის თეატრალიზებული ქუნები საკუთარი ტრადიციებით, ქუნის მხარეს გადმოფენილი აივნებით და შიდა ღია ეზოებით, რომელიც ერთ დიდ თეატრალურ საურთიერთობო სიერცეს ქმნიდა. უბნები

ცხოვრობდნენ ურთიერთობის პრინციპით, რაც საშუალებას აძლევდა მათ, მთელი ცხოვრების მანძილზე უშუალო თანამონაწილენი ყოფილიყვნენ უზნის ცხოვრებისა. მათ მოსწონდათ, მუდმივად, მრავალმხრივბოვანი მიაუერებლის წინაშე მსახიობის როლში სცენასე ყოფნა, თამაში.

საცხოვრებელი გარემოს ჩამოყალიბებაში გათვალისწინებული იყო ყველასე მთავარი ფაქტორი მოქალაქის სახით, რომელიც ცხოვრობდა და სიცოცხლისუნარიანს ხდიდა გარემოს, სადაც თვითონ მოქმედებდა. ხდებოდა ინდივიდის ჩამოყალიბება, ის კი თავის მხრივ გარემოს აყალიბებდა განსაზღვრავდა ადამიანის სულიერ სამყაროს. ამ გარემოცვაში ყალიბდებოდა ის, როგორც ინდივიდი და ხდებოდა მისი ორგანული ნაწილი მოქალაქის სახით. ამ გარემოში ხდებოდა კონცენტრირება ქალაქური ელემენტებისა. ადამიანთა ჯგუფები თავისი ყოფით - ინდივიდუალიზმით და კოლექტივიზმის საერთო სურვილით, ყოველ ცალკეულ უბანში ერთმანეთისაგან განსხვავებული სტილით ყალიბდებოდა და წარმოქმნილი უამრავი კომბინაციები იძენდნენ თითოეული უბნისათვის განსაკუთრებულ ხასიათს. და აი, დღეს, ქალაქის ერთ დროს, ერთი მწკობრი მოღიანობა ძველდებოდა იშლება. სიკვდილი ისევე ზუსტად ამარცხებს შრომის ნაყოფს (ნაწარმოებს), როგორც ცოცხალ არსებებს. თანამედროვეობის ტემპმა დაარღვია ათასწლიანი წინასწრობა, სახსკვდილო დარტყმა მიაყენა ქალაქის ჩამოყალიბებულ სტრუქტურას. სოფელი დააცარიელა, ქალაქი დაანაგვიანა. გაშმაგებულმა რირქმა დაარღვია სიცოცხლის წვეული პირობები. დააპირისპირა ძარმონია ძირითადი მათხოვნილებების დამაყოფილებას, გაწკობა კავშირი წვეულ ღჯახურ გარემოსა და სამუშაო ადგილს შორის. მოხდა ადამიანის ფსიქოლოგიური წყობიდან გამომდინარე მიუღებელი რამ იძულებითი მოკეუთა იმ ფესვებიდან, საცხოვრებელი სიერციდან, სადაც ის ჩამოყალიბდა, მოხდა მისი ფორმირება როგორც პიროვნების და მოქალაქის. გადაადგილებული წვეული ადგილებიდან ახალ, შედარებით კომფორტაბელურ, მაგრამ ისინი, მათთვის უცხო, აუთენსებულ, სიერცეში იწყებენ ცხოვრებას, მოქმედებას. სიერცეში, სადაც უგულვდებაყოფილია მათთვის ასე ნაცნობი გეგმარებითი თუ ყოფითი ტრადიციები და არაფრით არ ხდება მათთვის შეთავაზებული სტრუქტურის ცოცხალ ორგანიზმად ჩამოყალიბება. მოქალაქე თავისი სურვილებით რნება მისთვის წვეული ტრადიციების გარეშე. საერთოდ, ცნობილია, რომ ის სამყარო, რომელიც მოქალაქის გარშემოა ევითარებს გარკვეულ წვეულებას ან პირიქით. დამორგუნეულად მოქმედებს მასზე, როგორც პიროვნებასე და მასში დებს გარკვეულ კოდს, რომლითაც შემდგომში ეს პიროვნება მოქმედებს.

დამიანი, დარსნილი წვეული გარემოს გარეშე, უმწუო ხდება ახალ სიერცეში და როგორც მოქალაქე კარგავს სიცოცხლის უნარს, ის საბოლოოდ განწირულია მარტოობისთვის. ძირითადი ცხოვრებისეული წესებისა და ტრადიციების რღვევა, თავისთავში ატარებს მომწამლულ ნაყოფს - ავადმყოფობას, აღშფოთებას, უგუნურებას, სიბოროტეს, რაც ქალაქის ყოველდღიურობაში ელინდება სასოგადოებისათვი სხედასხევა სახით.

დღეს, თბილისი წარმოგვიდგება ერთ დიდ საცდელ ექსპერიმენტალურ პოლიგონად. ეინ უნდა განახსოვოს. თუ რა უნდა ცოცხლობდეს და რა უნდა გაუწინარდეს? რა არის ხერხემალი იმ ტრადიციისა, რომელიც არ ზღუდავს მონაკვლი თაობების მიწანსწრაფვას სიახლისაკენ და განაპირობებს ინდივიდის იმგვარადვე ფორმირებას, როგორც კელიმანი, ადგილმდებარეობა, რასა, წვევები და ა.შ. ეს არის ქალაქის სიერცის მუდმივი მოქმედების ცვლით მუდმივი მოძრაობა, რომელსაც გენეტიკური განახლების კოდით დამუხტული ქალაქი შეიძენს. ალბათ არავითარი დონისძიება არ შეიძლება

იყოს გონიერული, თუ ეს ქალაქის ცხოვრებასთან პარამონიულად არ არის დაკავშირებული. ქალაქი, მოქალაქისათვის მოსახერხებელი რომ გახდეს, ყალიბდება წლებით. მისი სამომარო არეალი ცოცხალი უნდა იყოს, ამისთვის კი აუცილებელია მოქალაქის დამოკიდებულება სიერცისადმი, მისი შემადგენელი ყველა კომპონენტით. ქალაქის საცხოვრებელი სიერცე მაშინ იძენს მუდმივობას, როდესაც მოქალაქეები ერთიანობის სულით სიმბოლიზირდებიან, როდესაც ნაგებობებს შორისი სიერცე ცოცხალ არტერიად გადაიქცევა და ამავე დროს გამოირჩევა თეატრალურობით აღსაესე სცენებით.

რატომ ხდება რომ ჩვენ, სასოგადოება, შექუხებული ვართ თბილისის ახალი საცხოვრებელი უბნების გაუცხოებით და თბილისის ძველი უბნების ხელოვნურობით – იმიტომ ხომ არა, რომ დღეს საცხოვრისი არ იძლევა ოჯახისათვის საიმედო თავშესაფარს. ოჯახი მარტო რნება თავისთავათან, რაც მისთვის მიუღებელია, გამომდინარე შესობლური ცხოვრების ტრადიციებიდან. ხოლო რღვევა ძირითადი ცხოვრებისეული წესებისა, ტრადიციებისა, თავისთავაში ატარებს მომწამვლულ ნაყოფს – ავადმყოფობას, აღშფოთებას, უგუნურებას, სიბოროტეს რაც ქალაქის ყოველდღიურობაში ელინდება სასოგადოებისათვის სხედასხევა სახის არაჯანსაღი გადახრებით.

არანაირი ღონისძიება არ შეიძლება იყოს გონიერული თუ ის ქალაქის ცხოვრებასთან მილიანად პარამონიულად არ არის დაკავშირებული. ქალაქის სული ყალიბდება შთამომავლობით, წლებით და იმისათვის რომ ქალაქი იყოს „მოსახერხებელი“ მისი სამომარო არეალი სიერცე, ცოცხალ ორგანიზმად უნდა ჩამოყალიბდეს.

კიდევ ერთხელ ავლნიშნავ, რომ ქალაქში საცხოვრებელი სიერცე მაშინ იძენს მუდმივობას, როდესაც ნაგებობებს შორისი სიერცე ცოცხალ არტერიად გადაიქცევა და მეტ თეატრალურობას იძენს კი. მუდმივი მოქმედების ცვლით მუდმივ მოძრაობაშია და ქალაქი იწყებს გენეტიკური განახლების კოდიტ დამუხტებას. სწორედ ეს არის ხერხეძალი ტრადიციისა, რომელიც არ სდუდაეს მომავალი თაობის მიზანსწრაფვას სახელისაკენ და განაპირობებს ინდივიდის, ადამიანის იმგვარადვე ყოვრმირებას, როგორც კლიმატი, ადგილმდებარეობა. რასა, ჩვეულები და ა.შ.

დღევანდელ თბილის-ქალაქს უკვე XXI ს-ში გადასულს. მრავალი ახალი თუ ძველი პრობლემა აქეს გადასატრელი. დღეს, სხვა პოლიტიკური სისტემის შემოქმედებაა, სხვა ეკონომიკური კანონებია და თავისთავად ქალაქი სწორედ იმ ორგანიზმად გვეყვლინება, რომელიც ყველაზე აქტიურადია ამ კვლილებებში ჩაბმული. ქალაქის სტრუქტურაში სახეცვლილებებისათვის აუცილებელი ხდება გარდაქმნები, რათა ქალაქი შეეიდეს ახალ საუკუნეში მეტად „მოსახერხებელი“ მოქალაქეთათვის. რაც თანამედროვე ქალაქებისთვის უპირველესი მოთხოვნაა.

ქალაქის თვითმყოფადობა და ამოცოცხლისუნარიანობა იმაზე დამოკიდებული, თუ რამდენად სწორედ შეეძლებოთ საქალაქო სიერცის აღმშენებლობის სტრუქტურისათვის მიმართულების მოძებნას და განმარტებას. მაგრამ, ქალაქის პრობლემებს უფრო ღრმად თუ ჩაუკვირდებით, ჩვენ შევიგრძობოთ ქალაქს, როგორც ცოცხალ ორგანიზმს, რომლის სიცოცხლის უნარიანობა მრავალ ფაქტორსა და დამოკიდებულს, ხოლო მათ შორის ერთერთი უმთავრესი მაინც მოქალაქეა.

აქტიური ქალაქი ყოველთვის განიცდის ცვლილებებს და მუდამ დგას დიდი პრობლემების წინაშე ძველისა და ახლის შერწყმის პრობლემებით, ახლის დაბადებისა და ძველის გარდაქმნის ან სიკედილისა. ქალაქში სასურველია შექმნას საცხოვრებელი ყოვრმირებები, რომელთა სახასიათო გადაწყვეტებით, უბნის სპეციფიურობიდან გამომდინარე, შექმნის შეუდარებელ

გეგმარებას ე.წ. "არომატს" ძველი ქალაქისას, დაუბრუნებს დროისაგან დაკარგულ ტრადიციულ განლაგებას საცხოვრებლებს, რომელიც, ასე აკლია ქალაქს და მის მოქალაქეს.

დღეს, თბილისში, მშენებლობაში დაწყებული ქაოსი, იმედია წარმოქმნის თანამედროვე ქალაქის ახალ არქიტექტურულ სტრუქტურას, რაც საშუალებას მისცემს დედაქალაქს ახლებურად წარმოინდეს. ფაქტია, რომ ქალაქი იწყებს შენებას, ეს მტკივნეული პროცესია, მაგრამ იმეოის მომცემი ქალაქი ხომ პატარა სამშობლოა, რაც ტრადიციისთან შედმივ კავშირშია და აუცილებელ გათვალისწინებას საჭიროებს.

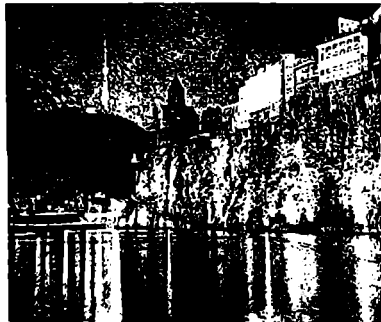
გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Architecture of Culture & Commerce January – March, 2006;
2. Н. Малинин, Архитектура и среда Штаб-квартира, осень, 2005;
3. შ. შაისურაძე, „წარსულის ქალაქი და მის ხივრცეს თანამედროვე საცხოვრებელი გარემოს როლი“, კაეკაბის მქცქე (ხანკიადღური გასოცქესა 2); თბილისი, 2003წ.
4. შ. შაისურაძე, „თანამედროვე ქ. მსქელი ადლსტიკა და არქიტექტურული ხივრცის განცდა თბილისი და მოქალაქე“ კურნალი "ხცილი" №9, 2003წ.; თბილისი: ივრნსსქცილი, თსსქელი: კურნული, ტომი III; გასოცქე „საბქთიო საქრთველი“, 1963წ.; თბილისი

The City of Tbilisi and Tradition

The article covers the issue of urban development required for individual factors, including the most important – citizens. How the city space and environment help the formation of individual citizens preserve their identity. Active city life becomes an organic part that determines the spiritual world of an individual citizen.

В статье рассматриваются проблемы развития отдельных факторов города, в том числе самого главного – горожанина. О том как городская пространств, окружающая среда, способствует всестороннему сохранению самобытности облика города, развитию личности, социальной группы, человека в целом. Активно живущий город становится органической частью духовного мира горожанина





*Tamila Mikeladze
Shota Rustaveli State University*

Internet symbols In Verbal/nonvocal Internet Communication

Keywords: communication, verbal/nonverbal communication, vocal/nonvocal communication, internet, internet symbols

Communication has always been an important need of all societies. Since the time of our cave-dweller ancestors, people have been communicating in different ways. They drew pictures on cave walls, were using drumbeat and smoke. In wars, soldiers used doves to communicate top secrets. Letters, the telegraph and telephone were the next step in communication. Finally, in the present century most of communication process is done through the Internet. It is evident that there are inherent differences between traditional and online environments, so the way of communication is not the same.

Communication is a growing discipline" (Pfau, 2008, p. 598). However, defining communication is not an easy task (Littlejohn & Foss, 2005). There are several definitions of it.

According to Richards, Communication is the exchange of ideas, information, etc. between two or more people. In an act of communication there's usually at least one speaker or sender, a message which is transmitted, and a person or persons for whom this message is intended the receiver (Richards,1985). There are three major types of communication: Verbal or dialog, Non-verbal, and visual. *Dialog or verbal communication* is a **conversation** between two or more entities in which they use their speech organs to convey a message. It has two subcategories: Interpersonal and public speaking. *Nonverbal communication* is the process of communicating through sending and receiving wordless **messages**. *Visual communication*, as the name suggests, is communication through visual aids.

The Tubbs Communication Model includes *Communicator 1* (the sender/receiver) and *Communicator 2* (the receiver/sender) (Tubbs & Moss, 2006). Tubbs and Moss (2006) describe both *Communicator 1* and *Communicator 2* as sources of communication since each originates and receives messages simultaneously. These messages are transmitted verbally and/or nonverbally. Tubbs and Moss (2006) provide the following definitions for types of messages:

- **Verbal** - any type of spoken communication that uses one or more words (p. 12);
Intentional verbal - conscious attempts we make to communicate with others through speech (p. 12);
Unintentional verbal - the things we say without meaning to (p. 12);
Nonverbal - all of the messages we transmit without words or over and above the words we use (p. 13);
Intentional nonverbal messages - the nonverbal messages we want to transmit (p. 13);
and
Unintentional nonverbal messages all those nonverbal aspects of our behavior transmitted without our control (p. 14).

These definitions are same for both – traditional, face-to-face and online communication. but in face-to-face communication. communication channels include sensory organs for receiving stimuli. In other words in face-to-face communication we intend to use both, verbal and nonverbal communication simultaneously. It means, that we can show and express our emotions completely with tone and intonation, facial expression and gestures.

In face-to-face communication, verbal and non-verbal communication affects communication transaction, interpretation, and meaning. Therefore, it is important to distinguish *verbal from nonverbal* and *vocal from nonvocal* (Stewart & D'Angelo, 1980, as cited in Tubbs & Moss, 2006). Verbal communication as previously stated is "any type of spoken communication that uses one or more words" while "nonverbal communication is all of the messages we transmit without words or over and above the words we use" (Tubbs & Moss, 2006, p. 12-13). Therefore, according to Tubbs and Moss (2006), verbal/vocal communication refers to communication through the spoken word while verbal/nonvocal communication refers to the use of words but without speaking.

Nonverbal/vocal communication, also referred to as paralinguistics, consists of vocalizations without words (e.g., inflection, pitch, tone, etc.) as well as "noises without linguistic structure, such as crying, laughing, grunting" (Trager, 1958, as cited in Tubbs & Moss, 2006, p. 136). Nonverbal/non-vocal communication includes visual, spatial, and temporal cues. Visual cues include kinesics (posture, facial expressions, body gestures), oculosics (eye behavior), haptics (use of touch to communicate), appearance (clothing, hairstyle, body shape, artifacts, choice of color, etc.), and use of objects.

What is effective communication? Tubbs and Moss (2006), state, "communication is effective when the stimulus as initiated and intended by the sender, or source, corresponds

closely to the stimulus as it is perceived and responded to by the receiver” (p. 24). In online environment, effective communication is particularly important.

Computer-mediated communication (CMC) provides extensive communication channels in online environment for interaction through written communication, including email, IM (instant messaging), text messaging, bulletin boards, chat rooms, discussion boards, listservs, social networking, virtual worlds, blogging, etc. The growing domestication of email, IM, text messaging, blogging, Facebook – and the rash of other forms of online communication platforms – altered our communication landscape.

Email has become one of the most commonly used formats in computer-mediated communication. However, communicating effectively by email does not mean just “type and send.” In the article “Egocentrism Over E-mail: Can We Communicate as Well as We Think?,” Kruger et al. (2005) investigates the difficulty of conveying emotion and tone via email without the “benefit of paralinguistic cues” (p. 1). They conducted five studies to examine overconfidence over email by comparing the perceived and actual ability of participants to communicate via email. The results of the five studies indicated that participants who sent emails overestimated their *ability to communicate* by e-mail and that participants who received emails overestimated their *ability to interpret* e-mail. Furthermore, participants who sent emails predicted about 78% of the time their partners would correctly interpret the tone. However, the data revealed that only 56% of the time the receiver correctly interpreted the tone (Kruger et al., 2005). But in our opinion to interpret correctly the tone depends on the words and the structure of the sentence used by the person who sends E-mail. i. e. interpretation/misinterpretation is based on lexicon (words of a language), semantics (meaning of words), and syntax (how words and symbols are put together). In “Setting the Tone” (n.d.). Stone states, “Just as the pitch and volume of one’s voice carries attitude and tone at parties and meetings, the choice of words and the way we put our sentences together convey a sense of attitude and tone in our writing” (¶2).

When we want to create an impression or express feelings, or convey variations in tone or volume, we use capital and lowercase letters differently, typing exclamation points, and other punctuation marks and emoticons (called smileys) along with our verbal message. It is remarkable, that these emoticons (smileys) are universal symbols, used by every nation, in spite of their language.

: () Loudmouth, talks all the time: or shouting
 : ** : Returning kiss
 :() Crying
 :-> Smile of happiness or sarcasm
 :-@ Screaming
 :-c Very unhappy
 :-D Laughing
 :-e Disappointed
 :-|| Very angry
 ;) Wink
 O♀ Female
 O-> Male
 {} No comment
 |(Sleepy (on late night email message)
 |^o Snoring
 }{ Face to face

e. g. !-(Black eye
 #-o Shocked
 %-(Confused
 %-) Dazed or silly
 %- { Ironic
 (()) ** Hugs and kisses
 (-& Angry
 (-* Kiss
 (-\ Very sad
 -) Tongue in cheek
 ^^ Laughter
 O:-) Angel
 8) Wide-eyed, or wearing glasses
 8-o Shocked
 8-O Astonished
 :(Sad
) Smile
 | Bored, sad

Beside this there are special words and/or phrases, so called "internet slang" which is widely used in internet communication. The use of internet-based lingo (lingo refers to any medium of texting communication taking place via computers, including IM programs, e-mail, Facebook, etc.) is very popular especially among younger age groups, than older generations.

e. g. OMG! (Oh my God!)	B4 (before)
LOL! (Laugh out loud!)	B4N (bye for now)
FYI! (For Your Information!)	BB (bye bye)
U (you)	H8 (hate)
2 (to)	HBD (Happy Birthday)
4 (for)	HF (have fun)
BRB (be right back)	IMHO (in my humble opinion, or in my honest opinion)
411 (information)	IMHE (In my humble experience)
bff (best friend forever)	INMP (it's not my problem)
gf (girlfriend)	POV (point of view)
bf (boyfriend)	
idk (I don't know)	
<3 (said as "heart" or "less than three"; indicates love)	
btw (by the way)	
cunt (see you next Tuesday)	
tyl (talk to you later)	
w/e (whatever)	
rofl (said as "rawfl": indicates rolling on the floor laughing)	
how r u (how are you)	
AFAICS (as far as I can see)	
AFAICT (as far as I can tell)	
AFAIK (as far as I know)	

As we see verbal/nonvocal internet communication is a new but very popular and effective way of communication in the age of technology of the 21st century. It is quite clear that face to face, both verbal and nonverbal communication, is the best way of showing emotions of the speaker expressed with tone and intonation, facial expression and gestures. But it doesn't mean that the use of internet-based lingo is not an effective way of expressing one's feelings and emotions. Effective computer-mediated communication is based on lexicon (words of a language), semantics (meaning of words), and syntax (how words and symbols are put together). Furthermore, the way in which messages are constructed using lexicon, semantics, and syntax can greatly affect the creation of impression or expression of feelings. Beside words internet communication is rich with special internet symbols (smileys) which are very effective for expressing feelings and emotions.

As technology advances, it is distinct that verbal/nonvocal internet communication will be more suitable for making effective communication in the virtual online environment.

References

Dance, Frank E. X., & Larson, C. E., (1976). *The functions of human communication: A theoretical approach*. New York, NY: Rinehart and Winston.

Internet Slang Definition http://www.wordiq.com/definition/Internet_slang

Jackson, B. (2008, May 6). FYI Internet slang nothing to LOL at. *itBusiness.ca*. Retrieved

December 10, 2008, from <http://www.itbusiness.ca/it/client/en/home/News.asp?id=48254>.

Kruger, J., Epley, N., Parker, J., & Ng, Z. (2005). Egocentrism over email: Can we communicate as well as we think? *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 925-936. Retrieved January 9, 2009, from <http://faculty.chicagogsb.edu/nicholas.epley/html/publications.html>

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A., (2005). Theories of human communication (8th ed.). Belmont, CA: Thompson Wadsworth.

Pfau, M. (2008). Epistemological and disciplinary intersections. 58(4), 597-602. *Journal of Communication*. A Journal of the International Communication Association. Wiley-Blackwell.

Smileys and emoticons http://www.gsm-technology.com/gsm.php/en_unlock_subpage_id_Smileys.html

Tubbs & Moss, (2006). Human Communication <http://www.operationsnow.com/socscience/speech/commcentral/mgtubbsmossstc.html>

21-ე საუკუნეში ტექნოლოგიურმა პროგრესმა გახსნა კომუნიკაციის კიდევ ერთი განსომილება ინტერნეტის ვირტუალურ სამყაროში. სამოყალიბდა საკომუნიკაციო ენა რომელიც ერთნაირი წარმატებით გამოიყენება. როგორც ინგლისურ ენოვან ასევე არაინგლისურ ენოვან კომუნიკაციაში. ნაშრომში ერთმანეთთანაა შედარებული ტრადიციული პირისპირ კომუნიკაციისა ონლაინ კომუნიკაციის პრინციპები, ნახევენბია რომ ვერბალურ/არახმოვანი ინტერნეტ კომუნიკაცია, რომელიც ხორციელდება ინტერნეტ სიმბოლოების საშუალებით (ე.წ. სიცილაკები) საკმაოდ ეფექტურად გადმოსცემს მოსაუბრის ემოციებსა და ნააზრევს.

Технологический прогресс 21-го века приоткрыл еще одно измерение коммуникации в виртуальном мире Интернета. Сформировался еще один коммуникационный язык, который одинаковым успехом используется как в англоязычной, так и в не англоязычной коммуникации. В статье сопоставлены коммуникационные принципы традиционной – «лицом к лицу» - и онлайн коммуникации. Показано, что с использованием Интернет-символов (т.н. смайликов) возможно передать не только текст, но и настрой, и эмоции беседующих.

*В. Радзиевский, Д. Радзиевский
ЮЛППП Институт Систем управления Арчила Элиашвили*

Verbalные модели знаний в задачах управления сложными системами

Ключевые слова: Управление, знание, производственные системы, понятие, семантика.

В задачах управления выбор того или иного метода решения тесно связан со свойствами управляемого объекта. В традиционной теории управления приходится иметь дело с такими объектами, структура и функционирование которых, а также цели и критерии управления допускают четкую математическую формализацию. Это позволяет создавать автоматические системы управления, используя формальные модели и точные методы. При управлении сложными системами (живой организм,

экологические системы, экономические системы и другие) по причинам, часть которых упомянута в /1/ такого рода формализация бывает малоэффективной или невозможной. Это связано с тем, что задача управления сложными системами относится к классу неформализованных или слабоформализованных задач и решается как правило, человеком на основе его знаний, опыта и интуиции. Следует при этом отметить, что человек формирует модель решения задач на основе содержательного описания объекта, задаваемого, как правило, на естественном языке, привлекаая при этом семантическую информацию, которая не может быть выражена количественно. Это содержательное описание отражает знания об объекте управления и при компьютерном моделировании может быть представлено в виде соотношения между лингвистическими описаниями состояний объекта и решениями – операторами, преобразующими одно описание в другое /2/. Такие преобразования базируются на знаниях об объекте. Существуют различные модели представления знаний в интеллектуальных системах.

Рассмотрим одну из них, а именно продукционную. Продукция представляет собой правило, имеющее вид: *если – то* или $\alpha \rightarrow \beta$, где α означает некоторое условие или совокупность условий (условная часть продукции), представленных обычно на естественном языке или на формализованном языке, близком к естественному, а β означает новый факт (констатирующая часть продукции), выведенный из условий α . Этот факт может рассматриваться как заключение вывода, либо как оператор, производящий некоторое действие.

Следует, однако, отметить, что для того, чтобы сработала правая часть продукции, и было принято решение или сделано заключение, необходимо точное совпадение описания входной ситуации и описания, хранящегося в условной части продукции. В противном случае продукция не сработает. Если входная информация задаётся на вербальном уровне, то она должна точно соответствовать вербальному описанию условной части продукции. Это очень ограничивает пользователя. Для разрешения этой проблемы используются различные формальные языки представления знаний Я.П.З., характеризующиеся однозначностью и единообразием представления одного и того же смысла. Однако перевод с естественного языка на этот формальный язык опирается на многие положения лингвистики и связан с большими трудностями. В то же время в некоторых не очень сложных случаях для получения стандартного описания удаётся использовать более простые подходы, не требующие лингвистического анализа. Один из таких подходов связан с использованием ключевых слов.

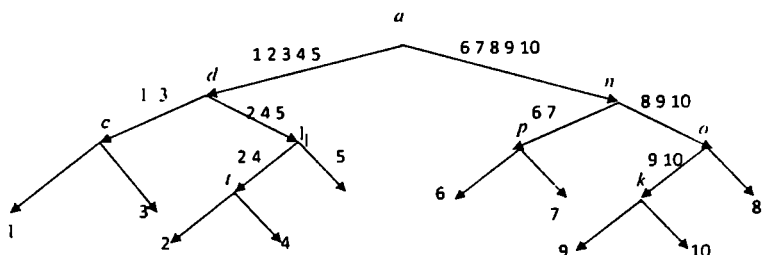
Пусть имеем множество предложений, каждое из которых задаёт описание ситуации, представленных в левых частях продукции. Все предложения перенумерованы. Тогда ключевым словом будем называть слово, которое входит приблизительно в половину всего множества предложений и этим самым осуществляет разбиение множества на два подмножества. Каждое из этих подмножеств, в свою очередь, также делятся на два подмножества с помощью других ключевых слов и т.д. Так как в процессе деления указываются номера предложений, входящих в подмножества, то в конечном итоге мы получаем терминальные символы – номера предложений, хранящихся в продукционных системах.

Входное предложение после проверки на наличие в нём конкретных ключевых слов получает номер, совпадающий с номером одного из предложений, входящих в условную часть продукции и указывает на их семантическую идентичность. Пусть, например, имеем 10 предложений, каждое из которых описывает некоторую ситуацию. Эти описания представлены в условных частях соответствующих продукции и каждому из них соответствует некоторое решение по управлению, представленное в

констатирующей части продукции. Для простоты слова в предложениях обозначим буквами *a, b, c, d* и т.д. Тогда предложения будут иметь вид:

- 1) *abcdv*
- 2) *aklmi*
- 3) *adi*
- 4) *aklm*
- 5) *ak*
- 6) *pzn*
- 7) *nd*
- 8) *pz*
- 9) *kon*
- 10) *os*

Дерево на рис. 1 поясняет процесс поиска ключевых слов. Каждой левой ветви дерева



НРис. 1

приписываются номера предложений, в которых присутствуют ключевые слова, а правой – номера предложений в которых соответствующих ключевых слов нет.

В качестве примера рассмотрим предложение 2. После определённой перестановки слов это предложение может иметь вид *laimk*. Проверка на наличие ключевых слов указывает, что это предложение также соответствует предложению 2, что соответствует их семантической идентичности.

Ясно, что для распознавания новых описаний ситуаций необходимо, чтобы слова входных предложений были понятны системе. С этой целью каждое входное предложение проходит операцию канонизации, которая обеспечивает замену слов входного предложения синонимами, понятными системе. Такая замена происходит с использованием соответствующего словаря.

Представление предложений с помощью ключевых слов инвариантно относительно перестановки слов в предложении. Это даёт возможность освободить пользователя от ограничений, связанных с последовательностью слов в предложении, позволяя срабатыванию констатирующей части продукции и выдачи решения по управлению независимо от расположения слов входного предложения.

Следует, однако, отметить, что задача принятия решения по управлению на основе смыслового описания ситуации может быть решена в случае, когда число возможных ситуаций, по которым принимается решение по управлению, соответствует числу возможных решений. В общем случае, из-за большого количества ситуаций.

невозможно создать корреляционное правило, которое каждому смысловому описанию ситуации ставило бы в соответствие решение по управлению. Одна из возможностей преодоления этой трудности связана с разбиением множества входных описаний ситуации на классы по числу принимаемых решений. Каждому полученному классу ставится в соответствие его обобщённое описание, а каждому обобщённому описанию соответствует решение по управлению.

Для того, чтобы в ответ на входное предложение сработала констатирующая часть продукции, необходимо сопоставление описания входной ситуации и условной части продукции. Если в условной части имеем обобщённое описание, то результат сопоставления должен показать, относится или нет входная ситуация к классу, представленному обобщённым описанием. Если входная ситуация относится к классу, представленному обобщённым описанием, то срабатывает констатирующая часть продукции и выдаёт решение по управлению. Для того чтобы осуществить такое сопоставление, входное предложение и описание условной части продукции должно быть представлено на одном языке. Далее должно быть принято правило сопоставления, с помощью которого будет получено заключение относительно принадлежности ситуации к классу, представленному обобщённым описанием. Рассмотрим, какие существуют возможности получения обобщённых описаний. В зависимости от способа обобщения могут быть использованы различные правила сопоставления. Рассмотрим один из видов обобщения – обобщение по значениям признаков. Этот вид обобщения был использован в концептуальном подходе, предложенном в [3]. В этом подходе для описания ситуации используются логические или булевы функции. Исходная ситуация представляется в виде признаков, заданных своими значениями. Она преобразуется в бинарную форму, что даёт возможность использовать для описания ситуации булевы функции.

Для получения бинарных значений признаков исходные значения каждого признака разбиваются на ряд интервалов. В качестве признаков используется предикаты $P(x)$ означающие «быть в заданном интервале значений». Предикат $P(x)$ принимает значение истина, если значение x попадает в заданный интервал и значение ложь в противном случае. Когда переменная в одноместном предикате получает конкретное значение, то предикатное утверждение превращается в обычное высказывание, которое может быть либо истинно, либо ложно. Такие высказывания задают признаки с бинарными значениями.

Обозначим эти признаки через u_1, u_2, \dots, u_n и представим их бинарные значения в таблице 1, где представлены данные обучающей выборки.

u_1	u_2		u_n	класс
0	0		1	-с
1	0		0	-с
0	1		1	-с

Таблица 1

В этой таблице цифры от 0 до 1 обозначают бинарные значения признаков u_1, \dots, u_n , а -с и с указывают на один из двух классов, к которым относятся соответствующие наборы бинарных значений признаков.

Для решения задачи распознавания, предшествующей задаче принятия решений и управления из высказываний, задающих признаки ситуации, должны быть построены логические функции $f_i = \overline{1 - R}$, где R – число классов. Функция f_i должна принимать значение *истина*, если входная ситуация относится к i -ому классу, и значение *ложь* в противном случае. Как известно, такая функция может быть представлена в виде дизъюнктивной нормальной формы, построенной из объектов обучающей выборки, относящихся к классу i .

Эта функция имеет вид:

$$\forall i: 1$$

где $\left\{ \begin{matrix} \lambda_{ij} \\ \lambda_{ij} \end{matrix} \right. = 1$ n – число признаков, характеризующих состояние объекта, $\left\{ \begin{matrix} \lambda_{ij} \\ \lambda_{ij} \end{matrix} \right. = 0$

l – число строк в таблице, соответствующих одному и тому же классу.

Таким образом, задавая определённый промежуток значениям признаков, мы получаем обобщённое описание целого класса объектов, что обеспечивает экстраполяцию, т.е. отнесение к определённому классу новых описаний ситуаций, не входящих в обучающую выборку. Каждому такому обобщённому описанию ставится в соответствие решение по управлению. Входная ситуация относится к i -ому классу, если функция f_i на наборе значений, соответствующих входной ситуации, принимает истинное значение.

Рассмотренный вид обобщения, базирующийся на эквивалентности значений признаков, попавших в один и тот же промежуток, не всегда обеспечивает достаточную степень экстраполяции. При решении задач принятия решений и управления часто приходится переходить к понятиям большего объёма за счёт уменьшения его содержания $1/4$.

Рассмотрим обобщения, базирующиеся на уменьшении количества признаков и переходу к понятиям большего объёма. С этой целью множество ситуаций, по которым, по мнению эксперта должны приниматься одинаковые решения будем объединять в классы. Рассмотрим признаки ситуаций, объединяемых в один класс, и возьмём их пересечения. Множество признаков, полученных в результате пересечения, задаёт понятие, родовое по отношению к понятиям, описывающим исходные ситуации. Понятия, содержащие такие пересекающиеся признаки, будут иметь больший объём и, следовательно, большую степень экстраполяции. Поместив обобщённые описания в условной части продукции и представив их с помощью набора признаков (высказываний), можно осуществить сопоставление некоторого входного описания и левой части продукции. Для такого сопоставления эти два описания должны быть представлены на одном языке.

В нашем случае они представлены в виде набора высказываний (признаков). Пусть входная ситуация описывается множеством признаков $X = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$, а обобщённое описание, хранящиеся в левой части соответствующей продукции будет представлено множеством признаков $Y = \{y_1, y_2, \dots, y_m\}$. Число элементов во множестве Y будет меньше, чем n . Очевидно, что набор признаков Y задаёт обобщённую модель класса ситуаций по которым принимаются одинаковые решения.

Если эта обобщённая модель Y сумеет распознать входную ситуацию X , то сработает констатирующая часть продукции и будет выдано решение по управлению. Будем считать, что входная ситуация X распознаваема моделью Y , если множество Y будет представлять собой подмножество множества X , т.е. $Y \subseteq X$ (множество Y включается во множество X в качестве подмножества). Таким образом, разбиение

სიტუაციის კლასები და გადასვლა კლასების დონიდან კლასის კლასის დონეზე. სიტუაციის კლასები და გადასვლა კლასების დონიდან კლასის კლასის დონეზე. სიტუაციის კლასები და გადასვლა კლასების დონიდან კლასის კლასის დონეზე.

ლიტერატურა

1. *Поспелов Д.А.* Логико-лингвистические модели в системах управления. Москва, Энергониздат. 1981 г.
Радзиевский В.С. Лингвистические модели знаний в задачах управления сложными системами «Языковые процессоры и распознавания речи». Труды ИСУ АН ГССР XXVII, 2, Мецნიერბა. Тбилиси 1989 г.
3. *Чавчანიдзе В.В.* Аналитическое решение задачи формирования понятий и распознавания образов. Сообщение АН ГССР, 61 №1 1971.
4. *Радзиевский В.С.* Задача многосортной классификации и обобщённого описания класса объектов для задач распознавания образов. Сборник трудов Института Систем управления Арчила Элиашвили №12. Тбилиси, 2008.

*ე. რადიევსკი, დ. რადიევსკი
სინი არხელ ელიაშვილის მართვის სისტემების ინსტიტუტზე*

კოდნის ვერბალური მოდელი რთული სისტემებით მართვის ამოცანებში

განხილვა კოდნის გამოყენების საკითხები რთული სისტემებით მართვის ამოცანებში. კოდნა წარმოადგენს მართვის ობიექტის ვერბალური აღწერის და გადაწყვეტილებებს შორის შეფარდებას. შესასჯელელ წინადადებაში სიტყვების გადაადგილების მიმართ ინვარიანტული აღწერის მიღების მიზნით შეთავაზებულია განსაზღვრული სიტყვების გამოყენება.

ისინება სიტუაციური აღწერის დაყოფა კლასებზე შესაძლო გადაწყვეტილებების რაოდენობის მიხედვით. თითოეულ კლასს შეესაბამება განსაზღვრული აღწერა, რომელიც გვაძლევს საშუალებას, გამოვიცნოთ ახალი წინადადება, რომელიც არ შედის სასწავლო ნაკრებში.

*V. Radziewski, D. Radziewski
LEPL Archil Eliashvili Institute of Control Systems*

Knowledge Verbal Models in the Problems of Complex System Control

Some issues of application of knowledge to the problems of complex system control are considered. The knowledge is presented as a set of relations between verbal descriptions of objects under control and solutions. It is suggested to use key words in order to obtain descriptions invariant to word inversions in input sentences.

We solve a problem of dividing situational descriptions into classes according to a number of possible solutions. A generalized description is related to each class. These descriptions make it possible to recognize a new sentence which does not belong to a training set. Control decisions are made on the basis of recognitions of input sentences.

თბილისში ურბანიზაციის განვითარების თანამედროვე ეტაპი და კულტურული მემკვიდრეობა;

საკვანძო სიტყვები: ძეგლის სტატუსი, „იმელი“, ტურისტული ობიექტი, „კაპიტალ ეოსტოკი“, „დაბი ჯგუფი“, „კემინსკი“.

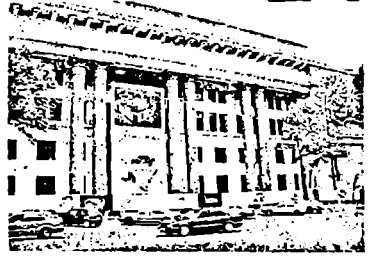
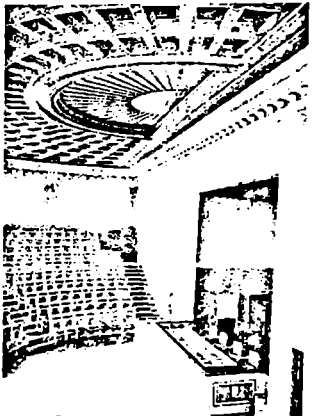
თანამედროვე გლობალისტებს ქართველებისთვის არაერთხელ შეუძახხნიათ, “ქართველი ერთ წარსულისკენ ისე ხშირად იყურება, რომ წათუღ მომავალს ეუღარ ღანდაღსო! ჰ ეს იდეოლოგიური დოქტრინა მხოლოდ ქართველობის წინააღმდეგ არ გამოიყენება. გლობალისტები მთელ სამყაროში ცდილობენ ერთფეროვანი, უისტორიო და უწარსულო არსების შექმნას. ასეთი ადამიანის მართვა ადვილია, მას საითაც გინდა, იქითკენ წაიყვან...

ათწლეულების მანძილზე საქართველოში ბევრი რამ შეიცვალა, მაგრამ საბუნდოოდ ქართველები არ ეგუებიან თავისი წარსულის დაივიწყებას და არც საკუთარი ისტორიის ხანაგვესე გადაგდებას ანებებენ ვინმეს.

ურბანიზაციის განვითარების თანამედროვე ეტაპზე, როცა მშენებლობა და არქიტექტურა ხელისუფლების პირდაპირი მართვის სფეროდ გადაიქცა, როცა საქართველო, განსაკუთრებით კი თბილისი უცხოური ინვესტიციების მიზიდვის კერა გახდა, აქ არსებული კულტურული მემკვიდრეობა – ისტორიული, არქიტექტურული ძეგლები საყალბაოდ დღეში აღმოჩნდა.

საკითხის უფრო ზუსტად წარმოსახენად დღეს მსჯელობა ვინმეული პრობლემის ერთ-ერთ მაგალითსე კერძოდ, „იმელის“ შენობაზე გვექნება.

მარქსიზმ-ლენინიზმის ინსტიტუტის საქართველოს ფილიალი, რომელსაც ეწევა „იმელის“ სახელით მოიხსენებს, 1938 წელს არქიტექტორმა ა. შნუსემა ააშენა სკულპტურული კომპოზიციის ავტორები კი მხატვარი ი. ნიკოლაძე და მიქანდაკე თ. აბაკელია იყვნენ. შენობა, რომე-



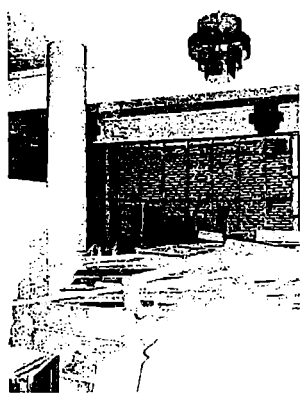
ლიც მთელ ამიერკავკასიაში საუკეთესო ძეგლად იყო აღიარებული და ეროვნულ ძეგლთა ნუსხაშიც შედიოდა. სტალინის მისხნამდე ილი პირში იყო, მისივე, მონუმენტური, მაგრამ არქიტექტურულად უდაოდ საინტერესო.

2007 წელს კულტურის სამინისტროს გადაწყვეტილებით „იმელს“ თეატრალურად მოეხსნეს ძეგლის სტატუსი.

აკულტურული მემკვიდრეობის შესახებ კანონში (მუხლი 17) წერია, რომ „ძველი სათაისის სტატუსის მოხსნა შესაძლებელია მხოლოდ საბჭოს შესაბამისი დასკვნის საფუძველზე იმ შემთხვევაში, თუ განადგურდა, ან ისე დაზიანდა, რომ დაკარგა ისტორიული ღირებულება; რომლის აღდგენა შეუძლებელია; ან მემკვიდრული მემკვიდრეობის კრიტერიუმებით დაკარგა ის ძირითადი მახასიათებელი, რომლის გამოც მას მემკვ. ძეგლის სტატუსი კანონის სხვა ადგილას სსრკ-ის კანონი, რომ „სტატუსის მოხსნა შეუძლებელია იმ შემთხვევაშიც თუ ის ს. ფრისეს ექსპონატი აღმინის ხილვადი“ პარადოქსია, მაგრამ ასეთი დასკვნები იმელის შესახებ არ არსებობს.

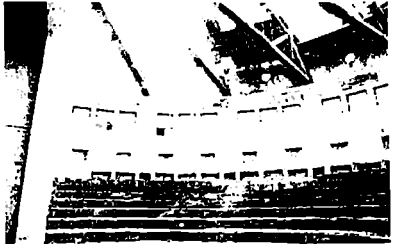
ძეგლის სტატუსის მოხსნის საფუძველზე „იმელს“ გაიყიდა, ინვესტორმა (აკაიბად ვოსკოი) ბრიტანულ-შვეიცარიული კომპანია, რომელიც, შ.კ. ზღვის რეკონსტრუქციის და პირველი კლასის საოფისე ფართების ქულის განვითარებას აპირებდა, სასტუმრო „კემპინგი“-ს აშენება გადაწყვიტა. ხელისუფლება იმედოვნებდა, რომ ეს ყოველივე ქვეყანაში ბევრად მეტ ტურისტს და მოგზაურს ჩამოიყვანდა.

ტურიზმის განვითარება მართლაც რომ სასარგებლო საქმეა ქვეყნის ეკონომიკის აღმავლობისათვის, მაგრამ არსებობს წმინდა პროფესიული ცნება „ტურისტული თბიქტი“ და თუ თბიქტი არ არსებობს არც ტურიზმი განვითარდება; თბიქტი კი ამ შემთხვევაში სწორედ ის მატერიალური კულტურული



მემკვიდრეობაა, რომლის ნაწილი მკვანთა ასრით „ისტორიულ ნაგავს“ წარმოადგენს. მისი ხელყოფა წამგებანია ქვეყნის კულტურული მემკვიდრეობის, იმელი, ინჟინერების და თანამედროვეობის მორეალეფებაც ღუნინურ-სტანინური ეპოქის არტოფაქტი იყო. მთავროვნ თუ არა ეს სენი ისტორიის ნაწილია.

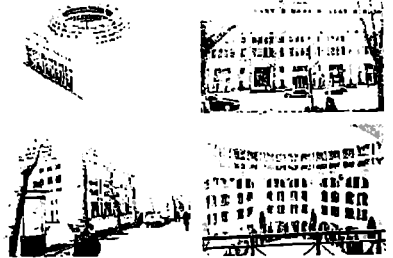
ერთი წლის შემდეგ შენობა ისევ გაიყვანა. ამჯერად მფლობელი არაბული კომპანია „დაბო ჯგუფი“ გახდა, რომელმაც წარმარებით გააგრძელა ვანდალური ძალადობა ისტორიულ-არქიტექტურულ ძეგლზე. შენობას გადახადეს სახურავი, ეველა სართულზე ამოტრეს იატაკი, წვიმის დროს წყალი ჩადის ხარდაფში, ახიანებს საძირკველს. დაირღვა მოლიანობა ისტორიისა, რომელიც მადლი დარბეულების იყო. მოლიანად მონაგრეს შენობის მარჯვენა ფლაიკელი...



ძეგლის სტრუქტურის შესარჩევების გასო დაწვებულმ სართოქტო ცელდ უკვე თითქმის ერთი წელია, მიმართულია შეიცვალა და დღის წესრიგში „იმელის“ ფიზიკური გადარჩების ხაკითხი დადგა. ამ გაურკვეველ ხიტოცოცოში, როცა უკვე ხედმეტად დახიანებული იმელი თაქისით ინგრეუ შენობის გადარჩების ერთადერთი ცხა არსებობს – კეთილი სება გამოთინის მფლობელმა კომპანიამ ინჟინტოცა ძეგლის აღდგენაში ხადოს, მგარამ ეს თცხებაა, რომელიც რეალობად არა ხიდეს თქცევა.



„კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ კანონში (ძეგლი 43.3) კეთიხულობთ: „ისტორიული-არქიტექტურული კელეუი დასკვნით ნაწილი უნდა მოიცავდეს ჩატარებული კელეუის საფუძველზე შემუშავებულ რეკომენდაციებს საბრეტო ტერიტორიაზე განსახორციელებელი მშენებლობის ხავრციო-გეგმარებითი და კომპოზიციური გადაწვევების შესახებ“ სამწუხაროდ, ასეთი რეკომენდაციები მხოლოდ შენობის ფასადზე გაკრული ბანერების სახითაა წარმოდგენილი, რომელიც სახეიმოდ იუწყებარომ 2012 წლისათვის თბილისის კიდეუ ერთი შუშის შენობა შეემატება.



სება ინფორმაცია არა მარტო რიგითი მოქალაქისათვის, არამედ პროფესიული წრეებისათვისაც ძველად მოსაპოვებელია.

ამ კუთხით მნიშვნელოვნად ჩამოერნებით სასწავარგარეთის პრაქტიკას, სადაც მოსახლეობის მონაწილეობის საკითხი ქალაქთმშენებლობითი გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში დღეს საყოველთაო ნორმად არის ქცეული. ცივილურ ქვეყნებში არაა უცხო ტემინები „სოციალური პროექტირება“, „პარტიციპაცია“, „კონსესუსის მიღწევის სოციალურ-ფსიქოლოგიური ტექნიკა“ და სხვ. მით უფრო, რომ ქართული ექსპერტები, ურბანისტები ძალისხმევას არ იშურებენ ადგილობრივ პირობებს მსარგონ უცხო ქვეყნების გამოცდილება, წარმოადგინონ მოქალაქე-თა მონაწილეობის კონკრეტული ორგანიზაციული სქემები და მექანიზმები.

ზემოთ აღნიშნული გრაფიკული მასალით რაიმე მხატვრულ-ესთეტიკურ, ფუნქციურ ანლისზე საუბარიც კი შეუძლებელია. თუმცა ერთი შეხედვითაც წინსვლა რომ მომავლი შენობა თავისი მასშტაბით იქნება შეუსაბამო თბილისის მთავარი პროსპექტის ისტორიული განაშენიანებისათვის.

პრობლემები მართლაც უამრავია, ქალაქისათვის სასიკეთოდ მათი გადაჭრის გზების ძიება კი ურთულესი პროცესი. ქართველ არქიტექტორებს მართლაც რომ ეკუთვნით სარის შემოკერა, რადგან უხეშად ირღვევა კანონი „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ და პასუხისმგებლობა არაეის ეკისრება. ეს არის უტყუარი დასტური იმისა, რომ მსგავსი ქმედებები ასევე „წარმატებით“ განხორციელდება სხვა ძეგლების მიმართაც, რაც საბოლოოდ გააანადგურებს თბილისის ურბანულ ქსოვილს და არქიტექტურულ იერსახეს.

P.S. “იმელის” დანერგულ ინტერიერში მიგდებული მემორიალური დაფა გეაუწყებს: ...აშენეთ ახალი ცხოვრება, ახალი ყოფა, ახალი კულტურა ილიისებურად ...ეს არის ილინის ერთ-ერთი დიდმნიშვნელოვანი ანდერძი. ისტალინი“

გამოყენებული ლიტერატურა:
საქართველოს კანონი „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ თბილისი 2007წ.

ზევარდოსანიძე „მოსახლეობის მონაწილეობა ქალაქგანვითარების პროცესში“. კრზული „თბილისის ქალაქთმშენებლობითი განვითარების მეთოდოლოგიური პრობლემული“ (რედაქტორი გ.ბერიძე) წიგნი 1. 2003წ.

Современный этап урбанизации в Тбилиси и культурное наследие

.На примере здания ИМЕЛ-а в статье рассмотрены проблемы, которые возникли на современном этапе развития урбанизации архитектурных памятников.

Подчеркиваются рекомендательного характера предложения, в частности, защита принципа публичности информации и активизация роли общества в процессе принятия градостроительных решений; необходимость совершенствования законодательно-нормативной базы под углом зрения сохранения культурного наследия.

Development of urbanization and cultura heritage in modern times in Tbilisi

On the example of IMELI building above article discusses problems caused to landmark buildings by development of urbanization in modern times.

There are underlined recomended propositions; especially, necessity for availablilty of information to public and reactivating the role of society in desision making process for urban development; The urgency of revising legislative-normative bases for preserving cultural inheritance.

А.И.Прангишвили

Грузинский технический университет

С.В.Прокопьев

Международная инженерная академия (Москва)

Возможности использования теории принятия решений в конфликтологии

Ключевые слова: массовая информация, генерирование, альтернатива, рейтинг ранжирования.

Научные основы теории принятия решений были заложены в середине двадцатого века после значительного усложнения ситуаций, в которых принимались решения, что потребовало переработки больших массивов информации и тщательного обоснования различных вариантов в условиях неопределенности. Это в определенной степени способствовало и ускоренному развитию средств вычислительной техники.

С другой стороны, в процессе принятия решений большую роль играют вербальные коммуникационные технологии, ибо не сопоставима их ролевая значимость в создании, переработке и распространении информации посредством информационного канала, над проблемами усовершенствования которых и работают специалисты информатики.

В настоящее время существует достаточное количество различных методов принятия решений. Среди них можно выделить методы, основанные на интуиции руководителя, на логических суждениях и последовательных доказательствах, а также опирающиеся на научно-практический подход, предполагающий выбор оптимальных решений из числа рассчитанных вариантов. При этом количественные методы базируются на системном анализе, исследовании операций и предполагают выбор оптимальных решений путем сбора и обработки большого массива информации. К основным направлениям применения качественных методов можно отнести определение целей, экспертный прогноз, выработку возможных сценариев развития ситуации, генерирование альтернатив, их оценку, поределение рейтингов и ранжирование, а также согласование и принятие групповых решений [7].

Для описания процесса принятия решений используются следующие основные понятия [10]:

1. Альтернатива – это набор объектов, действий, выборов и стратегий.
2. Атрибут – набор характеристик, определяющий каждую альтернативу
3. Вес представляет собой относительную важность или значимость каждого атрибута

Необходимость учитывать сложность и многообразие происходящих процессов при анализе конфликтов, огромное количество мнений и суждений экспертов-

конфликтологов, в том числе и интуитивных, приводит к потребности использования моделей, построенных не на базе количественных математических измерений, а на основе качественного математического анализа.

Принимаемое управленческое решение всегда нацелено на перспективу. Однако не всегда можно с уверенностью предсказать возможный результат или степень достижения цели, стоящей перед лицом, принимающим решение (ЛПР). Очень многое зависит от характера изменения внутренних и внешних факторов. Кроме того, динамика процессов, с которыми приходится сталкиваться в конфликтологии, часто не может быть формализована для получения точного количественного результата. Несмотря на то, что математический аппарат теории принятия решений в настоящее время разработан, он недостаточно адаптирован для нужд конфликтологии, потребность в чем становится все более очевидной. Вместе с тем применение компьютерных моделей и математического аппарата в конфликтологии, где значительная роль отводится решению именно качественных задач, которыми занимаются преимущественно специалисты гуманитарных областей знаний, пока встречает определенные трудности [8].

Основные усилия ученых, общественных деятелей и политиков, занимающихся конфликтологической проблематикой, в настоящее время направлены на поиск и разработку способов предупреждения и разрешения конфликтов. Важная роль при этом отводится принятию такого квалификационного решения специалистами или руководителями любого уровня на различных этапах развития конфликта, которое бы способствовало достижению намеченного результата. Помощь в подобном достаточно сложном и, как представляется, весьма важном процессе могут оказать компьютерные модели поддержки принятия решений [9]. О значимости этого направления развития информационных технологий свидетельствует рост исследований и практических результатов в области разработки систем поддержки принятия решений.

Суть принятия решений состоит в поиске и обретении лучшего выбора из конечного множества имеющихся вариантов. Системы поддержки принятия решений представляют собой интерактивные компьютерные системы, предназначенные для оказания содействия ЛПР в решении разнообразных структурированных и неструктурированных задач с многочисленными целями, атрибутами, параметрами [1]. Методология решения проблем принятия решений в общем случае предполагает создание формальной модели и получение результата с использованием соответствующих математических средств. В дополнение к математическим моделям целесообразно использовать различные базы данных, которые бы учитывали уже накопленный опыт решения конфликтологических задач. Необходимо отметить, что для процесса принятия решений характерно наличие условий неопределенности, ленточной информации, когда цели, ограничения и условия возможных вариантов действий точно не известны [3]. В конфликтологии его успешность во многом определяется возможностью оперировать с нечеткой информацией, учитывать точки зрения различных экспертов-конфликтологов, а также интересы, цели и стратегии сторон этого процесса.

В общем случае математическая модель задачи принятия решения представляет собой формальное описание составляющих ее элементов, включающих цели, средства и результаты, а также способов связи между ними [2]. Сам процесс принятия решений является моделью принятия решений.

Условия выполнения задачи в свою очередь определяются конкретной ситуацией, в которой происходит принятие решения. Очевидно, что необходимым становится правильное определение факторов, влияющих на ситуацию, а также их изучение и учет. Конфликтологическая практика такова, что в подавляющем

большинстве случаев вариантов решения поставленной задачи много, а выбор наиболее приемлемого из них для вовлеченных сторон далеко не всегда очевиден [8]. Например, для многих конфликтов двадцатого века существовали возможности их урегулирования мирным путем. Однако в результате ошибочного варианта решения проблемы и недооценки всех факторов развития процесса стороны шли на обострение ситуации, эскалацию конфликта и перевод его в стадию вооруженного противостояния. Полученный результат для одной из сторон зачастую оказывался гораздо хуже исходного состояния, которое существовало до стадии вооруженного противостояния (конфликт из-за Фолклендских островов, война в Боснии и Герцоговине, иракский кризис, косовский конфликт).

В теории принятия решений выделяют следующие основные модели принятия решений, рассмотренные в работах [4, 6, 11, 12].

Дескриптивные модели используются для описания свойств и параметров процесса принятия решений в целях прогнозирования его хода в будущем. Успех их применения зависит от точности описания законов и закономерностей развития объекта управления. Для управления процессом принятия решений применяются нормативные модели, предполагающие активное участие ЛПП

Индуктивные модели строятся путем обобщения наблюдений по единичным частным фактам, которые считаются важными для принятия управленческого решения. Качество таких моделей зависит от способа упрощения описания ситуации и отражения основных свойств при её моделировании. Создание дедуктивных моделей основывается на использовании гипотетической управленческой ситуации для процессов в реальной жизни.

Проблемно-ориентированные модели основаны на внедрении новых методов моделирования применительно к конкретной ситуации принятия управленческого решения. Модели решения разрабатываются с учетом существующих управленческих технологий, а также возможностей проведения экспериментов с ними.

Для оценки альтернативного варианта решения с несколькими разнородными независимыми критериями, ориентированными на достижение различных целей, используются *многоцелевые модели*. Модели, в которых имеется одна четко определенная цель, являются *одноцелевыми*.

Основой создания *однопериодных моделей* является предположение о том, что сумма оптимальных единичных решений на отдельных этапах принятия решения дает оптимальное решение за весь период его принятия. *Многопериодные модели* предполагают необходимость учета всего периода принятия управленческого решения.

В зависимости от информационного обеспечения процесса принятия решений выделяют *детерминированные модели* (в условиях детерминированной информации), *стохастические* (вероятностной информации) и *игровые* (принятие решений в условиях неопределенности, что наиболее соответствует проблемам конфликтологии).

Проблемы, решаемые с помощью систем поддержки принятия решений, исходя из типа их структурированности можно классифицировать следующим образом [5]:

1. Хорошо структурированные
2. Слабо структурированные
3. Неструктурированные (качественно выраженные).

К первой группе относятся проблемы, в которых существенные зависимости выяснены настолько хорошо, что они могут быть выражены в числах или символах, получающих численные оценки. Ко второй – те, которые содержат как качественные, так и количественные элементы, причем качественные имеют тенденцию доминировать. В третью группу входят проблемы, содержащие лишь описание важнейших ресурсов, признаков и характеристик, количественные зависимости между

которыми не известны. Именно ко второй и третьей группам относятся проблемы конфликтологии. ЛПР оперирует сложными задачами, чаще всего не имеющими однозначно точного решения. описанными качественными неоднозначными характеристиками [9].

Особенностями третьей группы являются:

1. Уникальность и новизна проблемы для руководителя (она может обладать новыми особенностями по сравнению со встречавшейся ранее подобной проблемой)
2. Наличие неопределенности в оценках альтернативных вариантов решения проблемы
3. Качественный характер (словесная формулировка) оценок вариантов решения проблемы
4. Источником оценки альтернатив могут быть только субъективные предпочтения руководителя
5. Возможность получения критериальных оценок только от экспертов.

Литერატურა:

1. Anghem A., Dutta S. Integrating case-based reasoning in multi-criteria decision support systems. – Working papers, nr. 92/54. – Fontainebleau, France, 1992
- Венцель Е. С. Исследование операций. Задачи. принципы. методология. М., Наука. 1988
- Беллман Р., Зале Л. Принятие решений в расплывчатых условиях – В кн.: Вопросы анализа и процедуры принятия решений. М., Мир, 1976. с. 172-215
4. Евланов Л. Г Теория и практика принятия решений М., Экономика. 1984
5. Ларичев О. И., Мошкович Е. М. Качественные методы принятия решений М., Наука, 1996
6. Литвак Б. Г Управленческие решения М., «Тандем», ЭКСМОС, 1998
7. Маськова Н. Г Разработка и исследование моделей анализа и принятия решений в сфере малого предпринимательства на региональном уровне. Диссертация на соискание ученой степени кандидата эконом. наук - Майкоп. 2003
8. Прангишвили А.И., Прокопьев С.В. Основные подходы к конфликтологическому моделированию// Georgian engineering news – 2005, №4, с. 61-64
9. Прангишвили А.И., Прокопьев С.В К вопросу поддержки принятия решений в конфликтологии// Georgian engineering news – 2005, №4, с. 65-67
10. Ribeiro R.A. Fuzzy multiple attribute decision making. A review and new preference elicitation techniques. – Fuzzy Sets and Systems. – 1996, 78 (2), p. 155-181
11. Рейлян Я.Р Аналитическая основа принятия управленческих решений. М.. Финансы и статистика, 1989
12. Теория прогнозирования и принятия решений/ Под ред. С. А. Саркисяна – М., Высшая школа, 1977

ა. ფრანგიშვილი, ს. პროკოპიევი

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

*გადაწყვეტილების მიღების თეორიის შესაძლებლობების გამოყენება
კონფლიქტოლოგიაში*

მოსხენებაში აღნიშნულია, რომ ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები გადაწყვეტილების მიღების პროცესში დიდ როლს ასრულებენ, რადგან განუსომელია მათი მნიშვნელობა ინფორმაციის შექმნა-გადამუ-

შავებასა და საინფორმაციო არხების მეშვეობით გაერკვლებაში. ამ პრობლემის სრულყოფას ცდილობენ ინფორმატიკის საეკივალისტები.

A.I.Prangishvili
S.V.Prokopiev

The Possibilities of Application of Decision Making Theory in Conflictology

The paper states that verbal communication techniques play a great role in decision making as their importance in information accumulating, processing and transmitting via information channels is difficult to overestimate. Information specialists work in this direction.

ნინო ხაბეიშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ქალაქის კოლორისტიკის ზოგადი ასპექტები

საკვანძო სიტყვები: ქალაქის კოლორისტიკა, ფერთა ჰარმონია.

ადამიანი ცხოვრობს ფერების, ზგერების, არმატების, ელექტრომაგნიტური რხევების სამყაროში. ხედავს იმას, რაც გარს აკრავს და ხედავს ფერში, რომელიც იძლევა ინფორმაციას ობიექტის შესახებ და გადმოსცემს მის ემოციას, ინდივიდუალურობას.

საზოგადოდ არსებობს შვიდი ათასი ფერი, მათგან მხოლოდ ოთხ ათასს აქვს სახელი, დანარჩენი კი ნომრით აღინიშნება. ჩვეულებრივ ადამიანის თვალი სამას ფერს აღიქვამს, რასაც საფუძვლად უდევს განათებულობის თვისება - გამოიწვიოს შესაბამისი მხედველობითი შეგრძნებები. მათი ზემოქმედება ვლინდება ფსიქოლოგიურ, ფსიქოფიზიოლოგიურ, სოციალურ დონეზე და შეუძლიათ პიროვნების სუბიექტურ-ესთეტიკური სფეროსა თუ ფიზიკური თვითშეგრძნების შეცვლა.

ფერისა და ადამიანის ურთიერთდამოკიდებულების სპეციფიკურ ასპექტებს სწავლობს ჰუმენიტარული მეცნიერების მრავალი დარგი. არსებობენ მომიჯნავე მეცნიერებები, რომლებიც ხსნიან გარემოს კოლორისტიკის მნიშვნელოვან საკითხებს მაგალითად, ფერითეკოლოგია ეს ინფორმაციული ეკოლოგიის შემადგენელი ნაწილია, რომელიც უზრუნველყოფს ბუნებრივი და ხელოვნური მაკროგარემოს, მაკრო და მიკრო გარემოს ჰარმონიულ ურთიერთკავშირებს, ემსახურება საზოგადოებას და თითოეულ ადამიანს, ქმნის საინფორმაციო საზრდოს, კომფორტსა და სილამაზეს.

ფერის რაობა მუდამ ფილოსოფოსთა და ხელოვანთა განსჯის საგანი იყო. ფსიქოლოგთა აზრით ის პირდაპირ გავლენას ახდენს ადამიანის ფსიქო-ემოციურ მდგომარეობაზე, მის შრომისნაყოფიერებასა და აქტივობაზე. არქიტექტურაში გვევლინება კომფორტული გარემოს შემქმნელ ერთ-ერთ ძლიერ ფაქტორად და თავად ობიექტის მნიშვნელოვან მახასიათებლად. გარემოს კოლორისტიკა ვიზუალურად აღქმება და შედეგად ცნობიერებაში ფორმირდება გარკვეული ესთეტიკური, სულიერი სახე, რომელიც გავლენას ახდენს ადამიანის ხასიათის, გემოვნების ჩამოყალიბებაზე. საზოგადოდ, ჰარმონიულ არქიტექტურას შესწვს

უნარი აღზარდოს ჯანმრთელი ფსიქიკისა და მდიდარი სულიერი სამყაროს მქონე მოქალაქე.

ქალაქის გარემოს ფერთი სივრცის აღქმის პრობლემა რთული და არაერთმნიშვნელოვანი პროცესია. ის გარკვეულ წილად დამოკიდებულია არქიტექტურაში ფერის ფუნქციაზე. ამოცანის მიხედვით შეიძლება იყოს: ორიენტირი (გარემოდან გამოყოფილი ფერადი ფორმა, ფერის საშუალებით ცნობადი, საგნის ბუნებრივი შეფერილობა); რეგლამენტირებული (გარკვეული ქვეცის შეზღუდვის გამოწვევი, სოციალური ფუნქციის მატარებელი); მხატვრული (ემოციონალური, სულიერი, სიმბოლური, მეტაფორული).

ჰარმონიული, ყოველმხრივ ეკოლოგიური საქალაქო სივრცის შექმნა შეუძლებელია პრობლემის კომპლექსური გადაწყვეტის გარეშე. აქ ფერი გვევლინება ერთგვარ შემკვერელ რგოლად, რომელმაც შეიძლება მისცეს სივრცეს კონკრეტული სტილური მიმართულება, გააერთიანოს სხვადასხვა ხასიათის შენობები, შექმნას ფერთი აქცენტები, გაუკეთოს ორგანიზება ურბანიზირებული გარემოს ფრაგმენტის ანსამბლურ აღქმას ან სულაც დაანგრეოს ის.

კოლორისტიკა წარმოადგენს არქიტექტურულ-ქალაქთმშენებლობითი და დიზაინერული პროექტირების სპეციალურ ობიექტს. პროექტირების მხატვრულ-ესთეტიკური ფუნქცია კი მდგომარეობს ჰარმონიულად აღქმადი ქუჩის, მოედნის, ეზოს ვიზუალური სივრცის ფორმირებაში და აგრეთვე დამახსოვრებადი სახეების შექმნაში, რაც პოზიტიურად მოქმედებს ადამიანის ემოციონალურ მდგომარეობაზე. შემთხვევითი არ არის, რომ ამ ბოლო დროს ფერი ხდება არქიტექტორების, დიზაინერების, ფსიქოლოგებისა თუ სოციოლოგების განსაკუთრებული ყურადღების ობიექტი. განვითარებულ ქვეყნებში იქმნება სულ უფრო ბევრი დაწესებულება და ორგანიზაცია, რომლებიც პროფესიულად იკვლევენ ფერის როლს საქალაქო სივრცეში.

ქალაქის კოლორისტიკა ხასიათდება მრავალი ფერადი ობიექტის ერთობლიობით, ყველაფერი აღიქმება არა თავისთავად, არამედ ერთმანეთთან კავშირში, რაც ყოველთვის დინამიურია და ცვალებადი გარკვეული პერიოდულობით. ფერი მოძრავია და იმყოფება მჭიდრო კავშირში ბუნების თავისებურებებთან და ქალაქის მდებარეობასთან, შენობების არქიტექტურისა და დიზაინის მუდმივ ცვალებადობასთან, საზოგადოების გემოვნებასა და მატერიალურ შესაძლებლობებთან, კულტურის განვითარებასა და ტექნიკურ პროგრესთან. რაც უფრო მსხვილია ქალაქი, მით მეტი ფერის მატარებელი მონაწილეობს ვიზუალურად აღქმადი სივრცის ფერთი იერის ფორმირებაში. მით უფრო რთულდება მისი ჰარმონიულად აღქმის ამოცანა, კოლორისტიკული თავისებურებების შენარჩუნება.

თანამედროვე ქალაქისთვის უმნიშვნელოვანესია ვიზუალურად აღქმადი სივრცის ფერთი მახასიათებლების მოწესრიგების გზების ძიება. პროექტირების მიზანს წარმოადგენს კოლორისტიკული ხერხების შემუშავება, რომ ადამიანმა თავი იგრძნოს კომფორტულად, როგორც ესთეტიკურ, ისე ფსიქო-ემოციონალურ ასპექტში. პროექტირების საგნად გვევლინება თავად გარემო, ობიექტად გამოდის ყველაფერი - დაწყებული მცირე ფორმებიდან (ტრანსპორტი, სარეკლამო აბრები, საგზაო ნიშნები და ა.შ.) ქალაქის მაკრო ელემენტებამდე (შენობები, ქუჩები, კვარტლები, მიკრორაიონები და ა.შ.). მსხვილ ქალაქებში საინფორმაციო ფარების,

აფიშების, რეკლამების და სხვა მსგავსი ელემენტების ქაოსური განთავსება ადამიანის ცნობიერებაში არღვევს ფერით ბალანსს, ქმნის შინაგან დისკომფორტს, რასაც არცთუ იშვიათად მიეყვარათ სტრესულ მდგომარეობამდე. შემთხვევითი როდია, რომ მსოფლიოს ბევრ ქალაქში არსებობს აკრძალვა ისტორიულ ცენტრში რეკლამის განთავსების შესახებ.

ყველგან არსებობს ფერითი მატარებლების გარკვეული რაოდენობა, რომლებიც წარმოადგენენ გარემოს ე.წ. ფერად სივრცით მდელს. ყოველი ფერის მატარებელი უნდა იყოს გამოკვლეული და გააჩნდეს ბაზური ფერთა პალიტრა. მათი სწორი შეხამება კი დაეხმარება პროფესიონალებს, მიაღწიონ ურბანული სივრცეების ჰარმონიზაციას.

პირობითობის გარკვეული ხარისხით საქალაქო სივრცეში შეიძლება გამოიყოს ფერით მატარებლების სამი ჯგუფი: შედარებით მუდმივი, პირობითად ცვალებადი და სწრაფადცვალებადი. პირველს მიეკუთვნება ძირითადი ფერის მატარებლები: შენობათა ფასადები, მიწის საფარი და ბუნებრივი სამყაროს ზოგიერთი ელემენტი. მათი შესწავლა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან სწორედ ისინი ახდენენ ფერით ბალანსს, წარმოაჩენენ მის თავისებურებას, ატარებს წარსულისა და აწმყოს კულტურას. მეორეში შედის ურბანული დიზაინის ელემენტების დიდი რაოდენობა: მცირე არქიტექტურული ფორმები, ტრანსპორტი, რეკლამა, შენობების პირველი სართულების გაფორმება და სხვა. ფერის მატარებლების მესამე ჯგუფი სწრაფად იცვლება და დაკავშირებულია ბუნებრივ აუცილებლობასთან. ეს არის სადღესასწაულო მორთულობა, გაზონები, დაბალი, კონტინენტური ბალახი ანუ ობიექტები, რომლებიც იცვლიან საკუთარ ფერს წელიწადის დროის ცვალეობადობასთან ერთად. ყველა ჯგუფის ურთიერთკავშირის შესწავლა და მათი რაოდენობა ქალაქის სივრცეში მნიშვნელოვანია, რადგან სწორედ ფერითი სივრცე მოქმედებს ყოველდღიურად მოქალაქეთა ფსიქო-ემოციონალურ მდგომარეობაზე. ამასთან დაკავშირებით პირველ პლანზე გამოდის საქალაქო სივრცის ფერთა ჰარმონიის ფორმირების საკითხების ფართო წრე.

ტერმინი „ფერთა ჰარმონია“ აღნიშნავს თვალისთვის სასიამოვნო ფერთა შეხამების შეთანხმებულ თანაფარდობას და პროპორციულობას. სადაც სხვადასხვა ფერით ლაქას შორის არსებულ მჭიდრო კავშირში ყოველი ცალკეული ფერი ათანასწორებს ან გამოკვეთს მეორეს, ხოლო ორი ფერი აღებული ერთად გავლენას ახდენს მესამეზე. ერთ-ერთი ფერის შეცვლას მიეყვარათ ამ კავშირის დარღვევამდე და ჰარმონიის განადგურებამდე.

ჰენრი მანსელი ჰარმონიულობის ძირითად კანონს ხედავდა მონათესავე ფერების დაახლოებაში: „ფერთა ჰარმონიის მარტივი და პრაქტიკულად უშეცდომო რიგი შეიძლება მივიღოთ ერთი ფერის ტონის ფარგლებში. ასე ჩვენ შეგვიძლია რომელიმე ფერის სუსტი ელფერი დავაკავშიროთ ამავე ფერის უფრო ძლიერ ელფერთან“ ამბობდა ის. მაგრამ მხატვრული სახის გამოსავლენად აუცილებელია უფრო ღრმა სტრუქტურების ძიება, რომლებიც უკავშირდება ქვეტექსტის სხვადასხვა შრეს. ამ შემთხვევაში დამკვირვებლისთვის ფერითი გარემოს გარკვეული ასპექტები გამოდიან, როგორც გარკვეული ნიშნები, სიმბოლოები და ა.შ. რომელთა მიღმაც არის ფერითი აღქმის რთული სამყარო.

ბოლო დროს კოლორისტიკაში გაძლიერდა ფერთი აღქმის სოციალურ-ფსიქოლოგიური ასპექტი, რომელიც ვლინდება ფერის ენაში. ჩვენს ქვეყანაში, სადაც მდიდარი და მრავალფეროვანი გეოგრაფიული პირობებია რეგიონალური სპეციფიკის გაცნობიერება აუცილებელია ჩვენი ნაციონალური და ადგილობრივი ფერთი ტრადიციების გათვალისწინებით.

რეგიონალური ფაქტორებიდან, რომლებიც გავლენას ახდენენ ფერთა გადაწყვეტაზე შეიძლება გამოვყოთ ორი ძირითადი ჯგუფი: ბუნებრივი და სოციალურ-კულტურული.

ბუნებრივი შედარებით მნიშვნელოვან მახასიათებელს წარმოადგენს, რომელიც ითავსებს განათებულობის კლიმატს, ატმოსფეროს მდგომარეობას, ტემპერატურულ-ტენიან რეჟიმს, ბუნებრივი საფარის მრავალფეროვნებას და აგრეთვე ბუნებრივ სამშენებლო მასალებს.

სოციალურ-კულტურულ ჯგუფი გულისხმობს ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური თავისებურებებს, ტრადიციებს, რეგიონის ფერთი კულტურის თანამედროვე ტენდენციებს.

ყოველ კულტურას გააჩნია ფერთი სიმბოლოების თავისი სისტემა, ფერის ენა მისეულად გამოხატული არქიტექტურასა თუ ხელოვნების სხვა დარგებში. მაგალითად, სიმბოლურ ხასიათს ატარებდა ძველი ეგვიპტის, ბაბილონის, ინდოეთის ჩინეთის არქიტექტურის პოლიქრომია. დღესაც დომინირებს აზიურ ქვეყნებში ფერის სიმბოლიზმი. მთლიანის განუყოფელი ნაწილია კონტრასტულ ფერთა პალიტრა მუსულმანურ ერებში და ა.შ.

გარკვეული დროის განმავლობაში ფორმირებული ყოველი ისტორიული ქალაქი უნიკალურია და გააჩნია მხოლოდ მისთვის დამახასიათებელი ფერთა პალიტრა, რაც დამოკიდებულია ობიექტურ, სუბიექტურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და კულტურულ-ესთეტიკურ ფაქტორებზე.

თანამედროვე არქიტექტურის თავისებურებებთან მიმართებაში სულ უფრო აქტუალური ხდება ქალაქის პარამონიული ფერთი სურათის შექმნის პრობლემა. სამწუხაროდ, თეორიული მოსაზრებები ფერისა და არქიტექტურის სინთეზის მიმართულებით იშვიათად არის ხორცმესხმული, რაც განგვაწყობს კოლორისტიკის საკითხების გადასაწყვეტად ახალი სისტემების და მეთოდების შემუშავებისკენ.

Нино Хабеишвили

Грузинский технический университет,

Общие аспекты колористики города

Рассматривается актуальный вопрос о восприятии цвета городской среды и его социально-психологические аспекты.

Nino Khabeishvili

The General Aspects of Colors of the City

The Article reviews the question of colour perception of the city environment and its social and psychological aspects.

ანზორ ხაბეშიელი, ზვიად ანთელიძე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

**დრეკადი სისტემის გაანგარიშება თანაბრად
განაწილებული ტვირტის ღარტყმის დროს**

კონსტრუქციების, ნაგებობების და მანქანების ექსპლუატაციის დროს ღარტყმით დატვირთვები ხასიათდება დიდი ინტენსივობის მქონე ძალების უეცარი და ხანმოკლე ქმედებით, ამიტომ ღარტყმის თეორიის შესწავლა მათემატიკური და ფიზიკური სიმნელების გამო რთულია.

ვარდნილი სხეულის ღარტყმითი ძალის სიდიდეს აქვს სახე [1]:

$$P_{\Sigma}(t) = \frac{Q}{g} a(t) \quad (1)$$

სადაც $P_{\Sigma}(t)$ არის დინამიკური ძალა; $a(t)$ – ვარდნილი სხეულის აჩქარება ღარტყმულ სხეულთან შეხების შემდეგ; Q – ვარდნილი სხეულის წონა.

(1)-ით დინამიკური ძალის სიდიდის განსაზღვრა პრაქტიკულად შეუძლებელია, რადგანაც არ არის ცნობილი დრო, რომლის განმავლობაშიც მოძრავი სხეულის სიჩქარე მაქსიმალური მნიშვნელობიდან (ღარტყმის დასაწყისი) მცირდება ნულამდე (ღარტყმის დასასრული).

დრეკადი სისტემის დინამიკური გაანგარიშების მრავალი მიხსოვებითი მეთოდი ცნობილია: დაყვანილი მასის, მასის გადატანის, მიმდევრობითი მიხსოვების და სხვა.

ენერგეტიკული ბალანსის საფუძველზე მიღებული დინამიკურობის კოეფიციენტის საშუალებით შესაძლებელია განესაზღვროთ სხვადასხვა დინამიკური მახასიათებლები, როგორც გრძივი, ისე განივი და გრძივით ღარტყმის დროს [2], [3]:

$$\sigma_{\Sigma} = K_{\Sigma} \sigma_{\Sigma 0} \quad \tau_{\Sigma} = K_{\Sigma} \tau_{\Sigma 0}; \quad M_{\Sigma} = K_{\Sigma} M_{\Sigma 0}; \quad \text{და ა.შ.}$$

სადაც K_{Σ} არის დინამიკურობის კოეფიციენტი; $\sigma_{\Sigma 0}$, $\tau_{\Sigma 0}$, $M_{\Sigma 0}$ სტატიკური მახასიათებლები.

იმ შემთხვევაში, როცა აღგილი აქვს ერთდროულ წერტილოვან ღარტყმას, განაწილებულ ღარტყმას, განივ-გრძივით ღარტყმას და ა.შ. დინამიკურობის კოეფიციენტის დადგენა ძნელდება.

ჩვენს მიერ შემოთავაზებული გამარტივებული ინჟინრული ხერხი საშუალებას გვაძლევს დავადგინოთ დინამიკური მახასიათებლები დინამიკურობის კოეფიციენტის გარეშე. თემა არის აქტუალური და წარმოადგენს სიახლეს.

2. ძირითადი ნაწილი

გამარტივებული ინჟინრული ხერხის მიხედვით ღარტყმითი ძალის (გრძივი, განივი, გრძივითი და ა.შ.) ღარტყმულ სხეულთან შეხებამდე დაგროვილი კინეტიკური ენერგია ტოლია ღარტყმული სხეულის პოტენციალური ენერგიისა:

$$T = U \quad (2)$$

პოტენციალური ენერგია განისაზღვრება ინერციის ძალების მიქმედებით წარმოშობილი შიგა დინამიკური დრეკადი ძალების საშუალებით.

თუ დარტყმითი ტვირთი არის თანაბრად განაწილებული, მაშინ დარტყმულ სხეულზე უნდა მოედოთ q , ინტენსივობის თანაბრად განაწილებული ინერციის ძალა; გრუხითი დარტყმის დროს დარტყმის წერტილში მოედებთ M_{ξ} მგრეხავ ინერციის ძალას, ხოლო გრძივი დარტყმის შემთხვევაში N_{ξ} ინერციის ძალას. პოტენციალური ენერგია იანგარიშება ნებისმიერ კვეთში წარმოშობილი დრეკადი ძალოვანი ფაქტორებით (მღუნაეი მომენტი, მგრეხავი მომენტი, ნორმალური ძალა, განივი ძალა); ნორმალური და განივი ძალის გავლენა სიმცირის გამო მხედველობაში არ მიიღება, ამიტომ გვექნება [4]:

$$U = \sum_{i=1}^n \int_{\xi_i} \frac{M_{\xi}^2(x) dx}{2EI} + \sum_{i=1}^n \int_{\xi_i} \frac{M_{\sigma \sigma}^2(x) dx}{2GI_{\sigma \sigma}} \quad (3)$$

კინეტიკურ ენერგია განისაზღვრება ამოცანის პირობის მიხედვით, ვარდნილი ტვირთის შემთხვევაში:

$$T = Q \cdot H \quad (4)$$

სადაც Q არის ვარდნილი ტვირთი; H - ვარდნის სიმაღლე.

ბრუნეის უცვარი შენერებით გამაწვეული გრუხითი დარტყმის დროს

$$T = \frac{I_m}{2} \omega^2 \quad (5)$$

სადაც $\omega = \frac{n\pi}{30}$ (n -ბრუნთა რიცხვი წუთში) არის მუდმივი კუთხური სინქარე;

I_m - მბრუნავი მასის პოლარული ინერციის მომენტი ბრუნეის ღერძის მიმართ; იგი ტოლია [2]:

$$I_m = \int_{\sigma} \rho^2 dm = \frac{\gamma}{g} \int_{\sigma} \rho^2 dV. \quad (6)$$

მაგალითი 1.

ორ საყრდენზე თავისუფლად მდებარე მუდმივეკეთიან ℓ სიგრძის დრეკად კოჭზე H სიმაღლიდან ეკემა თანაბრად განაწილებული $Q=q\ell$ ტვირთი (ნახ. 1. ა). განესაზღვროთ დინამიკური მახასიათებლები თუ E, I, Q, ℓ, H, W ცნობილია. მოედოთ კოჭზე q , ინტენსივობის თანაბრად განაწილებული ინერციის ძალა (ნახ. 1. ბ). კოჭის ნებისმიერ კვეთში წარმოშობილი დინამიკური მღუნაეი მომენტი ტოლია:

$$M_{\xi}(x) = \frac{q \cdot \ell}{2} x - \frac{q \cdot x^2}{2} \quad (7)$$

რადგანაც კოჭის სიხისტე $EI = const$, (3)-ში (7)-ის ჩასმით მივიღებთ:

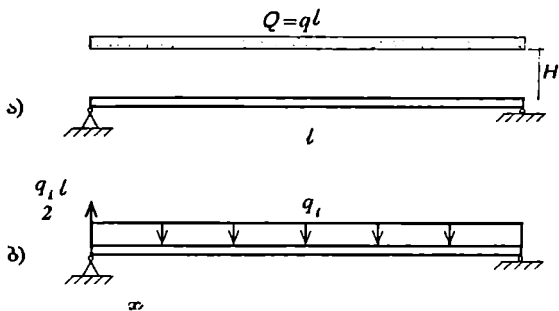
$$U = \frac{1}{2EI} \int_0^{\ell} \left(\frac{q \cdot \ell}{2} x - \frac{q \cdot x^2}{2} \right)^2 dx = \frac{q \cdot \ell^5}{240EI}. \quad (8)$$

(8) და (4)-ის (2)-ში ჩასმით ინერციის ძალის ინტენსივობა ტოლია:

$$q = \sqrt{\frac{240EIQH}{\ell^5}} \quad (9)$$

(9)-ის გამყენებით მაქსიმალური დინამიკური მღუნაეი მომენტი და

დინამიკური ძაბვა იქნება: $\max M_{\xi} = \sqrt{\frac{3,75EIQH}{\ell}}; \max \sigma_{\xi} = \sqrt{\frac{3,75EIQH}{\ell W^2}}$.

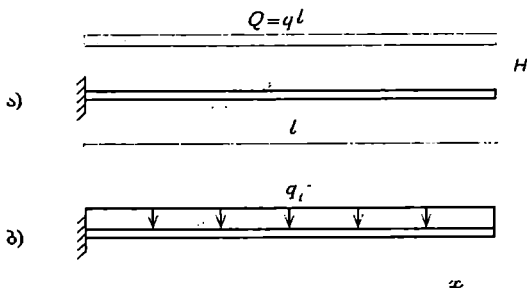


ნახ. 1. რკვევადი კოჭი

მაგალითი 2.

l სიგრძის მუდმივკვეთიან კონსოლურ კოჭზე H სიმაღლიდან ექვეშა $Q = q_l l$ თანაბრად განაწილებული ტვირთი (ნახ. 2. ა). განესაზღვროთ $\max M_w$ და $\max \sigma_w$. დარტყმის ინერციის ძალის ინტენსივობა აღვნიშნოთ q_l -ით (ნახ. 2. ბ). x კვეთში დინამიკური დრეკადი მომენტი ტოლია:

$$M_w(x) = \frac{q_l x^2}{2} \quad 0 \leq x \leq l$$



ნახ. 2. კონსოლური კოჭი

ეს მნიშვნელობა ჩაესვით (3)-ში, მივიღებთ $U = \frac{q_l l^3}{40EI}$.

ვინაიდან კინეტიკური ენერგია $T = QH$ (2) შოგვცემს:

$$q_l = \sqrt{\frac{40EIQH}{l^3}}, \quad \text{მაშასადამე } \max M_w = \frac{q_l l^2}{2} = \sqrt{\frac{10EIQH}{l}}; \quad \max \sigma_w = \sqrt{\frac{10EIQH}{lW^2}}$$

ჩვენს მიერ განსაზღვრული დინამიკური მახასიათებლები ემთხვევა სხვა მეთოდებით მიღებულ სიდიდეებს.

შემოთავაზებული გამარტივებული ინჟინრული ხერხით შეგვიძლია გავიანგარიშოთ დრეკადი სისტემა სხვადასხვა დარტყმით დატვირთვავზე (გრძივი, განივი, ვრცხითი და სხვა).

იგი გამოიყენება მაშინ, როცა დინამიკურობის კოეფიციენტის დადგენა შეუძლებელია და მაშინაც, როცა ეს შესაძლებელია.

ამ ხერხით განსაზღვრული შედეგები ემთხვევა სხვა არსებული ხერხებით მიღებულ შედეგებს.

ლიტერატურა

1. Писаренко Г.С., Агарев В.А., Квитка А.Л., Попков В.Г., Уманский Э.С. Сопротивление материалов. Киев. Главное издательство объединения «Высшая школа». 1986, с. 691.
2. Anzor Khabeishvili. Résistamse des materiaux. Conakry, 1988, p. 76, 95.
3. Фесик С.П. Справочник по сопротивлению материалов. Издательство Будівельник, Киев, 1982, с. 226.
4. Anzor Khabeishvili, Tamaz Batsikadze. Résistamse des materiaux. Edition "l'Université technique", Tbilisi, 1998, p. 179-185.

А.Д. Хабеишвили, Э.Д. Антелидзе

Грузинский технический университет

РАСЧЕТ УПРУГИХ СИСТЕМ ВО ВРЕМЯ УДАРА РАВНОМЕРНО РАСПРЕДЕЛЕННОЙ НАГРУЗКОЙ

Рассматривается инженерный способ динамического расчета упругих систем во время поперечного удара равномерно распределенной нагрузкой. Он применяется тогда, когда невозможно определить динамический коэффициент, и тогда, когда это возможно.

A. Khabeishvili, Z. Antelidze

Technical University of Georgia,

Calculation of the Elastic System in Case of Shock by the Equally Distributed Load

The Article reviews the engineering method of dynamic calculation of the elastic system in case of Lateral shock of the equally distributed load. This method is used in cases where determination of the Dynamic Coefficient is impossible. However, the method can be used even in cases when, and even in cases where determination of the Dynamic Coefficient is possible.

დ. ქორჩილავა, ლ. ლურსმანაშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

მოდელის კომპოზიციურ-კონსტრუქციული ნიშნების გრაფიკული და ვერბალური მახასიათებლების ანალიზი

საკვანძო სიტყვები: მოდელი, ფორმა, გრაფიკული მოდელი, ტექნიკური ესკიზი, ვერბალური მახასიათებელი.

მოდის გაეფენით, მომხმარებელთა მოთხოვნის მატერიალურ-ტექნიკური, სოციალური და ეკოლოგიური გარემოს, კულტურისა და სხვა ფაქტორების

განვითარების საფუძველზე ყოველწლიურად იქმნება ტანსაცმლის მოდელთა დიდი რაოდენობა, რომლის აუცილებელ კომპოზიციურ-კონსტრუქციულ მახასიათებლებს წარმოადგენს მოდელის ფორმა, რეალიეფი და ზედაპირის პლასტიკა, დანაწევრების დეკორატიული და ფუნქციონალური ელემენტების სახეები და სხვა.

მოდელის ანალიზი იწყება მოდელის ფორმის გეომეტრიული ხასიათის დადგენით. სამკერვალო წარმოებაში ნაწარმის მოდელი იქმნება გრაფიკული ნახატის სახით, სტილიზირებული გამოსახულებები ანდა დისკოლის ეკრანზე ორ ან სამგანზომილებიანი გამოსახულებით. ფორმის აღწერა შესაძლებელია ვერბალურად ანდა სკულპტურული გამოსახულებით, მაკეტით. სამკერვალო წარმოებაში ტანსაცმლის ფორმის ქვეშ იგულისხმება ნაწარმის სიერცულ-მოცულობითი ფორმა. ფორმის მახასიათებლებს მიეკუთვნება გრაფიკული, ვერბალური და კომბინირებული დახასიათება, სკულპტურული გამოსახულება და ალგორითმიული მეთოდი.

ფორმის ვერბალური დახასიათება ეს არის ფორმის სიტყვათა მარაგით აღწერა ამ შემთხვევაში იყენებენ შედარებით მახასიათებლებს ამა თუ იმ ცნობილ გეომეტრიულ ფიგურებთან ანდა მათ შედარებას საგნებთან, ასობებთან ან ციფრებთან ვერბალური აღწერის დროს გამოიყენებული ფორმის სიმბოლური აღნიშვნები (სწორკუთხედი, ტრაპეცია, ოვალი, „მაკრატელი“, „კასრი“, A, X, D, T და ა.შ.) არ გვაძლევს დასუსტებულ და თანმიმდევრულ ინფორმაციას კონკრეტული ფორმის შესახებ, თუმცა, მეტ-ნაკლებად მაინც აქცენტს აკეთებენ მთავარზე.

ტანსაცმლის მოდელირების პროცესში სოციეტმა ფორმამ მიიღო ტრადიციული სახელი - „გოდე“, „რედინგოტი“, „პრინცესა“ და სხვა.

ფორმის ვერბალური მახასიათებლები არ ატარებენ საკმაო ინფორმაციას ფორმის შესახებ და გასაგებია მხოლოდ სპეციალისტთა ვიწრო წრისათვის. ამიტომ, სამკერვალო მრეწველობაში მიღებულია მოდელის კომპოზიციურ-კონსტრუქციული ნიშნების კომბინირებული მახასიათებლების გამოყენება, რომელიც წარმოადგენს გრაფიკული და ვერბალური მეთოდების სინთესს.

მოდელის გრაფიკული დახასიათება გადმოცემულია ესკიზით-ნახატით. თავის მხრივ, გრაფიკული მოდელი ხასიათდება მთელი რიგი უარყოფითი ნიშნებით, რაც გამოიხატება იმით, რომ ესკიზი წარმოადგენს მხოლოდ მოდელის მხატვრულ იდეას და არა რეალურ სიერცულ ფორმას. ნეეულკბრიე-მოდელის ესკიზი სტილიზირებულია და წარმოდგენილია მაღალ ფიგურაზე, რის გამოც რეალურ ფიგურაზე მისი მორგება უკვე დიდ სირთულესთან არის დაკავშირებული.

უპირატესობა ეძლევა მოდელის გრაფიკულ გამოსახვას ტექნიკური ესკიზის სახით, რომელიც შესრულებულია რეალური ფიგურის აბრისის ნახაზზე.

გარდა ამისა, ტექნიკურმა ნახაზმა სუსტად უნდა გამოსახოს ფორმის ზედაპირის (რელიეფი, ამალღებულობა, ჯიბეები, შესაკრაფი, დეკორატიული ელემენტები და ა.შ.) ელემენტები, ფორმის სიმარტივე თუ სირთულე, გეომეტრიული სახე, ზომები.

გრაფიკული მოდელის ზემოთ მოყვანილი ნიშნების ვერბალური ანალიზის საფუძველზე მუშავდება მონაცემთა ინფორმაციული ბაზა, კერძოდ:

1. კუთდება მოდელის ნახაზი (ტექნიკური ნახაზი) ფაზში წინა და უკანა მხარეს.
2. დგინდება ნაწარმისა და მისი შემადგენელი ნაწილების დასახელება. (მაგ. კოსტუმი, შედგება ჯაკეტისა და ქვედა კაბისაგან).

3. მივითება ნაწარმის დანიშნულება: საერთო მიზნობრივი, სესონური, სექსობრივ-ასაკობრივი ხა სხვ. (მაგ: სხვადასხვა ასაკობრივი და ზომასისრული ჯგუფის საქმიანი ქალის დემისეზონის ყოველდღიური კოსტუმი)

4. ხდება მოდელში გამოყენებული მასალების დახასიათება ბოჭკოვანი შუბადგენლობის, სახელწოდების, ძირითადი ფიზიკურ-მექანიკური თვისებების, პიტიონური თუ სხვა მანიენებლების მიხედვით. (მაგ: კოსტუმი მზადდება შილის რბილი, ბუკლეს ტიპის, საქმოდ პიტიონური თერ-მოპლასტიური და არაშლადი ქსოვილისაგან.)

5. ხდება ფორმის საერთო და დაწერილებითი დახასიათება. საერთო დახასიათებაში მოცემულია გავრცობილი ინფორმაცია ფორმის გამომსახველობის სტრუქტურის შესახებ. (მაგ: კოსტუმის ფორმა მცირე მოცულობის, ნახევრად გამოყვანილი წელის ხაზზე, გულმკერდის ხაზზე დაეარდნილი, ნაკერებელი სახელოთი და საყელოთი გულმკერდის ადგელამდე ბარეობაში დამუშავებულია ნადები ჯიბეებით, შესაძლებელია მოდელის ფორმის დახასიათება მეორე ვარიანტითაც: მცირე მოცულობის ფორმის ქალის პალტო ბოლოში ოდნავ გაგანიერებული, ოვალური გამომსახველობით, სახელო საშუალო მოცულობის, სწორი ფორმის.)

ფორმის დეტალური ანდა დაწერილებითი დახასიათება გულისხმობს თითოეული კონსტრუქციული სარტყლის ანდა წერტილის მდებარეობისა და გამოწყობილობის დასუსტებით აღწერას, კერძოდ:

- მხრის ხაზის დახასიათება სიმაღლისა და სიგანის მიხედვით. (მაგ: მხრის ხაზი დახრილი, ბუნებრივი სიგანის, სახელოს ხაზზე რბილი გადასვლით).
- გულმკერდის ხაზის მდებარეობა, გამოწყობილობის ხარისხი, ფორმის პლასტიკა გულმკერდის ხაზზე და სხვ. (გულმკერდის ხაზზე ფორმა შერბილებული და დაეარდნილი).
- იღლის ხაზის მდებარეობა და სიგანე. (იღლის სიღრმე და სიგანე ზომიერი, იღლის ხაზის ნეუული გაფორმებით. ვიზუალურად გაფართოებული მხრის სარტყლით).
- წელის ხაზის მდებარეობა, დანაწევრების დასახელება, გამოწყობილობის ხარისხი, ზედაპირის პლასტიკურობა (მკვეთრად გამოწყობილი წელის ხაზი, მჭიდრო გამოწყობილობის ხაზი მდებარეობს ბუნებრივი წელის ხაზზე ზევით).
- თქვის ხაზის მდებარეობა, გამოწყობილობის ხარისხი და დანაწევრების სახე
- ბოლო განაჭური ხაზის მდებარეობა და სიგანე.
- ნაკეცების რაოდენობის, ნაოჭების, მოფარდვის მიხედვით ზედაპირის რელიეფი და პლასტიკა.

სახელოს მახასიათებლებია:

- სიგრძე
- სახელოს ზედა მრუდის სიგანის, სიმაღლისა და პლასტიკის ხაზები.
- საყელოს დამუშავებისას უურადდება უნდა მიექცეს მისი ნაწილების (ზედა და ქვედა საყელო, დგარი, გადანაფენი) რაოდენობას და ზომებს

და

- ყელის ამადლებულობისა საყელოს ზომების შესაბამისობას.
- შარვლის სიგრძე.
- შარვლის სიგანე თქვის, მუხლისა და ბოლო განაჭურ ნაპირზე.
- ამრიგად, მოდელის კომპოზიციურ-კონსტრუქციული ნიშნების აღწერა

თავდაპირველად ხდება ლოგიკური სახით ვერბალურად, გრაფიკული გამოსახულების მიხედვით.(კომბინირებული მეთოდი). თუმცა, ფორმის დახასიათებისას მნიშვნელოვანია იმ მეთოდის შერჩევა, რომელიც გაცილებით ობიექტურ წარმოდგენას მოგვცემს მოდელის ფორმაზე და ამავე დროს შეესაბამება ტანსაცმლის დეტალების კონსტრუქციული ნახაზის აგების შერჩეულ მეთოდებს.

თანამედროვე პირობებში კომუნიკაციის ასეთ საშუალებებს მიეკუთვნება მოდელის აღწერა ალგორითმული მეთოდით.

მოდელის ფორმის ანალიზის და დახასიათებისთვის საჭირო მეთოდების შერჩევისას უპირატესობა უნდა მიენიჭოს ისეთს, რომელიც მოგვცემს მეტ ობიექტურ წარმოდგენას მასზე და ამავე დროს შეესაბამება ტანსაცმლის კონსტრუქციული ნახაზის შერჩეულ მეთოდს.

ლიტერატურა

1. Коблякова Е.Б., Ивлева Г.С. Конструирование одежды с элементами САПР – М.: 1988.
2. Шершнева Л.П., Ларькина Л.В. Конструирование одежды. – М.: 2006.
3. Смирнова Н.И., Конспальцева Н.М. Проектирование конструкций швейных изделий для индивидуального потребителя – М.: 2009.

Д.Корчилава, Л.Лурсმანიშვილი

Анализ графических и вербальных особенностей композиционно-конструктивных показателей модели

В статье указаны следующие методы описания форм модели: графический, вербальный и комбинированный. Для вербальной характеристики формы используются сравнительные характеристики, такие, как известные геометрические фигуры, предметы, буквы, цифры и традиционные наименования, используемые в практическом моделировании. К графическим показателям форм относится эскиз модели. Со своей стороны оба этих показателя характеризуются целым рядом недостатков, искоренение которых возможно путем их синтеза, т.н. комбинированных показателей.

D.Korchilava, L. Lursmanashvili

Analysis of Grafic and Verbal Features of Compositional and Structural Model

In this article the following methods of the model form and shape description are given: graphical, verbal and combined. Comparative features, such as certain geometric figures, objects, letters, numbers are used for verbal features of form, and traditional names are used in practical modeling. A sketch of the model is used as a graphical indicator of form. However, both of these indicators are characterized by a number of defects, the eradication of which is possible by the way of their synthesis, the so-called combined indicators.

*გ. შაიშველაშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

ახალწარმოქმნილ მოთხოვნებთან ურბანული სტრუქტურის შესაბამისობის ქალაქთმშენებლობითი პრობლემები

რეინიგზის, როგორც ევროპის მსხვილი ქალაქებისა და მათი გეგმარებითი სტრუქტურის განვითარების განმსაზღვრელი ფაქტორის განსა-

კუთრებული მნიშვნელობა აშკარადაა გამოკვეთილი, ჯერ კიდევ, XIX საუკუნის შუაწლებიდან სწორედ რკინიგზის წარმოშობამ უსრუნველყო ქალაქების ეკონომიკური ცხოვრების ადგილობრივ რესურსებზე დამოკიდებულების ნეიტრალიზება და მათი მსოფლიო საბაზრო მიმოქცევის ორბიტაში ჩართვა. ადგილობრივ რესურსებზე დამოკიდებულებისაგან განთავისუფლებამ გსა გაუხსნა მსხვილი ქალაქების არსებულ სტრუქტურაში მრეწველობის კონცენტრაციის დინამიურ პროცესს. მოველენების ასეთმა განვითარებამ განაპირობა საწარმოო ძალების ჭარბი ნაკადების მოხიდვა და ქალაქის მოსახლეობის ჰიპერტროფიული ზრდა.

XIX საუკუნის 50-იან წლებში პარიზის მოსახლეობის რაოდენობამ მილიონს მიაღწია. ქალაქის ცენტრის ცალკეულ უბნებში მოსახლეობის სიმჭიდროვე 850 ზ/ს² შეადგენდა. მთელი ქალაქის მასშტაბით „ჯურღმულების“ სტატუსით დაფიქსირებული 17 რაიონი 200 ათას მაცხოვრებელს ითვლიდა. ეპიდემიის კერებს წარმოადგენდნენ ამორტივებული ანტისანიტარული სახლების ჯგუფები და ცალკეული კვარტლების მაცხოვრებელთა შვეწირა ქალაქის სამხრეთ-აღმოსავლეთის კვარტლების მაცხოვრებელთა 47%. უზომოდ გაზრდილი ქალაქის შუასაუკუნებისათვის დამახასიათებელი ეიწრო ქუჩების ქსელი ვერ პასუხობდა იმდროინდელი სატრანსპორტო საშუალებების დინამიურ ზრდას. 1853 წლის გათულებით დღე-ღამის მანძილზე დიდ ბულვარებზე გადაადგილდებოდა 8,7 ათასი, ხოლო ელისეს მიწაძერების პროსპექტზე 4 ათასი ეკიპაჟი. ქალაქის პერიფერიულ ზონებში, პარიზის ცენტრის გარშემო, განაშენიანებისა და ქუჩების ქსელებისაგან თავისუფალ ტერიტორიებზე ნიხურად შეჭრილი რკინიგზის სადგურების ფორმირებამ სათავე დაუდო ღრმა სატრანსპორტო კრიზისს. ერთმანეთთან დამაკავშირებელი სატრანსპორტო ქსელის არ არსებობის პირობებში, ერთი ნიხური სადგურიდან, მგზავრთა ნაკადების ქალაქის ცენტრის გავლით, მეორე სადგურში „გადასროლა“ გადაულახავ წინააღმდეგობას აწყდებოდა. სადგურების წინაშედგარულ ტერიტორიები ვერ იტყვედა რკინიგზის ტრანსპორტისათვის დამახასიათებელ ართომოულად პულსირებულ მოძრაობის ნაკადებს. აშკარად იგრძნობოდა ეკიპაჟების სადგომებისათვის აეცოლებული თავისუფალი ტერიტორიების დეფიციტი. უწყვეტი სატრანსპორტო ხერგილების ადგილებად იქცეუნ ქალაქის მთავარი გზაჯვარედინები. საქალაქო მოუდნები, ხიდები და მათი მისადგომები აქედან გამომდინარე, განსაკუთრებული მნიშვნელობის ქალაქთმშენებლობით პრობლემად ჩამოყალიბდა:

- რკინიგზის ფაქტორით გამოწვეული დამატებითი სამგზავრო და სატვირთო ნაკადების თავიდან აცილება;
- ახალწარმოქმნილი მოთხოვნებისადმი ქალაქის სატრანსპორტო ქსელის შესაბამისობის უზრუნველყოფა.

ევროპის მსხვილი ქალაქებისათვის დამახასიათებელი ამ იდენტური პრობლემის გადაწყვეტის გამოკვეთილ ეტალონად იქცა სენის დეპარტამენტის პრეფექტის ბარონ ოსმანის მიერ 1852-70-იან წლებში განხორციელებული „პარიზის რეკონსტრუქციის გეგმა“.

პარიზის სატრანსპორტო პრობლემების გადაწყვეტის ოსმანისეული კონცეფცია მიზნად ისახავდა:

- პარიზის „დიდი გზაჯვარედინის“ ურთიერთპერპენდიკულარული დამატრების ფორმირებას. ამ იდეის ფორმირების მიზანით ოსმანმა გააგრძელა

¹ იგულისხმება საცხენოსნო ტრანსპორტის სასკობები - კერძო კარუტა, ყვლი, ომნიბუსი.

რიეოლის ქუნა „პირამიდის“ მოედნიდან აღმოსავლეთისაკენ რატუშის მოედნამდე, რითაც დაასრულა ჯერ კიდევ ლენოტრის მიერ დაწყებული პარიზის მთავარი აღმოსავლეთ-დასავლეთ დიამეტრი. რაც შეეხება მრდილო-სამხრეთის დიამეტრს, მისი ფორმირების მიზნით გაჭრილი იქნა სევასტოპოლის, სტრასბურგისა და სენ-მიშელის ახალი ბულვარები. „დიდი გასაჯვარედინის“ განუზომელი მასშტაბის სატრანსპორტო გადატვირთვისა და პარიზის ცენტრის სატრანსპორტო მოძრაობის პარალიზების საფრთხის თავიდან აცილების მიზნით კონცეფცია ითვალისწინებდა:

- რეოლისებრი ფორმის განმტკიცირთავე მაგისტრალების დამხმარე სისტემის შექმნას. აღნიშნული სისტემის შემადგენელი მრდილო და სამხრეთი მაგისტრალები თავს იყრიდნენ აღმოსავლეთ-დასავლეთ დიამეტრზე ლოკალიზებული „კარსკელავისა“ და „ნაციის“ მოედნებს. უნიშნდობლივია, რომ სატრანსპორტო სისტემის განმტკიცირთავე მაგისტრალების ფორმირებისათვის გამოიყენებოდა რეკონსტრუქციის „ქირურგიული მეთოდი“.

ოსმანის რეკონსტრუქცია პოლიტიკური ქალაქთმშენებლობითი რეკონსტრუქციის სახელთადაც არის ცნობილი. რეკონსტრუქციის პოლიტიკურ მიზანსე ორიენტირებული ოსმანის კონცეფცია პარიზის ვიწრო ქუჩებს განიხილავდა, როგორც ბარიკადების მშენებლობისა და რეკონსტრუქციის ამბოხის ხელშეწყობ ფაქტორს. პარიზის განაშენიანებაში დიდი მაგისტრალების გაჭრა, „ხალხის მასების აჯანყების“ დროს ქუჩის ბრძოლების სტრატეგიული მიზნით იყო განიპრობებული. სწორედ მისი რეკონსტრუქციის მუშეობით იქნა განადგურებული ე.წ. „ბარიკადების პარიზი“. რიეოლის ქუჩის გაგრძელების შედეგად მიწასთან იქნა გასწორებული ვიწრო ქუჩებისა და მუშათა კვარტალების ქალაქური გარემო – პარიზის ყველა ამბოხის ტრადიციული კერა. „შატლეს“ მოედანი, სწორედ, ამ კერის ადგილას იქნა ფორმირებული. შინაგანი უსაფრთხოების მოსაზრებებით, იქვე, პარიზის რატუშის სიახლოვეს, ნაპალეონის ყასარმები იქნა აგებული. რეკონსტრუქციის პოლიტიკურ მიზნებში არანაკლები მნიშვნელობა ჰქონდა მინიჭებული „პარიზის ბარიკადების“ განადგურების თანმდეუ ანტრიფიკაციის პროცესს. დანგრეული კვარტალების მობინადრეები, რომელთაც ძირითადად მუშათა ოჯახები შეადგენდნენ, გაძევებულ იქნენ პარიზის ცენტრიდან. მათთვის ახალ სამოსახლო ადგილებად დუდაქალაქის საგარეუბანო არეალები იქნა მიხენილი. გამოთავისუფლებული ცენტრალური კვარტალების არესტრუქტურულ ადგილებს შეძლებული სოციალური ფენის წარმომადგენლები დაეპატრონენ. პარიზის რეკონსტრუქციის პროექტის ერთ-ერთ ძირითად პრიორიტეტად „ქალაქის გაჯანსაღების“ განსაკუთრებული აქტუალობის პრობლემის გადაწყვეტა იყო დეკლარირებული. როგორც პრაქტიკამ ცხადყო, ამბოხის საფრთხის კერებისაგან განსხეეებით, ამ გრანდიოზული მასშტაბის რეკონსტრუქციამ, ყვარფერი დააკლო ქალაქის სტრუქტურაში ინფექციისა და ანტისანიტარიის გაერცვლების ადგილებს.

პარიზის ოსმანისეული რეკონსტრუქციის მაგალითსე აშკარადაა გამოკვეთილი, მხოლოდ, სატრანსპორტო პრობლემებსე ფოკუსირებული ურბანული რეკონსტრუქციის ცალმხრივი ხასიათი. რეკონსტრუქციის გეგმის ყურადღების მიღმა დარჩენილი ურბანული სტრუქტურის ფუძემდებლური მნიშვნელობის ელემენტები – კვარტალები და საცხოვრებელი რაიონები, მათი სოციალური პრობლემატიკა, სასოგადოებრივი და კულტურული კავშირები. სანაცვლოდ წინა აღნაშნა წამოწეული – ქუნა, როგორც სატრანსპორტო-საკომუნიკაციო სისტემის ელემენტი; არსებული განაშენიანების ანიჰილაციის ხარჯსე მაგისტრალების „გაჭრისა“ და გაფართოების ასპექტები. ქალაქის

ცხოვრებისა და ურბანული რეკონსტრუქციის ყველა ასპექტი ტრანსპორტის პრობლემებისადმი იყო დაქვემდებარებული. აქვე უნდა ითქვას, რომ ოსმანი ისაზღვრებოდა მხოლოდ ბულვარისა და მისი მაფორმებული განაშენიანებით. რეკონსტრუქციის სიღრმითი განვითარება მის ინტერესებში არ შედიოდა. ბულვარზე ფასადებით გამოხული რეკლამულად განლაგებული სახლების მიღმა ქალაქმშენებლობითი ქაოსი იყო გაშფოთებული. არსებული ქუჩების გაფართოებასთან შედარებით, ოსმანი უპირატესობას ანიჭებდა ახალი ფართო ქუჩების „გაჭრის“ მეთოდს. მისი თვალსაზრისით, ეს მეთოდი აიოლებდა მთელი ქუჩის სიგრძეზე ერთნაირი ხასიათის არქიტექტურული იერსახის შექმნის შესაძლებლობას. იგი შედარებით ნაკლები რაოდენობის შენობა-ნაგებობების ნგრევას ითხოვდა. სწორედ ამ მიდგომამ განაპირობა ისეთი გაუგებარი კონფიგურაციის, ბლაგვი ან მახვილი კუთხეებიანი კვარტალების გაჩენა, რომელთა პერიმეტრული მოშენება ურთულეს არქიტექტურულ-სივრცით და გეგმარებით პრობლემებთან იყო დაკავშირებული. შენობა-ნაგებობების დანგრევის მოტივაციის თვალსაზრისით რეკონსტრუქციის პროექტი მნიშვნელოვან როლს განეკუთვნებოდა - პარიზის ღირსშესანიშნავ ადგილებზე ვისუფალური ხედების გახსნის ამოცანებს. ასე მაგალითად, რიეოლის ქუჩის ბასტილის მიმართულებით გაგრძელების პროცესში, სახლების მნიშვნელოვანი რაოდენობა შეეწირა - რიეოლის ქუჩის საპირისპირო მხარეს ლოკალიზებულ ლუერსა და პალეოროიალზე ხედების გახსნის მოთხოვნებს.

ინტერესს იქვევს რეკონსტრუქციის პროექტის დამოკიდებულება ქალაქის სტრუქტურაში პარიზის ცენტრალური ბაზრის ლოკალიზების მიმართ. პარიზის შუაგულში (ლუერის, სენტ-ანორეს, ეტიენ მარსელის ქუჩებისა და სეესტოპოლის ბულვარის გარემოცვაში) განთავსებულ ცენტრალურ ბაზარში თავს იყრიდა საფრანგეთის ყველა კუთხიდან ჩამოტანილი უამრავი საქვები პროდუქტი, რომელსაც მიდლონიანი პარიზი ერთი დღის მანძილზე „შთანთქავდა“ ამ ნიშნის გამო, „პარიზის მუკვის“ სახელთ განიბილი ბაზარი. ბენეპრეია, ტრანსპორტის საშუალებებისა და მოსახლეობის უზარმაზარ ნაკადებს იზიდავდა. ათეული წლების მანძილზე ეკიპაჟებითა და საბითუმო ვაჭრობის საქონლით სახერგილი ბაზრის წინამდებარე მოედანი და მიმდებარე ქუჩები წარმოადგენდნენ - პარიზის ცენტრალური ბირთვის უწყვეტი სატრანსპორტო „საცაბების“ კერას. ამდენად, ლოგიკურია, რომ აღნიშნული ბაზრის ქალაქის ცენტრიდან გატანის მოთხოვნა რეკონსტრუქციის პროექტის ერთ-ერთ ფუძემდებლურ საკითხად ჩამოყალიბებულიყო. სავარაუდოა, რომ პროფესიული აზრის ევოლუციის იმ ეტაპზე, ახალწარმოქმნილი ქალაქმშენებლობითი პრობლემების გამოკვეთისა და გაცნობიერების ხარისხი, ჯერ კიდევ, არ იყო საკმარისი. უზარმაზარი სატრანსპორტო ნაკადების მისიდვლობის ამ მიღწერი პოლუსისაგან პარიზის ცენტრის განთავისუფლება ოსმანის რეკონსტრუქციიდან ერთი საუკუნის შემდეგ, 1970-იან წლებში გახდა შესაძლებელი. ინჟინერობაში, რომ ამდენი რადიკალური სივრცით-გეგმარებითი და სოციალურ-კულტურული ცვლილებებისათვის არ არსებობდა რეალური პროფესიული რესურსი. რეკონსტრუქციის პროექტის საწყის ეტაპზე განსაკუთრებით მძაფრად იგრძნობოდა ქალაქმშენებლობითი სფეროს სპეციალისტების დეფიციტი. რეკონსტრუქციის პრობლემებზე მოშუავე ჯგუფში, რომელიც ოსმანის მიერ საგულდაგულოდ იყო შერწყმული, არ აღმოჩნდა არც ერთი ქალაქგეგმარებული. ჯგუფი ძირითადად არქიტექტორებისაგან და ინჟინერებისაგან იყო დაკომპლექტებული. ამასთანავე, ჯგუფში შემავალი არქიტექტორების გამოცდილება, მხოლოდ

ცადკეული სახლის დაპროექტებას შეეხებოდა. დასაწყისში, ისინი აღდგოვანებულ ვერ უღებდნენ ოსმანის რეკონსტრუქციის მასშტაბებს. ოსმანი ქალაქის ფუნქციონირებას განიხილავდა, როგორც ტექნიკურ პრობლემას. ტრანსპორტისა და საგზაო მოძრაობის ორგანიზების საწყისების გარდა, რომელსაც პირველხარისხოვანი მნიშვნელობა ენიჭებოდა, განსაკუთრებული ყურადღების საგნად იყო ქვეყნული – პარიზის წყალმომარაგებისა და კანალიზაციის კომუნიკაციის სრულყოფილი სისტემის შექმნის ამოცანა. ერთობლივი მუშაობის გარკვეულ ეტაპზე (1859 წ.) ოსმანი აყალიბებს პარიზის დაგეგმარების სპეციალურ სამმართველოს, რომლის ფუნქციასაც შეადგენდა:

- პარიზის დაგეგმარების სტრატეგიის შემუშავება. მასუხისმგებლობა სარეკონსტრუქციო სამუშაოების დასახული გეგმის რეალიზაციაზე, სწორედ, აღნიშნულ სამმართველოს განეკუთვნებოდა. რეკონსტრუქციის გენერალური გეგმის რეალიზაციის საკითხებთან მიმართებაში, სამმართველოსთან ერთად ბარონ ოსმანის ძირითად საყრდენს შეადგენდა კიდევ ორი ძირითადი სტრუქტურული ერთეული – წყალმომარაგება-კანალიზაციისა და დასვენების ზონებისა და მწვენი ნარგავების სამსახურებია. ამდენად, პარიზის XIX საუკუნის შუაწლების რეკონსტრუქცია განხორციელდა ინჟინერთა თაოსნობით. სწორედ ინჟინრები იყვნენ ბარონ ოსმანის სახელთან იდენტიფიცირებული პარიზის რეკონსტრუქციის პროექტის შემუშავებისა და რეალიზაციის შემოქმედნი. ბარონ ოსმანის მიერ განხორციელებული სარეკონსტრუქციო სამუშაოების მასშტაბების გარკვევის თვალსაზრისით, ყურადღებას იმსახურებს რეკონსტრუქციის შემდგომი პერიოდისა და რეკონსტრუქციამდელი პარიზის გეგმების შედარებითი ანალიზი. მისი შედეგები ცხადყოფს – ოსმანისეული რეკონსტრუქციის განუყოფელ წელიწადს პარიზის დიამეტრების ფორმირებაში. – რივლის ქუჩის აღმოსავლეთი მონაკვეთის ფორმირებით ოსმანმა დაასრულა „ვარსკვლავისა“ და „ნაციის“ მოედნების დამაკავშირებელი პარიზის დასავლეთ-აღმოსავლეთი დიამეტრი. რაც შეეხება პარიზის ჩრდილო-სამხრეთ დიამეტრს, როგორც სენის მარცხენა ნაპირის სტრასბურგისა და მარჯვენა ნაპირის სენ მიშელის ბულვარების ერთიანობას. ექვტარეშა მის წარმოშობასა და ფორმირებაში ოსმანის ერთპიროვნული დამსახურება. ოსმანის რეკონსტრუქციის შედეგად პარიზის ქუჩების ქსელი შეივსო 165 კმ-ით, ქალაქს შეემატა 2.000 კა კეთილმოწყობილი საპარკო ტერიტორია. ამასთანავე, რეკონსტრუქციაში რეკონსტრუქციის დაგეგმარების გავრცელება და განაშენიანების ცოცხალ ქსოვილზე ახალი ქსენების „გაჭრა-გაყოფის“ მეთოდის გამოყენება ხორციელდებოდა:

- შუასაუკუნეების პარიზის ისტორიულად ჩამოყალიბებული არარეგულარული ქალაქგეგმარებითი სტრუქტურის სრული განადგურების ხარჯზე. XIV, XV და XVI საუკუნეების პარიზის, როგორც ვითარებული ქალაქის ქუჩების ქსელი მთლიანად ვიწრო და მრუდ ქუჩებისაგან შედგებოდა. ამ ქუჩებისა და, ზოგადად, ქალაქის ძირითად სივრცით-გეგმარებით მახასიათებლებს წარმოადგენდა:
- ერთმანეთზე მიდგომული ამორტიზებული „ფახევრის“ სახლები;
- ქუჩათა ვიწრობებისა და მცირე სიღრმის საქალაქო მოედნების ურთიერთმონაცვლეობის შედეგად წარმოქმნილი ძლიერი არქიტექტურულ-სივრცითი კონტრასტი;
- სახლების სახურავებიდან „ამოზიდული“ უამრავ სამრეკლოთა რიტმი, როგორც-ქალაქის სილუეტის დამახასიათებელი კომპონენტი; ამ ქუჩებისაგან, ზოგიერთი შემორჩა XIX საუკუნის შუა წლების პარიზის გენერალურ რეკონსტრუქციამდე. როგორც ამ რეკონსტრუქციის ხელმძღვანელი ბარონი ოსმანი

აღნიშნავს, რეკონსტრუქციის დროს განადგურებული ქუჩები იმდენად ვიწრო იყო, რომ ჭიებისაგან გამოჭმული ფასადები ამოდ ლამობდნენ ჩამოქცევას, რამდენადაც ისინი მოპირდაპირე მხარეს მდგარ სახლებში პოულობდნენ საყრდენს². პარიზის ტერიტორიულ-სივრცითი განვითარების დასავლეთი ვექტორის გამოკვეთა, ისევე როგორც მისი რგოლური სტრუქტურა, შუა საუკუნეების პარიზის გენეზისისა და ისტორიული ევოლუციის ერთგვარი „ანაბგვლია“. შუა საუკუნეების პარიზი ხანგრძლივი დროს მანძილზე მხოლოდ კერძოდ სიტყვე იყო ლოკალიზებული. ქალაქმა მხოლოდ მაშინ დაიწყო სენის გურ მარჯვენა, ხოლო XII საუკუნიდან მარჯვენა ნაპირის ათვისება, როდესაც კერძოდ სე განაშენიანებამ სდურულ სიმჭიდროვეს მიაღწია.

რომის იმპერიის შემადგენლობაში ყოფნის პერიოდში, მაშინ, როდესაც პარიზი რომის იმპერატორების რეზიდენციას წარმოადგენდა, ფლანდრიიდან რომში მიმავალი სტრატეგიული გზა „ლუტეცია პარიზიორუმზე“ გადიოდა. ეს გზა ემთხვეოდა თანამედროვე პარიზის სენ-ჟაკისა და სენ მარტინის მიმართულებას. სენის ორივე მხარეს გადაებული ხიდები ამ ქუჩების მიმართულებასთან იყო შეთავსებული. სიტყვს კერძული მთელ პერიმეტრზე სასიმაგრო თავდაცვითი კედლით იყო მოზღუდული. სულდე-გალავნის სარტყელი რომის იმპერიის დაფუძნებული დასახლების არსებობის აუცილებელ პირობას წარმოადგენდა. მისი გადაუღებელი აუცილებლობა განსაკუთრებით საგრძნობი უნდა ყოფილიყო დასაქვეთ რომის იმპერიის დაცემის შემდგომ, ქალაქზე ბარბაროსთა ტომების განუწყვეტელი თავდასხმების პირობებში. სულდე-გალავნის მეორე სარტყელი, რომელიც სენის ორივე ნაპირს მოიცავდა, მეფე ფილიპე-ავგუსტის (1180-1223 წ.წ.) სახელთანაა დაკავშირებული. იმავე პერიოდის მიუკუთვნება სენის ჩრდილოეთით მდებარე ლუერის ციხე-სიმაგრე და ძველი რომული გზის პარალელური სენ-დენის ქუჩის ფორმირება. ფილიპე-ავგუსტის მეფობის ხანაში გამოკვეთილ სახეს იღებს მდინარის მიმართ ქალაქის ფუნქციური ორიენტაციის თავისებურება. სენის მარჯვენა მხარე ერთადერთა, როგორც ვაქრობისა და ხელოსნობის რაიონი. სენის მარჯვენა მხარე იმკვიდრებს კულტურისა და მეცნიერების კერის ფუნქციას. პარიზის უნივერსიტეტი იქნეს თეოლოგიასა და ფილოსოფიაში ევროპული ცენტრის მნიშვნელობას.

თავდაცვის უზრუნველყოფის, როგორც შუა საუკუნეები ქალაქის მუდმივ მოქმედი ფაქტორის მნიშვნელობა ციხე-სიმაგრეებს ბუნებრივად უმკვიდრებდა ქალაქის სტრუქტურის დომინანტური ელემენტის ფუნქციას. ქალაქში მათი ლოკალიზაციის ადგილებს განაპირობებდა თავდაცვის სტრატეგიული მისანი – ყველაზე სახიფათო მიმართულებიდან ქალაქში შემოსასვლელი გზის გადაკეტვა. სწორედ ეს მისანი განსაზღვრავდა პარიზის გეგმარებით სტრუქტურაში ლუერის ციხე-სიმაგრის განთავსების ადგილს. მესამე სულდე-გალავნის სარტყელი, რომელიც კარლოს V-ის ხანას განეკუთვნება (1370 წ.), მოიცავდა სენის იმ პერიოდისათვის ინტენსიურად განვითარებულ მხოლოდ მარჯვენა ნაპირს. იგი იწყებოდა ლუერის ციხე-სიმაგრის დასავლეთით – სენის მარჯვენა ნაპირიდან. საიდანაც მიემართებოდა ჩრდილო-აღმოსავლეთით დღევანდელი დიდი ბელეარებისაკენ. შემდგომ, ეშვებოდა ბასტილიის ციხე-სიმაგრისაკენ. კარლოს V-ის სულდის აგებამ და ლუერის ციხე-სიმაგრის ქალაქის სასაფრებში მოქცევამ, აშკარა გაახალა ლუერის თავდაცვითი ფუნქციის სრული შეუსაბამობა ქალაქის მოთხოვნებთან. ამ ხანიდან დასაბამი

² Haussmann. G. E. Memoires du baron Haussmann. Paris. 1890-1893.

ედება ლუერის თავდაპირველი ფუნქციის სამეფო სასახლის ფუნქციით ტრანსფორმაციის ხანგრძლივ პროცესს. უურადღებას იქცევს ამ ახალი ფუნქციის, როგორც ქალაქწარმომქმნელი ფაქტორის მნიშვნელობა. ძველი ლუერის რადიკალურმა რეკონსტრუქციამ და სამეფო სასახლის ფუნქციების გაძლიერებამ განაპირობა პარიზის ახალი ცენტრის ფორმირება შუასაუკუნეების ქალაქის დასავლეთი გაღაენის გარე ტერიტორიებზე. იგულისხმება ტიულრის სასახლის, როგორც ქალაქგარე რეზიდენციის მშენებლობა (ლუერიდან დასავლეთით 500 მეტრის მანძილზე). ასევე, ლუერსა და ტიულრის სასახლეს შორის ეკატერიენე მედინის მიერ აგებული, შუა საუკუნის ქალაქისათვის უთანაზომოდ დიდი მასშტაბის შემაერთებელი გაღერვა.³ ლუერისა და ტიულრის სასახლეების არქიტექტურულ-ქალაქმშენებლობითი კომპლექსის განვითარების თავისებურებამ, პარიზის ცენტრის დასავლეთი ექტორის დამკვიდრებასთან ერთად, დასაბამი დაუდო.

• მსხვილი მასშტაბისა და შორეული პერსპექტიული ხედების ეფექტზე დაფუძნებულ რეგულარული ქალაქის ესთეტიკას;

• ქალაქმშენებლობით-სიერციით განვითარების ისეთ რეალობას, რომელმაც განაპირობა ქალაქგანვითარების შემდგომ ეტაპებზე პარიზის დასავლეთ-აღმოსავლეთი დიამეტრის იდეის გენეზისი. იმ იდეის კონკრეტული სიერციით-გეგმარებითი გამოკვეთილობა მხოლოდ საუკუნის შემდგომ იჩენს თავს. იგი უყომანოდ უკავშირდება ლენოტის პარიზის გეგმარებით პროექტებს.⁴ ლენოტის ელისეს მინდერების პროსპექტის ფორმირების პროექტი იმ პერიოდის პარიზის გარეუბნისთვის იყო განკუთვნილი და მას საქალაქო მაგისტრალის მნიშვნელობა გააჩნდა.⁵

Соответствие новообразованных требований урбанистических структур и градостроительные проблемы

На примере Парижа рассмотрен вопрос об особенностях влияния железной дороги на планировочную структуру крупных исторических городов. В связи с этим проанализирован план парижской реконструкции 1852-1870 года.

The Problems of Town Building in Connection with New Demands of Urban Structure

The question of railway system influence on planning redevelopment of big historical cities is discussed in the given paper. The plan of 1852-1870 Paris redevelopment is analyzed.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Haussmann. G. E. Memoires du baron Haussmann. Paris. 1890-1893.
2. Западноевропейское градостроительство XVII-XIX веков Т.Ф. Сараренская, Москва, 1987.
3. Градостроительство XX века в странах капиталистического мира. Москва 1970, т. 2.
4. Город. Структура и композиция. М.Г. Бархип. Москва 1986 г.

³ ეს უკანასკნელი დაფიქსირებულია პარიზის XVII საუკუნის დასაწყისის აქსონომეტრულ გეგმაზე (მერიანის გეგმის მიხედვით).

⁴ 1670-იან წლებში ლენოტის მიერ შემუშავებული პროექტები – ტიულრის ბაღის რეკონსტრუქციის, „თანხმობის მოედნის“ ადგილას ვრცელი მოედნის არქიტექტურულ-სიერციითი ორგანიზებისა და ელისეს მინდერების პროსპექტის პროექტები.

⁵ ელისეს მინდერების რაიონი 1900 წელს ექცევა პარიზის ადმინისტრაციულ საზღვრებში.

მაკა ჩიტინე
(საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი)

ვერბალური კომუნიკაციების ბავშვთა საჭარტველო
მოდის ბავრცველებზე

საკვანძო სიტყვები: ვერბალური კომუნიკაცია, მოდა, მოდელი, სილუეტი, გეომეტრიული ხაზები.

თანამედროვე ცივილიზებულ სამყაროში მოდა ეს ის ფაქტორია, რომელიც მოთხოვს მისდამი სერიოზულ ყურადღებას. მოდის ცვალებადობა ყოველთვის განპირობებულია კონკრეტული დროისათვის „სილამაზის“ იდეალის დაპირებასთან, ადამიანი იჯერებს ამ დაპირებას და ცდილობს დაეორჩილოს მოდის კაპრიზებს. მოდა ვითარდებოდა ასწლეულების მანძილზე. დღესაც ინტერესთა სფეროშია რენესანსის, ბაროკოს, როკოკოს ეპოქის მოდა. როგორ ვითარდებოდა მოდა? როგორ ხდებოდა მისი გაერცვლება ერთი სახელმწიფოდან სხვა სახელმწიფოებში? თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ უძველეს დროში ძალიან მწირი იყო საინფორმაციო საშუალებები და მისი გაერცვლების სფერო მთიცივდა მხოლოდ ერთი ქვეყნის სასაღერებს, უნდა ვეარაუდოთ რომ მოდის ცვლადობის შესახებ ინფორმაციის შეგროვება ხდებოდა ვერბალური კომუნიკაციის გამოყენებით. ამასთან მოდის მიმართულებაში სიახლეების გაერცვლების სინქარე იმდენად დაბალი იყო, რომ ახალი მოდის შემოსულას, დამკვიდრებას და მოქველებას ხშირ შემთხვევაში საუკუნე სჭირდებოდა.

ასწლეულების მანძილზე სხვადასხვა ქვეყნები და ქალაქები ყვიბრებოდნენ ერთმანეთს, რათა წამუქანი როლი ეთამაშათ გემოვნების ჩამოყალიბებაში. მხოლოდ შემოვლათი გზით შემოვიდა მოდა სენის სანაპიროზე: იტალია, ესპანეთი და მოგვიანებით ინგლისი და საფრანგეთი იყო ის ქვეყნები, რომელიც გამთიარა მოდამ ვეროპის გაყლით [1]. მოდის დამკერობელი ძალა, რომელიც მთელს კონტინენტზე გაერცვლდა, ამავე დროს წარმოადგენდა პოლიტიკური სიძლიერის ასპექტსაც. მოდისადმი დაინტერესება სამეფო კარიდან და დიდებულებიდან მიდიოდა. მათ ჰქონდათ იმის შესაძლებლობა, რომ განეკვიფრებინათ თავისი ჩაცმულობით სასოვადობა. ფუფუნება და გარეგნული მიმსიდველობა ამის კარგ საშუალებას იძლეოდა. დიდებულთა წვეულებებზე არისტოკრატიული წრის წარმომადგენლები ნდებოდნენ მდიდრული აბრეშუმისა და ხაყრდის ქსოვილებისაგან შეკერილი ტანსაცმლით, ძვირფასი სამკაულებით, ოქროსა და ვერცხლში ჩასმულ ბრილიანტებით რაც განუმეორებელ შთაბეჭდილებას ახდენდა დამსწრეებზე. ეს კი ქმნიდა იმის წინა პირობას, რომ ასეთი სილამაზის შესახებ ცოდნებოდა სხვისაც. ამის შესაძლებლობას კი იძლეოდა ვერბალური კომუნიკაციები. განსაკუთრებით დიდი პოპულარობით სარგებლობდა კომუნიკაციის უკიბრი ფორმა. ინფორმაციის გაერცვლების ასეთი საშუალება ხელს უწყობდა მიმბაძველობის სურვილით უყრო აქტიურად ჩაბმულიყო სასოვადობების დაბალი ფენა და ჩაცვათ ისეთი სტილის სამოსი, რომელსაც არისტოკრატები მიიწვედნენ თავის საკუთრებად.

უძველეს დროში ვერბალური ურთიერთობები იყო ადამიანთა დარწმუნების საუკეთესო საშუალება. ადამიანები ამ ურთიერთობებით ხედებოდნენ რა უნდა ჩაცვათ და რა არ იყო მათი ყოველდღიური ცხოვრებისათვის მისაღები. კრეატიულობა მოდის სამყაროში ყოველთვის არსებობდა, რომლის სწრაფად

გაერცვლებას ხელს უწყობდა სუპირი და სიტუციური კავშირები, რაც შედეგად გვაძლევდა მიმბაძველობის ეფექტს. ადამიანებმა დაიწყეს იერარქიულ საფეხურებზე მადლა სვლა, რომელიც კარგად ჩამოაყალიბდა ცნობილმა ფსიქოლოგმა ა. მასლიუმ. ამ საფეხურების აგების არსი მდგომარეობს იმაში, რომ მადლად საფეხურზე ასვლა შესაძლებელია მხოლოდ მაშინ, როცა ხდება სურვილების დაკმაყოფილება უფრო დაბალ საფეხურზე [2]. ადამიანთა ფიზიოლოგიურ მოთხოვნებს ნაცნაცვლა ეკოსისტენციალური და ცნობადობის მოთხოვნები, ამან გამოიწვია მოდის მიმართულებაში დაინტერესებულ პირთა გააქტიურება, რამაც მიგვიყვანა ლოგიკურ შედეგამდე.

ფრანგი მბრძანებელი, ლუდოვიკო XIV, ნაპოლეონ დიდი, ნაპოლეონ III, დიდ ეურადლებას უთმობდნენ მოდას. მისი განვითარებისათვის ხელსაყრელი აღმოჩნდა დედაქალაქის ადგილმდებარეობა, რომელიც ხელს უწყობდა საფეხირო წარმოების უძველესი ტრადიციების შენარჩუნებასა და პარიზული თერძებისა და მკერავების საქმიანობის გაფართოებას. ამგვარად პარიზი გახდა მსოფლიო მოდის მბრძანებელი. მისი ექცენტრული იდეები მთელს მსოფლიოში ვრცელდებოდა [3].

XVII საუკუნის მეორე ნახევარში, ლუდოვიკო XIV-ის მეფობის პერიოდში, საფრანგეთის სამეფო კარზე წარმოიშვა ახალი კოსტუმი მანეერისმიის ძველ კონსტრუქციასე დაერდნობით. მკაცრი ესპანური კაბა გეომეტრიული ფორმებით შეიცვალა სხვადასხვა ტონებით და საღებავებით. ამ პერიოდისათვის ფრანგულმა გემოვნებამ და მდამ დაიკრო მთელი ევროპა, რაც გავრცელდა მთელი ასწლეულების მანძილზე. ლუდოვიკო XIV-ის დროს იყენებდნენ სხვადასხვა მორთულობებს, თასმებს, ლენტებს, ნაქარგებს.

XVIII საუკუნის ბოლოს ელევანტური საფრანგეთი ცდილობს დაიმკიდროს თავისი დამოუკიდებელი სტილი. გამოჩნდა ახალი ტიპის სამოსი, მანტო, თავისუფალი ლაბადა ნაკეცების გარეშე და კონტუში. მოკლე სამეფო პანტალონის ნაცვლად შემოდის შალის განიერი და გრძელი შარველები (mate lots).

მამაკაცის კოსტუმისათვის შავ ფერთან ერთად პოპულარული გახდა ყაეისფერი, ლურჯი, მწვანე და ნაცრისფერი. მამაკაცის ჯიბის საათი ჯაჭვით. იქმნება ტიპი, მოკრძალებული, მაგრამ იდეალურად ნაცმული მამაკაცის-დენდის, რომლის შესანიშნავი მაგალითია ჯორდუ ბრაიან ბრუმელი, რომელიც ითვლება დენდისის ყუქმდებლად მთელს ევროპაში.

ქალის კაბამ უფრო მეტი ცვლილებები განიცადა ვიდრე მამაკაცის კოსტუმმა. მიუღიანად შეიცვალა სილუეტური ხასიები. ლიფი ტანზე მომდგარია, ქვედაბლო შედარებით მოკლდება, წელის სწორხაზოვნება უშვება ქვეშით, წელის გამოსაკეთად საჭირო ხდება კორსეტი, იმისათვის რომ შექმნას წერილი წელის ობტიკური სურათი.

ახალი სილუეტი ქალის გარდურობიდან გამორიცხავს პალტოს ზამთრის პერიოდში, რომელსაც ცვლის პალტოსმაგვარი სქელი შალის ნატრისაგან შეკერილი საზამთრო კაბები დეკოლტეს გარეშე.

XIX საუკუნეში ბატონობს ორი ურთიერთსაწინააღმდეგო მიმართულება: ერთი ემორჩილება სპორტს, მეორე კი მოდურ საღონებს.

პირველმა მსოფლიო ომმა შემდგომი ცხოვრება მთლიანად შეცვალა. შეიცვალა ქალის სილუეტი ქვედაბლოს და ქალის თმის სიგრძის დამოქლების გამო. ახალი მოდა მთლიანად დაფუძნდა გეომეტრიულ ხასიებზე. 30-იან წლებში კვლავ დაიწყო კაბის დაგრძელება, კუთხოვანი მხრები ისევე დამრგვალდა, გეომეტრიული ხასიები შემსუბუქდა, ტანსაცმელში მეტად იგრძნობოდა წინა წლების გამოძახილი.

XX საუკუნემ ქალს საზოგადოებრივ შრომით საქმიანობაში ჩართვის საშუალება მისცა, ამ ფაქტორმა დადებითი გავლენა იქონია მოდის განვითარებაზე. ემანსიპაციამ მოდელიორებსაც იგივე შთააგონა. მომუშავე ქალების ყოველდღიურ ტარსაცმელს ჩამოშორდა ზედმეტი და მოუხერხებელი მდიდრული ატრიბუტები. ქალთა მოდამ მამაკაცთა მოდის დამახასიათებელი განსაკუთრებულობანი შეიძინა. ქალთა ბოლოკაბების მუხლებამდე დამოკლებამ, კორსეტებზე უარის თქმამ და მოკლედ შეკრეჭილმა თმამ სათავე დაუდო ახლებურ დამოკიდებულებას ტანსაცმლის ფორმებთან. გამოიკვეთა ორი კატეგორია: ყოველდღიური ანუ სამუშაო, საეკირაო ანუ სადღესასწაულო.

მოდის მკვეთრი შემობრუნება 1947 წელს მოახდინა კრისტიან დიორმა, რომელმაც წარმოადგინა ქალის კაბის საინტერესო მოდელები. 1948 წელს მთელმა ევროპამ და ამერიკამ სცნო დიორის სტილი, რომელმაც „new look“-ის სახელწოდება მიიღო. ახალი რომანტიკული ხასი კრინოლინის ახალი ვარიანტებით, წერილი წელით და ტანსუ მომდგარი ლიფით ფაქტიურად იყო კრინოლინის გამეორება [4]. ომის შემდგომ წლებში (1945) ევროპაში უფრო მეტად იგრძნობოდა ამერიკული ცხოვრების სტილის გავლენა, რამაც ტანსაცმელში უფრო თავისუფალი სტილი წარმოშვა. ქალის სამოსში გაჩნდა შარვალი, რომელმაც უცვლელი ადგილი დაიკავა ქალის ჩაცმულობაში. მოდის განვითარებაში კოსმოსის დაპყრობამაც დიდი როლი ითამაშა. მნიშვნელოვანი გახდა ბრჭყეილა ქსოვილების გამოყენება.

XX საუკუნის 70-იან წლებში მოდაში შემოდის იაპონური სტილი. 1979-80 წლის პერიოდისათვის მოდელიორებმა უურადლება მიაქციეს 40-50-იანი წლების მოდასაც. გამოიკვეთა სწორი მხრები, პატარა საყელო, ნაკეცები, პატარა ქუდები, მოდაშია სამხრეები, რომლის საშუალებით იქმნება მდიდრული სილუეტი. XX საუკუნეში მოდამ დაიწყო გასული საუკუნეების ელემენტების განმეორება გათანამედროვეებულ სტილში. ამჟამად მხატვრები და მოდელიორები თანამედროვე ტანსაცმლის სხვადასხვა გადაწყვეტას ეძებენ, ისეთს, რომელიც ესადაგება ჩვენი ცხოვრების მოთხოვნებს და თითოეულ ჩვენგანს ეხმარება იპოვოს საკუთარი სტილი. ამ კუთხით კი ვერბალური კომუნიკაციების წვლილი მნიშვნელოვანია, რადგან დაინტერესებულ ადამიანს შეუძლია სწრაფად აღიქვას ის სიახლეები, რომელიც მოდის სამყაროში მიმდინარეობს.

ლიტერატურა

1. Read H.A. Concise History of Modern Painting. London, 1961.
2. ე. ხახუტაშვილი, ლ. კაპანაძე. საზოგადოებასთან ურთიერთობა. თბილისი, 2007.
3. Boucher F. Histore du costume. Paris. 1965.
4. Szikiwska-Koztowaka A. Moda XX wieku. Warschawa. 1964.

Читиძე მ.З.

Влияние вербальной коммуникации на распространение моды

В современном цивилизованном мире большое значение имеет анализ факторов, оказывающих влияние на распространение и изменчивость моды. Надо заметить, что с давних времен развитие моды оказывало влияние на вербальную коммуникацию. Устная форма коммуникации как способ распространения информации способствовала распространению моды из одной страны в другую. Связь людей с использованием вербальной коммуникации делало эффективным идею подражаний.

Influence of verbal communications on fashion distribution

In the modern civilized world the great value has the analysis of the factors influencing distribution and variability of fashion. It is necessary to notice that for a long time fashion development influenced verbal communications. The oral form of communication as a way of distribution of information, promoted distribution of fashion from one country to another. Verbal communication of people had effective impact on imitations.

*გ.ჯანელიძე, ე. კუნელაშვილი, ნ. ესიავა, ა. ჯანელიძე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა და მანქანური დამუშავების თავისებურებების განსაზღვრა კრიმინალისტიკურ ექსპერტიზაში

ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციები მეცნიერულად დასაბუთებული სისტემაა, რომელიც ადამიანებს შორის ურთიერთობების და ქცევის თავისებურებებს გამოხატავს. ტიპოლოგია აქვლიბებს სისტემას, რომელიც განსაზღვრავს ქცევის მიხედვით ადამიანთა ტიპობრივ დაჯგუფებას. მათ კლასიფიკაციას. იგი მხოლოდ განსხვავებას იძლევა მათ შორის. ამასთან მიგეიითობებს, მიგეიანიშნებს ამა თუ იმ ფსიქიკური ტიპის დამახასიათებელ თავისებურებებს. ადამიანის ქცევის არაშემოსხვევით, ბუნებრივი ხასიათი მიგეიანიშნებს მის კლასიფიკაციის შესაძლებლობას. აღსანიშნავია ისიც რომ, თითოეული ინდივიდის ქცევა სხვადასხვა გარემოში განსხვავებულია, სიტუაციის მიხედვით განსაზღვრულია.

მიუხედავად იმისა, რომ ადამიანის სახე მისი ფსიქიკური მდგომარეობის ამსახველია, მრავალ შემთხვევაში იგი სხუელთან შედარებით ნაკლებად ინფორმაციულია. ეს იმითაა გამოწვეული, რომ ადამიანის მიმოკური გამომსახველობა ცნობიერ კონტროლს უფრო ექვემდებარება, ვიდრე სხუელის მოძრაობა.

ინფორმაციის აღქმის, გამოხატვისა და გადაცემის ფორმები სხვადასხვაა:

- ინფორმაციის აღქმის ფორმებია: ყის ეალური აღქმა, სმენით, შეხება შეგრძნებით, ყნოსვით, გემოთი და სხე.
- ინფორმაციის გადაცემის ძირითადი ფორმებია: ვერბალური და არაველბარული. როგორი მნიშვნელოვანიც არ უნდა იყოს ადამიანთა გრძნობები და ემოციები, მათ შორის ინფორმაცია მეტყველებით ანუ ვერბალური ფორმით გადაიცემა თუმცა ამ გზით, ხშირად, ინფორმაციის მთავარი ასრი იკარგება ან მახინვდება. ინფორმაციის გადაცემისათვის აუცილებელია იყვა, რომელიც ჯერ ასრად ჩამოყალიბდება, შემდეგ - გამოითქმება. სიტყვიერი ურთიერთობა გამუდმებით კორექტირდება.

“ყოკალური მიმიკა” ანუ ხმის ემოციური შეფერხლობა ადამიანის ემოციური მდგომარეობის შედარებით ფაქისი და მნიშვნელოვანი სიმპტომებია, ყოველი ინდივიდის ემოციური აღზნებადობა გამომსახველი მომენტების მოელი სპექტრით ინტონაციით, პაუსით, ხმის ტონალობის ცვლილებით და ა.შ. ყალიბდება. ამის გამო ადამიანის ხმა სხვადასხვა ელფურსა და შინარსს იძენს. ერთი და იგივე ხმა ადამიანებმა შეიძლება სხვადასხვა მნიშვნელობით აღიქვან.

ქვეყნის სტრუქტურის განსაზღვრისათვის მრავალი ფაქტორი და გარემოება უნდა იქნეს გათვლილი წინეგული. ადამიანის ხასიათის ჩამოყალიბება – სრულყოფაში გარემო პირობებს მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეაქვს, მიუხედავად ამისა მათემატიკური მოდელის გამოყენებით ზოგადად მაინც შეიძლება მისი გამოთვლა.

რთულია ადამიანის ურთიერთობა. ამ მიზნით პრაქტიკაში ადგილი აქვს როგორც ვერბალურ და არავერბალურ საშუალებების, ასევე მათ ერთობლივ გამოყენებასაც.

საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა – გამოძახებას რომელიმე მიმღები კი არ აღიქვამს, არამედ კონკრეტული ადამიანები. თუ გამოძახება კონკრეტული ინფორმაციაა, მაშინ ეს გამოძახება კონკრეტულ სიგნალად გარდაიქმნება და დაიყვანება კონკრეტულ ადამიანზე.

პასუხის ფორმირებაში არსებობს ინფორმაციის არანაკლებ მნიშვნელოვანი როლი აზრის, იდეის სწრაფი ათვისება, სწრაფი პასუხის გაცემა და სხვა. ინფორმაციის გადაძვეობა და მიმღები წყარო ქმნის შეტუბინებათა კომპლექსივს. კონტექსტი შეტუბინების დამოუკიდებელი ნაწილებია, რომლის ფარგლებშიც ყველაზე უფრო ზუსტად და კონკრეტულად ვლინდება მასში შემავალი (ვალკულის გამონათქვამის: სიტყვის, ფრაზის, ფრაგმენტის (სემანტიკა) და დანიშნულება (პრაგმატიკა). გამონათქვამმა კონტექსტის გარეშე შეიძლება მიიღოს უფრო სხვა მნიშვნელობა. ეს ყოველივე ნათლად ჩანს დოკუმენტებისა და ხელწერების კრიმინალისტიკური ექსპერტიზის ჩატარების შემთხვევაში, ასევე დაკითხვისა და კრიმინალისტიკური იდენტიფიკაციის (სიტყვიერი პორტრეტის) ჩატარებისას.

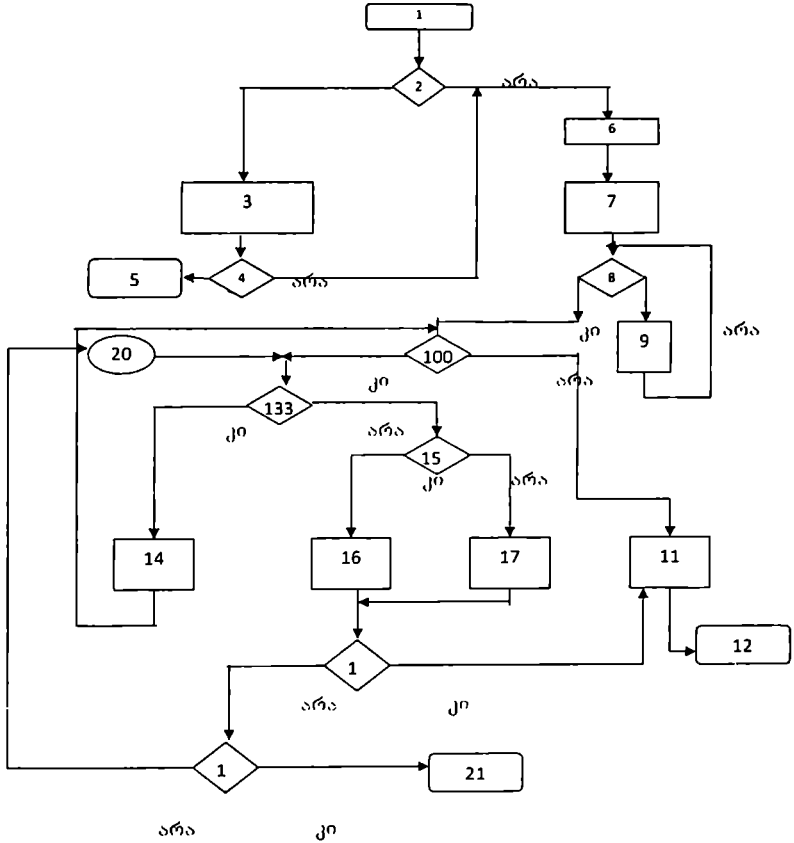
კრიმინალისტიკაში (დაკითხვის ოქმები) არცთუ იშვიათად, ჩაფიქრებული აზრის სხვისთვის გადაცემა ინვერსიული ანუ საპირისპირო ქვეყნით საკმაოდ ეფექტურად ხდება. იგი საშუალებას იძლევა უფრო ღრმად და დარწმუნებით მივიპრობო სხვისი უკრადლება. წარმოთქმულის ან მოქმედების ძირითადი აზრის ორნაი (კვლავლაც კი მის სიმწვავესა და უწყვეტობას უზრუნველყოფს. კრიმინალისტიკაში ხშირია შემთხვევა, როცა გამოძიებული იყენებს ინვერსიას, მინიშნებას. ამას იგი აკეთებს არა პირდაპირ, ღიად, არამედ ფარულად, თითქოს მყოფხარისხონად, ყურადღების გაუმახვილებლად. თუქცა შედეგი უფრო ეფექტურია, მისანმიმართული და შოამბუქდაიკა.

ლაპარაკი ინფორმაციის ღია ფორმით გადაცემის პროცესია. ინვერსიის გამოყენების დროს მხედველობაშია მისაღები კონკრეტული სიტუაციაც, აქტიურობის შედეგთანობა, განხორციელადობა და სხვ.

სიტყვიერი ურთიერთობა გამოუდებით კორექტირდება. ამასთან ვერბალური საშუალებების გამოყენებით ინფორმაციის არა მარტო გადაცემა, არამედ ურთიერთგაცემაც ანუ უკუაქმიროს დამყარებაც ხდება. დიალოგისათვის შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ინფორმაციული (ღია), სარკისებური და ესტაფეტური კითხვები.

ინფორმაციული ანუ ღია კითხვები განსხვავებული აზრის წარმოშობას უწყობს ხელს. ღია დიალოგის უწყვეტობის უზრუნველსაყოფად გამოიყენება სარკისებური კითხვები. ისინი საშუალებას იძლევა დაეუბრუნოთ თანამოსაუბრის მიერ ადრე წარმოთქმულ აზრს, განცდას ან მიზნს. ტექნიკურად, სარკისებური კითხვა მოსაუბრის მიერ უკვე თქმულის, ოღონდ განსხვავებული ინტონაციით, უმეტესად კითხვითი ფორმით განმეორებაა. ის თანამოსაუბრეს აიძულებს წარმოთქმულს სხვა მხრიდან შეხედოს.

სარკისებური კითხვა საშუალებას იძლევა საუბარში შევიტანოთ ახალი ელემენტები და დიალოგს ჭეშმარიტი აზრი მივცეთ. ესტაფეტური კითხვები მტვრილად რეპლიკის ფორმას იღებს და მოსაუბრეს მოცემულ საკითხზე მტვის ან სხვაგვარად თქმას აიძულებს.



დაკითხვის ძირითადი ტაქტიკური მეთოდის ალგორითმის ბლოკსქემა

რომში – პირობის მიხედვით ალგორითმის გაგრძელების მიმართულება;
 ოთკუთხედი – ოპერაციის, პირობების, განმარტებების შესრულება;
 ოთკუთხედი მომრგვალებული გვერდებით ალგორითმის დაწყება, დამთავრება ან შეწყვეტა.

დაკითხვის სტრუქტურული სქემა ითვალისწინებს დაკითხვას დინამიურ – დიალოგურ რეჟიმში – გადასვლას ერთი ბლოკიდან მეორე ბლოკზე

უკუკავშირების გამოყენებით. პირველი ბლოკის ალგორითმი, როგორც ეს მიღებულია რეალურ პრაქტიკაში, წარმოადგენს წინადადების წამოყენებას მოწოდებით: მოყვეს სიმართლე გარემოების ირგვლივ რის გამოც გამოძახებულია და იკითხება პიროვნება. შემდგომ სიტუაციის გათვალისწინებით გადაედივართ შემდგომ ალგორითმზე. მეორე ბლოკი წარმოადგენს ორ ალტერნატივას: იქნება თუ არა პირდაპირი ან ირიბი უარყოფა ჩვენების მიცემაში. მესამე ბლოკი აფორმირებს ჩვენების არმიცემის მოტივს და პასუხისმგებლობას. თუ უარყოფა არ ფორმირდება გადავდივართ მეექვსე ბლოკზე და გამოძიებულმა უნდა მოისმინოს და დააფიქსიროს აღიარება. აღიარების მიხედვით გამოძიებელი სვამს კითხვებს და აანალიზებს არის თუ არა მონაცოდში კომფლიქტური სიტუაცია, არის თუ არა საკმარისი მტკიცებულება, საჭიროა თუ არა ემოციური დატვირთვა და სხვა. აუდიო, ვიდეო ჩანაწერების ანალიზს წარმოებს დამუშავებული მეთოდოლოგიის საფუძველზე. მეთოდოლოგია ითვალისწინებს ხმის ინტონაციის ანალიზს, ხმის ტემბრის ცვლილების ანალიზს, შეკითხვის დროს შეკრთობის, მიმიკის შეცვლისა და სხვა გამოხატული ქმედებების ანალიზს.

დიალოგის დროს მუდამდებელი გამოყენებული წინადადებების აზრი, აზრი ობიექტის ბუნების შესახებ, ხოლო მსჯელობით ვაღწევთ ჭეშმარიტების დადგენას. ასევე მსჯელობაში ყალიბდება გზა, რომელსაც მიუყავართ ჭეშმარიტებადღე ჭეშმარიტება და სხვადასხვა გამოხატება სიტყვებით, რომელიც კომპიუტერში აღიქმება სიტყვების სახით. ცნობილია, რომ ინფორმაციის დამუშავების პროცესში სიტყვები ცირკულირდებიან კომპიუტერში, წარმოგვიდგებიან "0" და "1" სახით და მათ ენიჭებათ ლოგიკური მნიშვნელობა. (ეს ან არა)

შესაძლებელია მოსაუბრის მსჯელობას მიუყვეთ ასროვნებით და ერთდროულად ჩამოგვიტარებდეს სვენი კერძო შეხედულება. ასროვნებით მიუყვეთ იმ ვერსიის განვითარებასაც, რომელსაც არ წარმოეთქვამთ, მაგრამ სურთ თქოთონ აღიქვამთ. დადავლის დროს ხშირად უდავლი მნიშვნელობა ენიჭება ისეთ "კომიშენელო" ნიუანსებს როგორცაა: ინტონაცია, გამოხედვა, ექსტი შეკრთობა და ა.შ. ადამიანის ხელებიც მისი "მეორე ენაა", თანაც იურსახესთან შედარებით ისინი ცნობიერ ცონტროლს უფრო ნაკლებად ექვემდებარება.

ადამიანის პოტენციალის მართვის მექანიზმის (ფსიქიკა) ერთერთი გამოყენებაა ემოციურობა. ჰარბ ემოციათა გამოხატვის ორი ფორმა არსებობს: ხილული და შენიღბული. დადებითი და უარყოფითი ემოცია განსხვავებულად აღიქმება. ადამიანის არაეგზალური ქვევა მის ფსიქიკურ მდგომარეობასთანაა დაკავშირებული. ამ გზით აიხსნება პიროვნების შინაგანი საშეკრა, მისი ინფორმალურ ფსიქოლოგიური თვისება. ადამიანს არ შეუძლია გააკეთოს ის, რასაც ვერ გრძნობს.

შეცვლილი ვითარებიდან გამოშინარე (დაკითხვის ოქმის შედგენა) ადამიანი ახალ ვერბალურ ქვევას ზაცილებით სწრაფად ითვისებს, სხვაგვარად მეტყველებს, "სხეულის ენა" კი ნაკლებად პლასტიკურია.

იმ შემთხვევაში თუ ინფორმაციის ვერბალურ და არაველბარულ წყაროს შორის წინააღმდეგობა წარმოიშობა, ე.ი. ადამიანი ერთს ამბობს, ხოლო მის სახეზე მეორე იკითხება, მაშინ არავერბალური ინფორმაცია იმსახურებს მეტ ნდობას.

მეცნიერების გამოყენებით მიხნეულია, რომ ვერბალური საშუალებებით ინფორმაციის 7% გადაიცემა: ბგერებით (ხმის ტონი, ინტონაცია) - 38 %; ხოლო მიმიკით, ექსტებით და პოზით 55 %. ინფორმაციის მიღებისა და

ანალიზის ძირითად ორგანოს თვალი წარმოადგენს. მისი აღქმის სისწრაფეს 10 მბ/წმ მიღწევა შეუძლია. ბევრით ინფორმაციის მიღება რამდენიმე ასეულჯერ ნაკლები სისწრაფით ხდება: დადგენილია, რომ ადამიანი გარე სამყაროზე ინფორმაციის 90% მსყვევლობის მეშვეობით იღებს და მხოლოდ 5% სმენით. ყნოსვა, გემო და შეხება აზუსტებს დანახულსა და გაგონილს. რაც შეეხება ინფორმაციის ტექსტით და მეტყველებით გაცემის სისწრაფეს, იგი გაცილებით დაბალია და არ აღემატება 100 ბაიტ/წმ. აღსანიშნავია ისიც, რომ სიტყვიერი არხით მხოლოდ ინფორმაცია გადაიცემა, ხოლო არაევერბალური საშუალებებით სხვა პირებთან დამოკიდებულებაც აისახება. ამიტომ არაევერბალური ინფორმაცია უფრო სარწმუნოა. ამ ფორმით გამოსატვა და ქცევის თავისებურებანი კრიმინალისტიკაში წარმოადგენენ ე.წ. “სიცრუის დეტექტორს”

ლიტერატურა

1. Н.С. Полевой «Криминалистическая Кибернетика», Москва 1989г
2. ა. ფაღლიაშვილი, რ. გოგუელიძე დას ხე. “კრიმინალისტიკა” 2000წ
3. ა. ჯანელიძე, ნ. ესიავა და სხვ. “დიალოგისა და მსჯელობის მანქანური რეალიზება კრიმინალისტიკურ ინფორმაციკაში” მთაბის დამატება N-9 2007წ
4. გ. ნოგოვაძე. “ინფორმაცია” თბილისი 2004 წ

Г. Джanelidze, Е. Kunelashvili, N. Esiava, А. Джanelidze

Информационная инфраструктура и определение в криминалистической экспертизе особенностей машинной обработки

Статья касается проблемы конструирования эффективного коммуникационного процесса. Истина и фальш выражаются словами, которые в машине воспроизводятся в виде сигналов. В криминалистике алгоритм «допроса», который основан на сущности диалога и рассуждения, строится в зависимости от складывающейся ситуации, в частности, достижения или недостижения цели, предусмотренной предыдущим блоком алгоритма

G. Janelidze, E. Kunelashvili, N. Esiava, A. Janelidze

Informational Infrastructure and Definition in Criminalistic Examination of Machine-made Characteristics

The article deals with the problem of constructing effective communication process. The true and error is put by words which in the machine generates in the form of signals. The algorithm of “interrogation” which is based on essence of dialogue and reasoning is under construction depending on a developing situation, in particular achievements or not achievement of the purpose stipulated by the previous block of algorithm.

შუბალური ენები და ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები/
Иностранные языки и вербальные коммуникативные технологии/
Foreign Languages and Verbal Communicative Techniques

Марине Ароშიძე
Государственный университет Шота Руставели
Индира Дзаганია
Сухумский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ МУЛЬТИКУЛЬТУРИЗМА В ГРУЗИИ XXI ВЕКА

Ключевые слова: межкультурный диалог, новая социально-культурная среда, межкультурная (социальная компетенция), мультикультуризм/мультилингвизм.

XXI век убедительно продемонстрировал, что языковое образование стало важнейшим инструментом успешной жизнедеятельности человека в поликультурном сообществе людей. Во всем мире, и прежде всего в многоязычной Европе, интенсивно протекает процесс мультикультуризации. Мультилингвизм уже стал повседневной реальностью, но он существенно дифференцирован особенностями национальных социокультурных систем, их восприимчивостью, государственной политикой национального культурного развития.

В современной Грузии мультилингвизм, пришедший на смену билингвизма, развивается своеобразно в силу целого ряда условий. Еще совсем недавно во всех республиках Советского Союза роль иностранного языка успешно выполнял русский язык: это был язык науки, искусства, межкультурного диалога, язык политического и экономического сотрудничества. Билингвизм был нормой жизни для всех национальных республик, причем в свое время он прошел несколько этапов в своем развитии: от насильственного насаждения русского языка в царской империи до массового владения русским языком, приобретшим в Советском Союзе статус «второго родного языка». Так называемый «второй родной язык» противопоставлялся иностранным языкам, к которым традиционно относили английский, немецкий, французский, наличием языковой среды. Коммуникативные навыки владения русской речью приобретались в общественном транспорте, на почте, в магазине, во дворе и пр., приобретали шлифовку в средней и высшей школе, закреплялись мощным потоком информации на русском языке (пресса, радио, телевидение), углублялись и совершенствовались в процессе знакомства с русской историей и культурой, поддерживались относительной обособленностью советского общества от инокультурного мира и относительно свободным перемещением граждан в пределах страны.

Родители современной грузинской молодежи не просто изучали русский язык, они жили в русскоязычной среде, общались с русскоязычным населением, знакомились с окружающим миром через призму русскоязычной языковой личности, изучали русскую культуру, проходили процесс социализации путем усвоения ее ценностей.

Изменение социальной структуры общества приводит к изменениям личности языковой, лишает ее привычного средства самореализации и самопонимания. В

рамках антропоцентрической парадигмы центральными языковедческими проблемами стали «человек в языке и язык в человеке», осмысление феномена *homo loquens* – «человека говорящего». В современных условиях всеобщей глобализации и интеграции (сегодня в Европейском Союзе двадцать три официальных языка) студенты и молодые специалисты все чаще оказываются в инокультурной среде, когда владение несколькими иностранными языками становится необходимым условием их конкурентоспособности. Языковая, а точнее, коммуникативная компетентность (помимо компетентности профессиональной) - одно из главнейших условий успешного трудоустройства и карьеры. Современные грузинские школьники и студенты получают образование в условиях настоящего «лингвистического бума»: резко увеличилось количество иностранных языков, привычное «трио» обогатилось турецким, испанским и др. языками. Изменилась также языковая ситуация – это прежде всего сокращение русскоязычного населения, почти полное отсутствие языковой практики (кроме учебной деятельности в школе и вузе). Общение на русском языке, ранее охватывающее все стороны общественно-политической и культурной жизни, сосредоточилось в основном в сфере профессиональной. Круг людей, для которых доступны телевизионные передачи на русском языке и Интернет, довольно ограничен, к этому необходимо добавить, что язык средств массовой информации демонстрирует размытие и расшатывание литературных норм на всех уровнях языка, засилье заимствованной и нецензурной лексики. Не удивительно, что у грузинских студентов мотивация изучения русского языка, безусловно, очень низкая. Тогда как у турецких студентов она столь высока, что они занимаются очень интенсивно и, как правило, плодотворно, что не удивительно, ибо знание русского языка помогает им получить высокооплачиваемую работу. Для грузинских же студентов знание русского языка помогает в получении профессиональной компетенции и улучшает лишь довольно-таки отдаленную перспективу, не удивительно, что все внимание они переключают на изучение английского языка, чтобы использовать возможности многочисленных фондов и студенческих программ по изучению иностранных языков за рубежом.

Языковая личность в современной Грузии формируется на всех образовательных ступенях: сначала в дошкольных учреждениях, о чем свидетельствует большое количество детских садиков, специальных студий, обучающих малышей иностранным языкам, в первую очередь английскому; затем в средних общеобразовательных школах, в которых почти повсеместно английский выступает как первый иностранный язык в сочетании со вторым иностранным языком, роль которого выполняет немецкий, русский, французский и даже турецкий языки; и, наконец, в высших учебных заведениях, где опять-таки приоритет прочно удерживает английский язык. Современный участник межкультурного диалога в Грузии – это языковая личность, владеющая как минимум тремя языками. Чаще всего это родной язык, английский и второй иностранный, в роли которого выступают разные языки. Пока еще в массе жители владеют разговорным русским языком, хотя русский язык перестал быть обязательным предметом в средней и высшей школе, а в случае выбора иностранного языка обычно уступает английскому языку. Знание русских культурных реалий, владение определенным объемом русских страноведческих фоновых знаний и пр. сохраняет статус русского языка как второго иностранного в средней школе. В высшей школе выбор второго иностранного языка шире, чем в средней, часто студенты выбирают немецкий язык, иногда конкуренцию русскому языку как второму иностранному оказывает французский язык. А в некоторых регионах Грузии, например,

в Аджарии, благодаря новой социо-культурной среде, благодаря все усиливающимся политическим и экономическим связям с Турцией, роль второго иностранного языка с успехом выполняет турецкий язык, тем более, что этот язык усиленно пропагандируется и организованы систематические бесплатные курсы по изучению турецкого языка.

С учетом тех изменений, которые произошли в нашем обществе за последние десятилетия, можно выделить следующие группы грузин-мультилингвов:

а) родной язык – грузинский, I иностранный – английский, II иностранный – русский;

б) родной язык – грузинский, I иностранный – немецкий, II иностранный – русский;

в) родной язык – грузинский, I иностранный – английский, II иностранный – немецкий, III иностранный – русский;

г) родной язык – грузинский, I иностранный – английский, II иностранный – турецкий;

д) родной язык – грузинский, I иностранный – английский, II иностранный – турецкий, III иностранный – русский;

е) родной язык – грузинский, I иностранный – русский.

Самой многочисленной является первая группа грузин-мультилингвов, самой малочисленной – последняя, основной ареал распространения этого типа – высокогорные села, куда «еще не ступала нога» учителя английского языка и пока еще сохраняется «старая гвардия» учителей русского языка.

На уровне высшей школы обучение иностранному языку как средству общения между специалистами разных стран в настоящее время не является чисто прикладной и узкоспециальной задачей. Вузовский специалист – это широко образованный человек, имеющий фундаментальную подготовку. Соответственно, иностранный язык специалиста такого рода – и орудие производства, и часть культуры, и средство гуманитаризации образования. Все это предполагает фундаментальную и разностороннюю подготовку по языку. Поэтому мультилингвизм, по нашему глубокому убеждению, должен базироваться на мультикультуризме.

«Языковая карта» современной Грузии и «лингвистические иерархии» нуждаются в пристальном изучении, связанном с теоретическим исследованием таких вопросов, как языковое планирование, языковая политика. Ведь ошибки, допускаемые в социо-коммуникативном отношении, могут быть катастрофическими как для политического диалога, так и для экономического сотрудничества. Сам термин «диалог» весьма условен, ибо современное сотрудничество скорее представляет собой «полилог». Поэтому надо стремиться к новому, не теряя старого. Приоритетное изучение английского языка должно сочетаться с сохранением русской коммуникативной компетенции, ибо русский язык не только один из распространенных международных языков, но и важнейший язык межкультурного общения на огромной территории постсоветского пространства.

В настоящее время Грузия переживает самый сложный в языковом отношении период, когда повсеместно взят курс на интенсивное изучение английского языка, но мультилингвизм еще не перерос в мультикультуризм. Русские культурно-исторические реалии и советизмы уже агоничны для подрастающего поколения, а реалии англо-американской культуры еще далеко не привычны. Необходима продуманная языковая политика и интенсивные исследования процесса социализации мультикультурных языковых личностей.

*მ. არიშიძე
ბათუმის შოთა რუსთაველის უნივერსიტეტი
ი. ბაგანია
სოხუმის უნივერსიტეტი*

XX საუკუნის საქართველოს მულტიკულტურურობის თავისებურებანი

განხილულია ქართული მულტიკულტურურობის სიერცის სპეციფიკა, დაახლოებულია მისი სოციალურ-კულტურული თავისებურებები.

*Проф. Абасзиде Э.Д.
Азгоспедуниверситет*

Особенности творческих пересказов в начальных классах

Пересказ - наиболее распространённый и эффективный вид работы по развитию устной речи. Ему детей обучают, начиная с первого класса. Правильная постановка этого вида рассказывания развивает сознательность чтения, обогащает речь учащихся, упражняет их память и внимание.

Вместе с развитием речи учитель развивает и мышление учащихся. Как известно, К.Д.Ушинский говорил, что «развивать в детях дар слова – значит почти то же самое, что развить в них логичность мышления», предупреждая при этом, что «...развивать речь отдельно от мысли невозможно...»

Пересказ побуждает учащихся к многократному прочтению одного и того же текста, заставляет задуматься в содержание прочитанного, размышлять над ним, делать всякого рода сопоставления и сравнения.

Подготовка к пересказу и сам пересказ прочитанного содействует лучшему запоминанию школьниками содержания текста, его образов, сюжета и композиции. Пересказы активизируют не только логическое, но и художественное, образное мышление. Они ставят ученика в ситуацию, когда ему нужно ярко и живо представить себе каждый художественный образ в отдельности и всю нарисованную писателем картину в целом.

Чтение с установкой на пересказ требует от учащихся внимательного отношения к языку произведения, к его изобразительности – выразительным средствам, к лексике и фразеологии. Всё это позволяет школьнику осознанно отобрать из текста и ввести в свой пересказ такие словесные средства, которые с наибольшей полнотой и точностью передадут содержание произведения и одновременно помогут выразить к нему своё отношение.

Пересказы чрезвычайно важны для обогащения языка младших школьников, для выработки выразительности речи и навыков связной речи, причём не только устной, но и письменной.

Пересказы учат школьника рассказыванию, формируют в нём качества интересного собеседника, умелого рассказчика, человека, способного быстро и правильно сформулировать и высказать свою мысль в публичном выступлении.

Пересказу нужно систематически обучать. Ведь конечная цель пересказа состоит в том, чтобы человек стройно и выразительно смог передать прочитанное.

В начальных классах применяются следующие виды пересказа: подробный, сжатый, выборочный.

Подробный пересказ используется в школе чаще других не только потому, что он проще и легче, но и потому, что служит средством закрепления в детской памяти содержания прочитанного во всех его деталях. Однако пересказ это не простое воспроизведение прочитанного. В пересказ следует ввести элементы творчества.

Итак, устные пересказы прочитанного имеют большое воспитательное значение. Они способствуют усвоению учащимися содержания изучаемых текстов, усиливают эстетическое воздействие прочитанного на детей, развивают память, образное и логическое мышление, связную речь и общую речевую культуру младших школьников.

При обучении основным видам пересказов возникают нелёгкие методические задачи: 1) добиться, чтобы за каждым словом текста стояло конкретное и понятное для школьников представление или понятие о процессе, явлении или предмете; 2) надо ослабить «тормозящее» действие классной обстановки на ученика, чтобы в свой пересказ он смог принести многое из того, что присуще его «внеаудиторным» пересказам; добиться, чтобы ученик свой рассказ обращал прежде всего к слушателям – своим товарищам; своевременно приложить усилия, чтобы ученик сознательно придавал своему рассказу логическую стройность, обогащая его живыми и естественными интонациями, словами и выражениями.

Эти задачи в значительной мере разрешаются при следующих обстоятельствах:

- 1) максимально мобилизуются жизненные впечатления и представления детей, связанные с содержанием читаемого текста, они уточняются и обогащаются также за счёт привлечения наглядности;
- 2) при разборе прочитанного текста внимание приковывается к изобразительно – выразительным языковым средствам; пересказы предваряют разнообразные устные и письменные стилистические упражнения /в 3 – 4 классах/, например, предлагается в тексте найти обозначающие действия, название или признаки какого – либо предмета и воспроизвести их;
- 3) ученики ориентируются на то, чтобы в их пересказах были всемерно использованы приобретённые ими навыки выразительного чтения /делались логические ударения; правильно подбирались нужные интонации, использовались паузы разных типов и т. д./;
- 4) детей нужно заинтересовать предстоящим пересказом и сделать его целенаправленным; для этого, например, перед учеником ставится конкретная установка: «Пересказывай так, как будто ты рассказываешь маме: её нужно заинтересовать рассказом, она должна понять всё, о чём ты рассказываешь.»

С этой целью для пересказа ученику, а также всем остальным предлагается нарисовать в воображении конкретную ситуацию и представить себя её участником. Теперь рассказчику предстоит, считаясь с особенностями данной ситуации, вести рассказ о пережитом или о том, что будто бы только одному ему известно во всех подробностях.

Все виды пересказов /подробный, сжатый, выборочный/ могут предполагать решение дополнительной творческой задачи.

Не всегда однозначно решается вопрос об изложении с заменой формы лица. Задание: заменить при пересказе форму 1 лица 3 – им выполняется уже в начальной школе и, как правило, не предполагает изменения содержания. Такие пересказы многие методисты не относят к изложениям с творческим заданием. Однако следует иметь в виду те случаи, когда замена лица вызовет определённое переосмысление авторской позиции.

По тематике материал для пересказа отбирается разнообразный, имеющий воспитательную и образовательную ценность. На каждом году обучения привлекаются тексты на темы, воспитывающие моральные качества школьников, на темы, распределяющие познавательный опыт ученика, его умственный кругозор, рассказы о жизни людей, природы. Содержание текста должно быть понятно и интересно для детей. Не предлагается учащимся текст для пересказа, в котором много новых, непонятных для них слов.

Поскольку тексты для пересказа служат образцом для подражания, он должен отличаться высокими качествами языка. Словарь текста и строение предложений должны быть доступными для учащихся. В частности для учащихся начальной школы трудны тексты с наличием причастных и деепричастных оборотов.

В 1 – 2 классах часто приходится пользоваться не подлинниками, а сокращёнными и упрощёнными текстами.

В 3 - 4 классах устные пересказы формируют следующие умения:

1. Умение осмысливать коммуникативную /речевую/ задачу автора текста.
2. Умение определить и раскрывать тему и основную мысль текста /типы текстов: повествование рассказ о каком – то случае, описания предмета, животного, элементарное дедуктивное рассуждение/.
3. Умение составлять простой план повествовательного текста.
4. Умение предсказывать содержание повествовательного текста сжато, с изменением лица и т.д.
5. Умение подробно пересказывать текст с элементами описания.
6. Умение избегать повторения одних и тех же слов, использовать лексические синонимы исходного текста.

Следует учитывать, что каждое умение, над которым учителя работают, имеет сложную структуру и складывается из более частных умений. Чтобы, например, сжато передать содержание текста нужно выделять главное, существенное, составить соответствующий план, уметь /разными способами/ сжимать текст и т.д.

От класса к классу задания усложняются. От элементарного ответа на вопрос к тексту – к развёрнутому рассуждению по поводу затронутой автором проблемы: от введения в текст незначительного по объёму /2 – 3 предложения/ описания животного – к развёрнутому описанию внешности человека с элементами характеристики и т.д.

Рассуждение – это особый жанр связной речи, это выражение развёрнутой мысли, в которой присутствует не только оценка, но и доказательство, на основе которого даётся оценка. На уроках чтения учащиеся 3 – 4 классов также высказывают суждение по поводу прочитанного события или поступка персонажа. Здесь основное внимание сосредотачивается главным образом на том, чтобы дети устно дали верную оценку поведению героя.

Таким образом, если задача пересказов /подробного, сжатого, выборочного/ передать «чужой» текст как определённое смысловое и структурное целое, то цель дополнительных творческих заданий – максимально приблизить учащихся к решению задач, связанных с самостоятельным составлением текста. Это может быть создание и введение в исходный вариант нового текста /типа повествования, описания, рассуждения/, изменения лица рассказчика, изменение структуры текста, постановка материала /применительно к подробному пересказу/.

Научить различным видам пересказа можно только при систематической, целенаправленной работе.

გ. აბასზაძე
აზერბაიჯანის სახელმწიფო პედაგოგიური უნივერსიტეტი
წაკითხვის შინაარსის შემოქმედებითი თავისებურებანი დაწყებით
კლასებში

განიხილულია უცხო ტექსტის წაკითხვის შემდგომი შინაარსის რეპრეზენტაციის თავისებურებები დაწყებით კლასებში.

I. Bagrationi
Shota Rustaveli State University

The Issue of Student Distance Communication and Collaboration (For English Teaching)

Key Words: International Group Discussion, Interclass Projects, foreign language (English) learning technology, English learners, international communication.

Foreign Languages in the Intercultural Communications at the Beginning of the XXI Century

As we know, *computer-assisted language learning* was a relatively specialized field in the 1970s and 1980s, attracting the attention of a small number of educators with a particular interest in computers. In the 1990s, though, with the popularization of the internet, the use of computers in language teaching expanded by leaps and bounds. For the first time, *learners of the English language* could practice the language 24 hours a day with native speakers or other *learners around the world*.

It is not difficult to see, that today, the significance of *computer-mediated communication* in society and the classroom is even greater. It is known, that some 3.4 trillion e-mail messages were sent in the United States alone in 1998, or more than 10,000 for every man, woman and child in the country. E-mail is also becoming a major form of *business communication*. In fact, in one survey of U. S. business managers, e-mail actually ranked higher than *telephone communication* or even *face-to-face communication* as a frequent means of workplace interaction. With e-mail becoming a principal form of communication for business, academic and civic affairs, *learning how to communicate and collaborate* well in this medium must become a goal in its own right.

In this paper we introduce a wide range of ways to use e-mail and computer-mediated communication in the classroom and the *Internet for communication and for collaborative projects* with students across classes *in different parts of the world*. We discuss the use of on-line communication in long-distance interaction – between students and miscellaneous *international contacts*, and among two or more classes organized in formal partnerships.

There are several important *technologies in the long-distance communication*, which are important for successful development of *foreign language (English) education*.

It is known, that *keyboard pen pals, or keypals*, correspond with each other via e-mail. Keypal exchanges can provide motivational benefits for beginning- and intermediate-level learners, who get satisfaction from *using their new language in authentic communication*. Learners at all levels can benefit from keypal exchanges if these exchanges have enough structure to keep the students interested and active. However, keypal

exchanges designed without a specific purpose or task may lose their appeal and benefits over time.

Keypals can be found in partner classes or on Web sites where individuals sign up for partners. We and our students should decide whether we prefer other *English learners* or native speakers as keypals. Here it needs to be noticed, that in organizing keypal exchanges, keep in mind that not all keypals are equally responsive. It can be quite disappointing when a few students in a class have not received replies from their keypals. As *T. Robb* points out, "students should thus correspond with more than *one keypal to increase the chance that communication will be ongoing*" (Robb, 1996:214). Another way to compensate for individual dropout is to have *people communicate* in small groups rather than one-to-one.

It is interesting for us, that *expert interviews* are similar to keypal exchanges, but they take place between *learners of English* and people who are chosen for their degree of expertise. They may be informants on *cultural issues* (e. g., native speakers of English or residents of a particular country, region, or state under examination) or experts in a topical area (e. g., related to science, literature, or business). Experts can be located by us or, in high-intermediate or advanced classes, by the students. We can supply the topics for the interviews, or the students can develop them. Interviews and discussion can be held on an ongoing basis or during a single on-line appearance via a Web board or a chat room.

For example, a teacher of high school students in Paris who are interested in space shuttles could invite a scientist at the National Air and Space Museum in Washington, to meet them in a chat room for a question-and-answer session. A teacher of elementary school students in Minneapolis who want to learn about minority groups in their community could ask a local government official to respond to students' questions on an electronic bulletin board. Students in Tokyo, Japan, who are studying about Australia might want to carry out a series of interviews which students in Sydney, Australia. If possible, we can structure such contacts into a larger set of activities that includes preliminary instruction in the types of language functions the students will need to conduct the interviews and postinterview assignments in which students actively use the information gathered.

Another way to provide more structure in e-mail writing is through the planning and implementation of surveys. As *J. Ady* mentions, "we or our students can locate *informants in different parts of the world* through keypal sources, through chat rooms and discussion forms on the World Wide Web, or through our own contacts. Students can then work in groups to design surveys to conduct via e-mail. After conducting the surveys, the students tabulate the results and present them to their classmates in written or oral presentations" (Ady, 1995:58).

We may want our students to have the chance to participate in group discussions with other English learners from around the world. Some students will likely become addicted to these or other *international discussion* sites and spend a great deal of *time communicating* there. Others will become bored quickly. Either group, though, will most likely benefit from structured activities that help establish *communicative goals* or tasks. We can ask students to conduct interviews or surveys, post a minimal number of messages and report back on them, or otherwise participate in discussions in a way that feeds into class objectives. The types of *international communication* we involve our students in will depend a great deal on the level, age, and goals of our students. More advanced students, such as those at the undergraduate or graduate level, need to learn how to participate in international communication for professional and academic networking. *For example*, graduate students in an intensive English program at the University of Hawai'i were

required to find and join an e-mail discussion list related to their own professional interests and were taught strategies for using e-mail to network effectively in their fields (Warschauer, 1999:94). In this sense, *electronic communication* becomes more than a vehicle for practicing general English. For the students, it is a means for mastering the kinds of *professional communication* required of them.

It is known, that *interclass projects* involve two or more classes *from different parts of the world* working together via the Internet toward common goals and objectives. Usually, planning and implementing interclass projects requires a great deal of time and energy, and in some cases these projects achieve disappointing results because of logistical or coordination difficulties. Yet, when *long-distance interclass projects* are well organized among like-minded partners, the results can open up students' lives to *forms of international communication, collaboration, action, and learning* that they may have never experienced before. *Interclass projects usually involve five stages: a) planning, b) contact, c) investigation, d) finale, and e) evaluation.*

a) The many logistical and pedagogical challenges in organizing an interclass project make careful planning essential. After having worked together on several interclass Internet projects, *R. Corio and C. Meloni* have developed the following guidelines to take into consideration when choosing partners and launching an Internet interclass projects:

1. students' level: The two or more groups of *English learners* brought together for a project should be at approximately the same level of English language proficiency.

2. schedule: The class schedules of the participating classes, including their vacation schedules, should match as closely as possible.

3. objectives: If possible, the course objectives should be similar. If one course is a writing course and the other is a conversation course, devising a joint project is difficult though not impossible (Corio & Meloni, 1995:24). (In such a situation, the students could work together but complete different final products; e. g., an oral presentation for the other.)

b) Once the partners have been selected and the project planned, the next step is establishing contact among the students. We can use any of the media discussed in this section – e-mail lists, Web boards, chat rooms – to facilitate contact. And other nonelectronic means should be considered as well. It is often effective to personalize the project by *exchanging culture* packets (through the postal service) that contain items such as school newspapers, or banners. In the early stages of a project, students should develop teams (at one site or across sites, depending on the nature of the project) and should be encouraged to engage in friendly introductions. Taking time for some *personal communication* will humanize *the long-distance partners* and establish better working relations, not to mention making the project a more enjoyable experience for everyone.

The next stage of the project inevitably involves some kind of *collaborative inquire*. This might fall into one of *the following categories:*

1. culture: Students exchange experiences about their own *cultural backgrounds*, looking at topics such as oral histories of family members; poetry, folklore, or religion in their community; or religious beliefs and values. *For example, S.Gaer* organized a project in which adult students of English shared folktales with middle school students, who used the folktales to write and illustrate books that they gave back to the adults (Gaer, 1995:142).

2. literature and film: Students read the same books or watch the same films. *For example, B. Soh and Y. Soon* organized a project in which *English learners* in Singapore and in Montreal, Canada, read and discussed stories in English reflecting each group's culture (Soh & Soon, 1991:288).

3. community: Students work in teams to investigate and compare social, environmental, political, *cultural aspects of their communities*. For example, A. Hess has organized several "cities projects", in which students from several locations investigated their communities and published detailed electronic guides and videos (Hess, 1995:177).

4. academic research: Students form teams according to their academic interests and share notes. For example, R. Vilmi organized a project involving joint academic research by teams of six to eight students with similar academic backgrounds in several countries. Comparing magazine and newspaper articles on a particular topic from the perspective of 11 different countries was one of the most interesting aspects of the project (Vilmi, 2000:127).

5. simulation: Teams of students work on simulated solutions to real problems, in the process working together to prepare reports, brochures, curriculum vitae, cover letters, funding proposals, speeches, and other documents. In one elaborate simulation, students in 14 countries worked in teams representing various national delegations and nongovernmental organizations to develop a new draft treaty for a United Nations conference on the Law of the Sea. They learned negotiation, writing, *communication and language skills* as well as many technical skills, such as how to upload and download documents to and from Internet.

As it turns out, interclass projects should build up to some kind of *final product or presentation*. This helps guarantee that "the students not only develop chatting skills but are strongly encouraged to put all their *communication, language and technical skills* toward producing a high-quality package" This product might be a jointly produced video, a printed newspaper, an oral presentation for other classes at their school, a simulated newscast, or a written brochure. In many cases, the final document will be published on-line as a way of sharing it with the partner class and with others around the world.

It needs to be noticed, that the final stage of an interclass project is evaluation. The nature of such projects, which are based on long-distance collaborative work, necessitates alternative approaches to evaluation. The following are some *types of evaluation* to consider:

1. portfolios: Allow the students to submit a portfolio of their work, based on a final product, documents produced along the way, e-mail messages, and other relevant documents.

2. self-assessment: Have the students evaluate their own work in groups.

3. contracts: Have individuals or groups negotiate contracts at the beginning of the process in which they specify their learning objectives and activities

As M. Warschauer underlines, "evaluation of another sort takes place when students on one team judge the work of other teams in order to determine the winner of a simulation or a contest" (Warschauer, 1999:104). In such cases, students' work can be presented on the Web for review and evaluation by the other international teams.

Well, we need to evaluate the overall project. This can be accomplished by analyzing print or on-line texts, surveying or interviewing students, and analyzing classroom processes with the assistance of videotape or observation notes. *Including on-line, project-based interclass learning as a central element of language teaching* represents a substantial new direction, and interested teachers should document the strengths and weaknesses of their efforts as completely as possible. For example: In the US-SiberLink *international collaborative project*, students at two U.S. universities (the University of California, Santa Barbara, and George Washington University in Washington) and one university in Russia (Yakutsk State University, Yakutsk, Siberia) collaborated on academic and field research. The primary

objectives of the project were to (a) provide students with authentic writing and reading opportunities, (b) inform students about a particular content area (the Y2K computer problem), (c) acquaint students with the culture of three diverse cities, and (d) familiarize students with the use of multimedia on the Internet (Vilmi, 2000:142). *The project had four phases:*

1. The students learned about each other via photos and brief autobiographies posted to the Web site. They also *became familiar with the cultures* of the three cities via selected informational Web sites and gained the necessary skills in using e-mail and the Web.

2. The students began to gather general information on a specific content area, potential computer problems related to the advent of the year 2004. They watched and listened to lectures and read materials about Y2K for background knowledge.

3. The students were divided into netgroups. Each netgroup focused on a different aspects of the Y2K problem (e. g., the impact of Y2K on financial institutions, airlines, private citizens). Members of each group conducted interviews with local residents in their respective cities and exchanged the results via e-mail.

4. Each netgroup prepared a final report, that was posted to the project's Web site.

Finally, S. Yates said that "education is not the filling of a pail, but the lighting of a fire" (Yates, 1996:42). In our experience, there is no better means to light students' fire than to involve them in *authentic and challenging communication*, inquiry, and problem solving using computers and the Internet. To accomplish this, *teachers have to rethink traditional ways of teaching*. They must engage in acts of creative imagination and ask their students to do the same. The positive results achieved are sometimes matched by the frustrations of technical problems or the difficulty of trying open-ended tasks in narrowly defined academic time periods. But we believe the process is worthwhile, and necessary, if teachers are to help students achieve their full potential *in the age of information technology*.

References:

1. Ady, J., Survey across the world. // In M. Warschauer (Ed.), Virtual connections: Online activities and projects for networking language learners, Honolulu: University of Hawai'i, Second Language Teaching and Curriculum Center, 1995.
2. Corio, R. & Meloni, C., The Guidelines Net Project.//Computer Assisted English Language Learning, A handbook for teachers, Alexandria, VA: TESOL, 1995.
3. Gaer, S., Folktales around the world. // In M. Warschauer (Ed.), Virtual connections: Online activities and projects for networking language learners, Honolulu: University of Hawai'i, Second Language Teaching and Curriculum Center, 1995.
4. Hess, A., Writing around the world-telecommunications and English: The Cities Project, New York: New York University, American Language Institute, 1995.
5. Robb, T. N., E-mail keypals for language fluency. // In M. Warschauer (Ed.), Virtual connections: Online activities and projects for networking language learners, Honolulu: University of Hawai'i, Second Language Teaching and Curriculum Center, 1995.
6. Soh, B. L. & Soon, Y. P., English by e-mail: Creating a global classroom via the medium of computer technology, ELT Journal, №45, 1991.
7. Vilmi, R., International environment activity. // In M. Warschauer & R. Kern (Eds.), Network-based language teaching: Concepts and practice, Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
8. Warschauer, M., Electronic literacies: Language, culture and power in online education. Mahwah, NJ: Erlbaum, 1999.
9. Yates, S. J., Oral and written linguistic aspects of computer conferencing: A corpus-based study. // Unpublished doctoral dissertation, University of Oregon at Eugene, 1996.

ი. ბაგრატიონი

შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

სტუდენტთა დისტანციური კომუნიკაციისა და თანამშრომლობის საკითხი (ინგლისური ენის სწავლებისათვის)

წარმოდგენილ სამეცნიერო სტატიაში განხილულია ინგლისური ენის შესწავლის აპრობირებული და სისტემატიზირებული დისტანციური ტექნოლოგიები, რომლებიც უცხოელ სტუდენტებს მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში საშუალებას აძლევენ გაიუმჯობესონ და სრულყოთ საკუთარი საკომუნიკაციო შესაძლებლობანი და ჩაერთონ სტუდენტური თანამშრომლობის საერთაშორისო კონტაქტებში.

სტატიაში ხაზგასმულია ამერიკელი მეცნიერების მიერ ორგანიზებული ინგლისური ენის სწავლების დისტანციური ინტერაქტიული პროექტები, რომელთა არსობრივი ტექნოლოგია ითვალისწინებს უცხო ენის შესწავლას სხვადასხვა კულტურის შესახებ მრავალმხრივი ინფორმაციის მოპოვებითა და ამ კულტურებთან სხვადასხვაგვარი დისტანციური კომუნიკაციების უზრუნველყოფით.

И. Багратиони

Государственный университет Шота Руставели

Вопрос о дистанционной коммуникации и сотрудничества студентов (Для обучения английского языка)

В представленной научной статье рассмотрены широко апробированные и систематизированные дистанционные технологии изучения английского языка, которые дают возможность иностранным студентам в разных уголках мира улучшать и усовершенствовать свои коммуникативные способности и принимать участие в интернациональных контактах студенческого сотрудничества.

В научной статье особо подчеркивается организованные американскими учёными дистанционные интерактивные проекты обучения английскому языку, общая существенная технология которых предусматривает изучение иностранного языка добыванием разносторонней информации о разных культурах и обеспечением разнообразных дистанционных коммуникаций с этими культурами.

Ч.А.Бедалов

Бакинский славянский университет

Современные проблемы межкультурной коммуникации и обучение иноязычной речевой деятельности

Ключевые словосочетания: межкультурная коммуникация, коммуникативная компетенция, лингвосоцио-культурный метод, речевая деятельность, языковые реалии.

В последние годы существенно расширились задачи, стоящие перед системой образования. Это формирование у обучаемых гражданской позиции и обеспечение интеллектуального роста и творческого развития личности, уменьшая ориентироваться в социальной среде и находить креативные варианты решения поставленных задач. Серьезные изменения претерпевают и методы обучения: на смену открытому прямому педагогическому инструктажу приходит формирование у обучаемого умений и

навыков учебно-исследовательской деятельности, цель которой наиболее полно раскрыть способности, обучаемого. Большую значимость приобретает мотивация обучения и способы передачи информации, возрастает роль преподавателя, особое внимание уделяется качеству обучения, гибкости, формирования учебной готовности обучаемых к восприятию инноваций.

Межкультурная коммуникация представляет собой общение, осуществляемое в условиях значительных культурно обусловленных различий в коммуникативной компетенции его участников, при которых эти различия существенно влияют на результаты акта общения. Под коммуникативной компетенцией при этом понимается знание используемых при коммуникации символических систем и правил их функционирования, а также принципов коммуникативного взаимодействия. Межкультурная коммуникация характеризуется тем, что ее участники при прямом контакте используют специальные языковые варианты и дискурсивные стратегии, отличные от тех, которыми они пользуются при общении внутри одной и той же культуры. Следует отметить, что используемый термин «кросс-культурная коммуникация» обычно относится к изучению некоторого конкретного феномена в двух или более культурах и имеет дополнительное значение сравнения коммуникативной компетенции общающихся представителей различных культур¹.

Способность к развитию коммуникативной компетентности общеизвестна, однако её конкретная реализация культурно обусловлена уникальным индивидуальным опытом каждого человека, из чего следует, что при коммуникации, являющейся процессом обмена сообщениями, постоянно происходит воссоздание смыслов, так как они не совпадают даже у людей, говорящих на одном и том же языке и выросших в условиях одной и той же культуры. Само собою разумеется, что при наличии разных культур и разных языков коммуникация осложняется настолько, что о полном понимании можно говорить лишь с известной долей предположения. С момента рождения человек принадлежит к разным группам, и именно в них формируется его коммуникативная компетентность. Крупные группы, обычно называемые культурами, существенным образом определяют когнитивную и прагматическую основы коммуникативной деятельности, а также в частности её невербальный компонент. Таким образом, коммуникация есть сложный, символичный, личностный, транзакционный, который позволяет её участникам выражать некоторую внешнюю по отношению к самим участникам информацию, внутреннее эмоциональное состояние, а также статусные роли, в которых они пребывают относительно друг друга.

Язык представляет собой неоднозначную систему, и его реализация в коммуникативных событиях обычно приводит к взаимному соглашению коммуникантов о трактовке языковых значений. Этому способствует культурно обусловленная коммуникативная компетентность – несколько видов общих знаний, разделяемых коммуникантами. Во-первых, это знания собственно символической системы, в терминах которой происходит коммуникация, и, во-вторых, знания об устройстве внешнего мира, которые состоят из личного опыта индивидуума, базовых, фундаментальных знаний о мире, имеющихся у всех людей, и всех остальных знаний,

¹ Садохин А.П. Введение в межкультурную коммуникацию. Москва. 2009.

которыми они обладают вследствие принадлежности к различным национальным, этническим, социальным, религиозным, профессиональным и другим группам².

Общность базовых знаний о мире объясняет принципиальную переводимость сообщений с одного языка на другой и возможность понимания между членами одного языкового коллектива, пользующихся одной символической системой. Различия в индивидуальном опыте лежат в основе утверждения об уникальности каждого коммуникативного события, а также о принципиальной неоднозначности языка, возникающей при порождении и интерпретации сообщений в коммуникативном акте.

Основоположники лингвострановедения Е.М.Верещагин и В.Г.Костомаров в конце XX века четко сформулировали важнейший принцип в преподавании иностранных языков следующими образом:

две национальные культуры никогда полностью не совпадают, так как состоят из национальных и интернациональных элементов. Поэтому в процессе обучения иностранными языками приходится добиваться усвоения обучающимися понятия о новых предметах и явлениях, не имеющих аналогов в их родном языке, в родной культуре, что будет способствовать успешному овладению иноязычной речевой деятельностью³ Таким образом, важным условием успешного овладения речью на втором языке является преодоление не только языкового, но и культурного барьера,

«научить ... общаться (устно и письменно), произвольного создавать, а не только понимать иностранную речь – это трудная задача, осложненная еще и тем, что общение – это не просто вербальный процесс.

Его эффективность, помимо знания языка, зависит от множества факторов: условий и культуры общения, правил этикета, знания невербальных форм выражения (миимика, жестов), наличия фоновых знаний и много другого⁴

Таким образом речь идет о необходимости комплексного, цельного изучения языкового мира, носителей языка, их культуры, особенностей образа жизни, национального характера, менталитета, что во многом определяет речетворчества на изучаемом иностранном языке.

На современном этапе обучения русскому языку в условиях азербайджанско-русского двуязычия важную роль призваны сыграть новые вербально-коммуникативные технологии, представляющие собой рациональное сочетание традиционных и новых методов обучения, в частности таких, как билингвальный, лингвосоциокультурный (лингвосоциокультурологический), предполагающий компетентную апелляцию к важным компонентам учебного процесса – социальной и культурной среде страны – носителя изучаемого языка. Данный метод включает в себя два основных аспекта общения – языковой и социокультурный, т.е. знание биокультуры, условий современной действительности, что позволяет обучающемуся ориентироваться в национальных особенностях, истории, культуре народа страны изучаемого языка. При таком подходе изучаемый язык можно сравнить с зеркалом, в котором реально отражаются культура, условия жизни, трагедии, быт, повседневное поведение и многое другое страны носителей данного языка. Поэтому приоритетная задача

² Грушевицкая Т.Г. и др. Основы межкультурной коммуникации. Москва. 2002.

³ Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. Москва, 1980, с.5.

⁴ Качарова М. Проблема межкультурной коммуникации в обучении иностранными языками. «Межкультурные коммуникации», Тбилиси, 2008, № 5, с.36.

преподавателя состоит в том, чтобы обучать второму языку в контакте двух лингвокультур, сообщая обучающимся комплекс соответствующих знаний.

Понятие межкультурной коммуникации включает в себя такие области, как теория перевода, обучение иностранным языкам, сравнительная культурология, контрастивная грамматика, а научные исследования в области межкультурной коммуникации фокусируются на коммуникативном поведении людей, сталкивающихся с культурно обусловленными различиями в языковой деятельности и последствиями этих различий.⁵

Расширение экономических, политических и культурных контактов, а также сосуществование системы образования на современном этапе требуют нового подхода к организации преподавания иностранных языков. В связи с этим возникает потребность в обеспечении такой организации учебного процесса, которая бы способствовала развитию личности обучаемого. Необходимость решения нестандартных задач как в процессе учебы, так и в будущей профессиональной деятельности требует развития эвристичности (от греч. «отыскиваю», «открываю») мышления, креативности (творческой силы), оперативности, целеустремленности, инициативности в решении поставленных учебно-речевых задач.

Приоритетное использование коммуникативно ориентированных методов при изучении второго, иностранного языка неоспоримо, так как межличностное понимание строится на диалоге. Главной задачей преподавателя является подготовка учащихся к восприятию знакомости, к переживанию и сопереживанию. Личностно ориентированное обучение иностранному языку способно оказывать косвенное, отдаленное во времени, но целенаправленное влияние на развитие личности, мышление всегда находится в колее, пролагаемой языком. Межкультурное обучение использует иностранный язык для осмысленного развития эмпатии, критической толерантности и способности к преодолению конфликтов. Развитию учащихся умения находить путь в жизненный мир другой, чужой культуры, опираясь на собственный жизненный опыт.

Межкультурная компетентность – это знание жизненных привычек, нравов, обычаев, установок данного социума, формирующих индивидуальные и групповые установки; индивидуальных мотиваций, форм поведения, невербальных компонентов (жесты, мимика), национально-культурных традиций, системы культурных ценностей. Как и другие виды компетенции, межкультурная компетенция должна постоянно совершенствоваться, так как этого требуют изменение культурной среды, а также изменение и развитие речевых потребностей обучаемых.

МКК, являясь ядром коммуникативной компетенции, может различаться как единство социально-культурной компетенции (СКК), с одной стороны, и социально-лингвистической компетенции (СЛК), - с другой. СКК предполагает наличие культурных знаний в широком смысле, соотносенных с ситуацией общения, в то время как СЛК связана со знанием правил речевого поведения и взаимодействия в разных сферах общения (повседневной, деловой, научной и др.). Предметная плоскость должна включать, наряду с узкоспециальными знаниями, знания общекультурного плана, включая знания национальной культуры. Пытаясь очертить примерный инвентарь таких знаний, в первую очередь, можно утверждать, что социально-культурная, или

⁵ Тен Ю. Культурология и межкультурная коммуникация. Ростов-на-Дону. 2007.

страноведческая информация должна отражать основные сущностные характеристики страны и включать следующие элементы:

1) информацию энциклопедического характера (история, география, государственный строй и др.); знаковые исторические даты, представляющие важнейшие исторические события, факты современной реальности (система образования, экономика, средства массовой информации);

2) названия памятников культуры, имена выдающихся личностей, основные события современной культурной и общественной жизни, имена известных людей современной России (писатели, актеры, журналисты и т.д.);

3) названия видов досуга, основных ценностей и черт общественной психологии, стереотипных представлений о нации и стране.

Поскольку обучение межкультурной компетенции предполагает сравнение обучающимися двух культур – своей и чужой, обучаемый должен уметь представлять на иностранном языке знания о своей и чужой стране. Что касается *социально-лингвистической компетенции*, то владение ею означает знание речевых актов с их соотносительностью со стилистическими регистрами языка, которые актуализируются в разных сферах общения (повседневное, деловое, научное и т.д.), а также знание лексических единиц, имеющих стилистическую, коннотативную окраску. Сравнение правил речевого поведения носителей иностранного и родного языков здесь играет второстепенную роль и представляется целесообразным в случае нарушения параллелизма, например, связанного с отсутствием аналогичных для общения слов.

Среди фактов, отражающих языковые реалии, следует выделять и те, которые включали бы национальную экзотику. Следует отметить, что понятие «экзотика» расширилось за последние два десятка лет, о чем свидетельствуют определения толковых словарей. Если раньше экзотическим считалось все то, что не принадлежало западным цивилизациям и происходило из далеких стран, то в наши дни экзотикой является то, что принадлежит чужой стране или происходит из нее. К экзотике повседневной жизни, как правило, относят названия национальных блюд, напитков, игрушек, музыкальных инструментов и др. При отборе для обучения страноведческой информации следует учитывать, с одной стороны, фактор ее изменчивости, предполагающий необходимость обновления устаревавший данных, и фактор постоянства, с другой стороны, относящийся к знаковым фактам и символам.

В результате анализа информационной ценности коммуникативной, лингвистической и социокультурной целесообразности, предлагаемой эффективности их использования учебные материалы классифицируются по цели обучения, по уровню обучения (начальной, средний, продвинутой), по тематическому содержанию. При отборе текстов следует также руководствоваться принципом доступности или способности текста быть понятным, в том числе в социокультурном плане. Обучающей функцией обладают именно тексты, содержащие трудности социокультурного характера, некоторые из которых традиционно относят к категории лексических (имена собственные, аббревиатуры, безэквивалентная лексика), хотя, как уже отмечалось выше, эти слова передают социокультурную информацию.

Для овладения МКК может использоваться также методика проекта, к примеру, создание обучающимися словаря-справочника лексических единиц – носителей социокультурной информации.

Проблема обучения социолингвистической компетенции является также актуальной, поскольку учебники почти не содержат заданий, целью которых было бы обратиться

внимание на выбор стилистически адекватных средств выражения. Поскольку овладение СЛК осуществляется в речевой деятельности (говорение, письмо), то необходима такая система упражнений, которая носила бы практический характер, т.е. приближала бы обучаемых к реальной речевой деятельности.

Наш взгляд, полезны упражнения, составленные на основе результатов анализа типичных ошибок и предлагающие обучаемым найти и исправить свои ошибки.

Таким образом обучение МКК выступает как важная педагогическая проблема, решение которой возможно только тогда, когда преподаватель вступает с обучаемыми в отношении партнерства, необходимость создания которых имеет следующие основания:

- ა) межличностная коммуникация всегда имеет преграды для преодоления в виде разных типов личности, разного культурного уровня, поэтому в ходе коммуникации могут возникнуть проблемы, которые преподаватель должен умело помогать разрешать, контролируя общую ситуацию;
- ბ) преподаватель может обнаружить свое незнание каких-либо вопросов и путем решения проблемы, что часто становится возможным только совместно с обучаемыми, которые также являются носителями определенных знаний и обладают практикой общения на родном языке;
- ვ) коммуникация всегда будет являться источником проблемных вопросов в профессиональном плане, преподавателю нужно давать исчерпывающие, убедительные и однозначные ответы.

ჩ. ბედალოვი

ბაკოს სლავოთანური უნივერსიტეტი

კულტურატ შორისი კომუნიკაციის თანამედროვე პრობლემები და უცხოენოვანი სამეტყველო მოღვაწეობის სწავლება

შესწავლილია უცხო ენის სწავლების ის თავისებურებები, რომლებიც გელახდება კულტურათშორისი კომუნიკაციის თანამედროვე ვითარებაში.

Correlation and interrelation of foreign intercultural communicative and reflexive competitions while teachinging students a russian language

The report presents a detailed characteristics of foreign intercultural communicative and reflexive competitions. Also, peculiarities of their interrelation in the process of teaching Azerbaijani students a russian language are described in the report.

მ. ბელთაძე

სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

სტუდენტთა ევექტური კომუნიკაცია უცხოური ენის სწავლებისას

საკანძო სიტყვები: ევექტური, კომუნიკაცია, მონაწილე, გამგზავნი, მიმღები უცხო ენები და ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები: სიახლე სწავლების მეთოდოლოგიაში

ნაშრომში განხილულია სტრუქტურული ეფექტური კომუნიკაციის პრობლემა უცხოური ენის, კერძოდ ინგლისური ენის სწავლებისას. განხილულია შესაბამისი როლური თამაში. ამ მიზნით შემოტანილია რამდენიმე საჭირო განსახილველი პირველ რიგში საქმე შეეხება კომუნიკაციის ცნებას, რომელიც როგორც ეყვლება სფეროში, აქაც აღნიშნავს ინფორმაციის გაცვლას ორ ან მეტ ადამიანს შორის.

ამერიკელი მეცნიერების გამოკვლევებით დადგენილია, რომ საქმიან ურთიერთობათა მართვის პროცესში, რომელსაც მეტეფერი ახორციელებს, იგი თავისი სამუშაო დროის ნახევარზე მეტს ხარჯავს კომუნიკაციაზე და ამასთან, ინფორმაციების გაცვლის ხარისხი პირდაპირ მოქმედებს მიზანთა მიღწევის ხარისხზე. ეს კი გულისხმობს, რომ ინდივიდისა და ორგანიზაციის წარმატების მიღწევის საფუძველია ეფექტური კომუნიკაცია პირად და საქმიან ურთიერთობებში. პიროვნების ეფექტური კომუნიკაციურობა ნიშნავს, რომ მას მიზნის მისაღწევად და მოტივიური ურთიერთობების შენარჩუნებისათვის გააჩნია კარგად განვითარებული სამეტყველო და წერითი ურთიერთობების უნარ-ჩვევები: მის მიერ როგორც გაცემული, ისე მიღებული იდეა, მოსახრება, ფაქტი, დამოკიდებულება ერთმნიშვნელოვნად და სწორადაა გასაგები. ამავე დროს მას კარგად ესმის თუ როგორ მოქმედებს გარემო ინფორმაციის ეფექტურ გაცვლასზე.

თანამედროვე დადაქტიკაში სწავლების პროცესი განიხილება. როგორც სასწავლო საქმიანობის მართვის პროცესი მეცადინეობაზე სასწავლო მასალის დაუფლებისათვის. მართვადი სწავლება ითვალისწინებს შემსწავლელთა ქმედებების გარკვეულ ორგანიზაციას. რომელიც უსრულებელყოფს მოცემული თვისებებით უნარ ჩვევების ფორმირებას. მართვაზე დაქვემდებარებული ელემენტები შემსწავლელთა ის საქმიანობაა, რომლის ხელშეწყობით საჭირო ცოდნის ერთობლიობა და ჩვევები გადაიტყვევოს მის საკუთრებად. აღნიშნული გამო შეგვიძლია განვიხილოთ კომუნიკაციის პროცესი სტრუქტურებს შორის უცხოური ენის მეცადინეობასზე. რომელსაც ხელმძღვანელობს პედაგოგი. ცნება „ეფექტურობის“ გამართლებისათვის, რომელიც დამკვიდრებულია მრავალმიზნიან გარემოში, ჩვენს პირობებში წამოვყალიბოთ სტრუქტურის და ჯგუფის მიზნის მიღწევის ამოცანა კომუნიკაციის პროცესში შემდეგი კრიტერიუმების დახმარებით:

1. ინფორმაციის ეფექტური გაცვლის უსრულებელყოფა პარტნიორებს შორის;

2. პიროვნებათა შორის ურთიერთობების გაუმჯობესება ინფორმაციის გაცემის პროცესში;

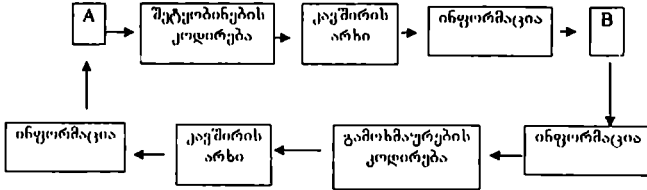
3. ინფორმაციული არხების შექმნა (ვერბალურით, წერილით, ინტერნეტით) პარტნიორებს და მათ ჯგუფებს შორის;

4. ინფორმაციული ნაკადების დარეგულირება და რაციონალიზაცია.

პირველ რიგში შევეხებით სიტყვა „კომუნიკაცია“ და მის შინაარსს. მიუხედავად იმისა, რომ იგი გამოიყენება ძალიან ხშირად და ამასთან ადამიანთა საქმიანობის მრავალ სფეროში, მისი ცალსახა განსახილველი არ არსებობს. უცხოური ენის სწავლებისათვის დაკავშირებით ვისარგებლებთ მისი ლათინური წარმოშობით. ამ ენაში გაეჟეს სიტყვა „communicatio“, რაც ეყვლება ხშირად ითარგმნება, როგორც „შეკუთნება, გადაცემა. ამის გარდა, ამ სიტყვას ლათინურ ენაში კიდევ აქვს რიტორიკული მნიშვნელობა – „ხატოვანი მიმართვა მსმენელებისადმი, თითქოს იწვევ მათ მონაწილეობის მისაღებად საკითხის განხილვაში“ ადამიანთა შორის ურთიერთობების მოწესრიგებისათვის სწორედ კომუნიკაციას ენიჭება უდიდესი როლი და რაც

პროცესი უფრო ეფექტურია იგი, მით უფრო წარმატებულია და კეთილგანწყობილი ეს ურთიერთობები.

ნამოთვლილი კრიტერიუმების გათვალისწინებით კომუნიკაციის შეგვიძლია წარმოვადგინოთ შემდეგი სქემით (ნახ. 1):

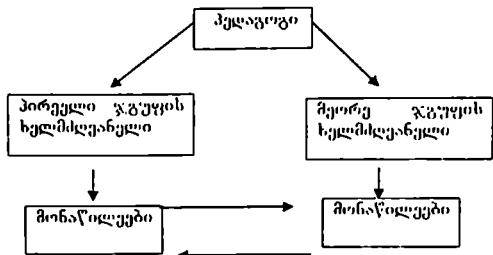


ნახ.1.

ცხადია, კომუნიკაცია იწყება მაშინ, როცა კომუნიკაციის ერთ *A* მონაწილეს ან ჯგუფს (ინფორმაციის გამგზავნის) უნდა სურვილი გააცნოს რაიმე აზრი ან გრძნობა მეორე *B* მონაწილეს ან ჯგუფს (ინფორმაციის მიმღებს). ამისათვის ამ სქემის მიხედვით *A* ახდენს შეტყობინების კოდირებას სამეტყველო ან არავერბალური საშუალებებით (ვთქვათ წერილით ან ელექტრონული კავშირით), აირჩევს კავშირის არხს და გადასცემს მას. ინფორმაციის მიმღები *B* ახდენს მიღებული ინფორმაციის დეკოდირებას და გაიგებს მას ან სწორად, ან არასწორად. შემდეგ ის ნამოთვლილებს გამოხმაურებას მიღებულ ინფორმაციაზე, დააკოდირებს მას, აირჩევს თავის კავშირის არხს და გადასცემს შეტყობინებას *A*-ს. *A* მოახდენს გამოხმაურების დეკოდირებას. *B*-ს რეაქციას გადაეცემს შეტყობინებაზე უწოდება უწყაქმობი, რომელიც გვიჩვენებს რამდენად სწორადაა გასაგები შეტყობინება *B*-თვის.

ხშირად ინფორმაციის გადაცემისას და მისი დეკოდირების დროს ხდება შეტყობინების აზრის დამახინჯება. მაგალითად, როცა გამგზავნი (*A*) არასწორად აცალიბებს თავის აზრს, ან მიმღები (*B*) ვერ ერკვევა გადაცემულის აზრში მისი არაკომპეტენტურობის გამო. ეფექტური კომუნიკაციების მიღწევისათვის შემსუვრდ წინააღმდეგობას ეუწოდოთ კომუნიკაციური ხმაური.

საკომუნიკაციო პროცესის ეფექტურად განხორციელებისათვის მნიშვნელოვან როლს თამაშობს საკომუნიკაციო ქსელი. იგი წარმოადგენს ინფორმაციული ნაკადის დახმარებით კომუნიკაციის მონაწილეთა გარკვეული სახის კავშირს. ინგლისური ენის მეკადინეობაზე პედაგოგის მიერ შედგენილი ასეთი ქსელი შედგება ვერტიკალური და პორიზონტალური კავშირებისაგან. ვერტიკალური კავშირი წარმოიშობა პედაგოგისა და კომუნიკაციაში მონაწილე ქვეჯგუფების ხელმძღვანელებისაგან. აღნიშნული ქვეჯგუფების ხელმძღვანელები ქმნიან პორიზონტალურ დონეს. პორიზონტალური კავშირი არსებობს კომუნიკაციაში მონაწილე ქვეჯგუფებს შორის. პირველი ჯგუფი გადასცემს შეტყობინებას, მეორე კი-გამოხმაურებას. ასეთი კავშირის ქსელი ქმნის კომუნიკაციური ურთიერთობის რეალურ სტრუქტურას პედაგოგს, ქვეჯგუფების ხელმძღვანელებსა და ქვეჯგუფებს შორის (ნახ. 2):



ნახ.2.

კომუნიკაციაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მონაწილეთა საკომუნიკაციო სტილი. იგი წარმოადგენს ქცევის ისეთ მანერას, რომლითაც ინდივიდი უპირატესობას ანიჭებს კომუნიკაციური ურთიერთქმედების აგებას სხვებთან. საკომუნიკაციო სტილების ცოდნა გვეხმარება იმის განსაზღვრაში, თუ როგორ მოვიქცეთ და რას უნდა ველოდოთ ქცევისაგან. რომელიც დაკავშირებულია კომუნიკაციის გარკვეულ სტილთან.

საყოველთაოდ მიღებულია კომუნიკაციაში გახსნილობის მაღალი და დაბალი ხარისხები. ისინი განისაზღვრება სხვებისათვის საკუთარი თავის შესახებ ინფორმაციის გახსნის ხარისხით საპასუხო რეაქციის მიღების მიზნით, რითაც დაერწმუნდებით თუ როგორ აღიქვამენ ისინი ჩვენ და ჩვენს ქმედებებს. უკუკავშირის ადეკვატურობა აღნიშნავს უკუკავშირის დამყარების უნარს, სხვათა აზრებით დაინტერესებას და მათ მოსმენას.

„საკუთარი თავის გახსნილობის“ სტილი მიეკუთვნება გახსნილობის მაღალ ხარისხს. ასეთი სტილით ურთიერთობისას ეჭრადლების კონცენტრირება ხდება საკუთარ თავზე, რითაც წარმოებს სხვების რეაქციის გამოწვევა საკუთარ ქცევაზე, მაგრამ თვითონ ავლენს უკუკავშირის დაბალ ხარისხს. ამიტომ ასეთ ადამიანებთან რთულია კომუნიკაცია.

„საკუთარი თავის რეალიზაცია“ ხასიათდება, როგორც მაქსიმალური გახსნილობით. ისე მაქსიმალური უკუკავშირით. „საკუთარი თავის ჩაქცევის“ და „საკუთარი თავის დაცვის“ სტილები მიეკუთვნება გახსნილობის დაბალ ხარისხს. პირველ შემთხვევაში ინდივიდი ახდენს საკუთარი თავის იზოლაციას სხვებისაგან, არ აძლევს სხვებს თავის შეცნობადობის საშუალებას. მეორე შემთხვევაში გვაქვს გახსნილობის დაბალი დონე და უკუკავშირის მაღალი დონე. ასეთ ადამიანებს უყვართ სხვათა ქცევების განსჯა, მაგრამ არ უყვართ საკუთარ თავზე საუბარი.

გარდა აღნიშნული სტილებისა, არსებობს გახსნილობის ე.წ. საშუალოდონე დონე, რომელსაც ეწოდება „საკუთარ თავთან ვაჭრობა“. ასეთი ადამიანის გახსნილობა დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად არიან გახსნილი მასთან სხვები.

ყველა ჩამოთვლილი სტილი გათვალისწინებული უნდა იყოს უმაღლეს სასწავლებელში სტრუქტურა ეფექტური კომუნიკაციისათვის უცხოური ენის სწავლებისას.

როლური თამაში „ეფექტური კომუნიკაცია“

უცხოური ენის სწავლების მეთოდოლოგიაში სწავლების ეფექტური საფეხურზე განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა სწავლების ისეთ მეთოდებს, რომელთა დახმარებით შემსწავლელი გამოიმუშავებს ამ ენაზე ურთიერთობის რეალურ სიტუაციებში კომუნიკაციური ამოცანების გადაწყვეტის უნარ-ჩვევებს. ასეთი მეთოდის როლში დღეისათვის ფართოდ გამოიყენება როლური თამაშები [1]. ეფექტური კომუნიკაცია განეხორციელებოთ შესაბამისი როლური თამაშით.

თამაშის მიზანი: გამოავლინოს ეფექტურად კომუნიკაციური სტრუქტურა ჯგუფი.

თამაშის ამოცანა: სწორად წარმართოს კომუნიკაციის პროცესი სტრუქტურა ქვეჯგუფებს შორის საკომუნიკაციო 1-4 კრიტერიუმების დაცვით და რაც შეიძლება ნაკლები კომუნიკაციური ხმაურით.

თამაშის პროცესი: პედაგოგი გამოყოფს სტრუქტურა ორ ქვეჯგუფს, თითოეულში 3-4 მონაწილით. თითოეული ქვეჯგუფი აირჩევს ხელმძღვანელს, რომლებიც ანაწილებენ როლებს თავიანთ ქვეჯგუფებში. პედაგოგი გააჩვენებს, რომელი ქვეჯგუფი იქნება *A* - „ინფორმაციის გამგზავნი“ და რომელი *B* - „ინფორმაციის მიმღები“ *A*-ს ამოცანაა სწორად გადასცეს ინფორმაცია ობიექტზე, ხოლო *B*-ს ამოცანაა სწორად გამოიყვანოს მიღებული ინფორმაცია. ქმრავლების რომელსა წევრმა უნდა გადასცეს ინფორმაცია და რომელმა გამოსახოს ზოგადი, ამას წევრებს ქვეჯგუფების ხელმძღვანელები და მათ ურთიერთობას ისმენს პედაგოგი და მთელი აუდიტორია.

სავარჯიშოს როლში აქედით [2] სახელმძღვანელოდან Unit-4-ის 4.2 **Business Accounts** პარაგრაფიდან საში სახის ბიზნეს-ოპერაცია: 1) **Sole traders** (p. 88-89). The sole trader has the advantages of being his own boss and not having to go through the formalities of meetings with partners and not having to draw up published accounts. However, he is on his own and this can be a problem should he fall ill. He also has the advantage, compared with an employee, of being able to claim the expenses of running the business against his income from the business in being assessed for tax purposes; 2) **Partnership accounts** (p. 89-90). In opening an account for a partnership, a banker cannot therefore rely on a certificate of registration for confirmation of the names of the partners and may need to see the firm's notepaper or other business document for confirmation, or visit the premises. A banker must be cautious at the outset because the bank will doubtlessly be collecting cheques payable to the firm and could conceivably be sued for compensation should they be paid into a bogus account in the firm's name by persons who pretended to be true owners of the firm; 3) **Company accounts** (p.91-92). A company is a corporation – i.e., a legal person which by law exists and has rights and duties quite separate and distinct from the members of the corporation. Apart from companies set up by Royal Charter and nationalised corporations established by Act of Parliament, the majority of commercial companies are set up by registration under the Companies Acts. They are incorporated by registering specified documents with the Registrar of Companies. Such registration as a company is also available to non-commercial organisations such as charities.

აღნიშნული თემები სტრუქტურა მიერ წინასწარაა შესწავლილი. სტრუქტურებმა არ იციან თუ რომელ ქვეჯგუფში აღმოჩნდებიან. გამოიყოფა რა ორი ქვეჯგუფი და მათი ხელმძღვანელები, დგინდება რომელი ქვეჯგუფია *A* და რომელი *B*. *A*-ს ხელმძღვანელი გამოყოფს ინფორმაციის გადასცემს, *B*-ს ხელმძღვანელი კი გამოყოფს ინფორმაციის გამომცნობს. *A*-ს ხელმძღვანელი ირჩევს საკომუნიკაციო სიტუაციას მოცემული სამიდან და გამოყოფილი ინფორმაციის გადასცემს გადასცემს ამ სიტუაციას. *B* ჯგუფიდან ინფორმაციის

გამომცნობი გადმოსცემის მიღებული სიტუაციის შინაარსს და იგი თავის ჯგუფში წარმართავს ეფექტურ კომუნიკაციას შესაბამისი როლური თამაშის საშუალებით. ბოლოს კი მოელი ჯგუფი პედაგოგთან ერთად ახდენს სატარებელი კომუნიკაციური ურთიერთობის ანალიზს და შეფასებას.

ლიტერატურა

1. მ. ბუღთაძე, როლური თამაში, როგორც პირიქებათაშორისო ურთიერთობის მოდელი. ქუთაისის ტექნიკური უნივერსიტეტის სამეცნიერო შრომები, „საქართველო“, 1997. ტომი 5, გვ. 100-105.
2. მ.ბუღთაძე, მ. აღაია. საბანკო ინგლისური. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009, 239 გვ.

Арсенова А.К., Битикова А.И.
*Каспийский государственный университет
технологий и инжиниринга им.Ш.Есенова,*

ДИДАКТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МУЛЬТИМЕДИА В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Ключевые слова: информатизация образования, новые информационные технологии, мультимедиа, дидактические принципы

Вступая в новое тысячелетие современное образование оказалось в состоянии явно выраженного противоречия между традиционным методом обучения и потребностью в новых технологических разработках, направленных на освоение обучающимися знаниями с помощью электронных средств. Возникает потребность в специальном изучении и практической переработке вопроса использования образовательных, развивающих возможностей коммуникативно-информационного пространства, способности его интегрирования с основным образовательным процессом.

Информатизация это комплекс мер, направленных на обеспечение полного использования достоверного, исчерпывающего и своевременного знания во всех общественно значимых видах человеческой деятельности; всеобщий и неизбежный период развития человеческой цивилизации, период освоения информационной картины мира, осознания единства законов функционирования информации в природе и обществе, практического их применения, создания индустрии производства и обработки информации. Информация становится «стратегическим ресурсом общества в целом, во многом обуславливающим его способность к успешному развитию» [1].

К числу важнейших направлений процесса информатизации современного общества принадлежит информатизация образования — процесс обеспечения сферы образования теорией и практикой разработки и использования современных, новых информационных технологий (НИТ), ориентированных на реализацию психолого-педагогических целей обучения и воспитания, на создание специальной обучающей среды, применение новых методов и средств использования информационного продукта в соответствии с закономерностями учебного процесса.

Современный уровень развития общества, требует высокообразованных специалистов, людей творческих, способных к свободному мышлению. Это ставит перед современной педагогикой задачу выработать методы для развития такой конкурентоспособной личности. В последние десятилетия эта проблема решается с помощью разработки и внедрения в образовательный процесс различных педагогических технологий, новых методологических подходов, новейших компьютерных технологий и информационных технических средств. И одним из направлений компьютерных технологий является использование на занятиях мультимедиа.

Наличие и внедрение в сферу образования средств мультимедиа способствует появлению соответствующих компьютерных программных средств и их содержательного наполнения, разработке новых методов обучения и технологий информатизации профессиональной деятельности педагогов. Появление и проникновение в систему образования средств мультимедиа, позволяющих хранить, обрабатывать и воспроизводить видеофильмы привело к созданию компьютерных программ, используемых в обучении и содержащих фрагменты видеофильмов, демонстрируемым обучаемым. Это, в свою очередь, породило новые методические сценарии проведения учебных занятий, на которых обучаемые, работая с компьютером, часть учебного времени посвящают просмотру видеофрагментов, важных с точки зрения целей обучения. Очевидно, что и сами видеоматериалы, используемые в образовании, качественно изменились, в том числе, и благодаря использованию соответствующих средств мультимедиа.

Здесь нужно иметь ввиду, что *мультимедиа* – понятие комплексное. С одной стороны, оно подразумевает особый тип документов, с другой стороны – особый класс программного и аппаратного обеспечения. *Мультимедийные документы* отличаются от обычных тем, что кроме традиционных текстовых и графических данных могут содержать звуковые и музыкальные объекты, анимированную графику (мультипликацию), видеофрагменты. *Мультимедийное программное обеспечение* это программные средства, предназначенные для создания или воспроизведения мультимедийных документов и объектов. *Мультимедийное аппаратное обеспечение* это оборудование; необходимое для создания, хранения и воспроизведения мультимедийного программного обеспечения. Исторически к нему относятся звуковая карта, диск *CD ROM* и звуковые колонки. Эту группу оборудования называют также базовым мультимедийным комплектом [2].

Мультимедиа, являясь одной из разновидностей компьютерных технологий, в последнее время все активнее проникает в учебный процесс высшей школы. Технология мультимедиа – это совокупность приемов, методов, способов продуцирования, обработки, хранения, передачи аудиовизуальной информации; мультимедиа-операционные среды позволяют интегрировать аудиовизуальную информацию, представленную в различной форме (видео, текст, графика, анимация, слайды, музыка), используя при этом возможности интерактивного диалога [3]. Овладение технологией мультимедиа дает преподавателю простор для творчества в использовании анимации, видео, звука, что повышает качество современного образовательного процесса, концентрирует внимание обучающихся, способствует лучшему пониманию, осмыслению и запоминанию информации. Одновременное воздействие на обучающихся аудиальной (звуковой) и визуальной (статической и

динамической) информации дает большой эмоциональный заряд, способствующий развитию креативного потенциала обучаемых и обучающихся.

Таким образом, в широком смысле термин «мультимедиа» означает спектр информационных технологий, использующих различные программные и технические средства с целью наиболее эффективного воздействия на пользователя (ставшего одновременно и читателем, и слушателем, и зрителем) [4].

Сегодня в высшей школе остро стоит проблема подачи большого объема информации за минимальный промежуток времени. Все чаще на занятиях применяется мультимедийные технологии (ММТ).

ММТ позволяют осмысленно и гармонично интегрировать многие виды информации. Это позволяет с помощью компьютера представлять информацию в различных формах, таких как:

- изображения, включающие отсканированные фотографии, чертежи, карты и слайды;
- звукозаписи голоса, звуковые эффекты и музыка;
- видео, сложные видеоэффекты;
- анимации и анимационное имитирование.

Целесообразность применения мультимедиа образовании можно проиллюстрировать многими примерами.

Презентации, сопровождаемые красивыми изображениями или анимацией, являются визуально более привлекательными, нежели статический отчет, и они могут поддерживать должный эмоциональный уровень, дополняющий представляемый материал, способствуя повышению эффективности обучения.

Использование ММТ на занятиях по русскому языку способствует развитию профессионального читателя. Навыки – это умения, доведенные до автоматизма, то есть управляемые не на сознательном, а на подсознательном уровне. Систематическое использование ММТ на занятиях по русскому языку развивает навыки ускоренного чтения, которое должно отразиться в качественной подготовке высококвалифицированных специалистов. В Послании Президента страны народу Казахстана первоочередной задачей выдвигается повышение уровня образованности как фактор конкурентоспособности нации.

Как одно из инновационных средств в образовании, в современных условиях мультимедийные функции успешно совмещает в себе персональный компьютер в комплексе с интерактивной электронной доской.

Благодаря комплексу мультимедийных возможностей компьютера и большому разнообразию для медиатеки кабинета образовательных CD-дисков, работа по созданию учебных занятий с применением новых информационных технологий становится увлекательной и для самого обучаемого. Диски содержат большое количество информации по предмету, делая процесс обучения еще более эффективным и увлекательным для обучающихся.

Преподаватели должны иметь возможность обращаться к различным способам изложения информации, используя различные типы мультимедиа средств. Поскольку современная информация сохраняется не только в текстовых формах, но и в графических, видео-формах, мультимедиа средства дополняют информацию таким образом, что она может быть представлена в нелинейном формате и представляет собой наполненную медиа средствами интерактивную обучающую среду, благоприятно сказывающуюся на повышении эффективности процесса обучения.

Мощные навигационные средства дают возможность студентам и преподавателям более легко и эффективно использовать информацию в процессе обучения, способствует развитию навыков использования в устной и письменной речи профессиональной лексики, умения работать с профессионально направленными литературными источниками, сочетать обязательные задания с самостоятельной работой над отдельными темами. Более того, использование мультимедиа средств представляет возможность критического осмысления и творческого созидательного подхода в дополнение к обучению традиционным способом.

Интерактивная природа компьютера в сочетании с возможностями, предоставляемыми мультимедиа для усвоения учебной информации, позволяет максимально реализовать дидактические принципы активности и сознательности, что позволяет говорить о возможности достижения с его использованием педагогических целей развития, или формирования индивидуальности обучающегося.

Как показывают наши исследования, применение персонального компьютера усиливает интеллектуальные возможности человека в новом информационном обществе, к которому идет цивилизация, а также происходит интенсификация и повышение качества обучения на всех ступенях системы образования. Появляется возможность существенно увеличить количество и виды заданий, обеспечить групповое взаимодействие между студентами и преподавателями, качественно повысить уровень подготовки будущих специалистов к жизни в современном обществе, где доминирующее место в деятельности людей, в том числе учебной, занимают процессы, связанные со сбором, хранением, систематизацией и обработкой информации с использованием современных технологий и средств.

Мультимедиа является таким дидактическим средством, использование которого позволяет реализовать индивидуальный подход в обучении. Применение мультимедиа в учебном процессе способствует реализации основных дидактических принципов, таких как принцип интенсификации, рационализации, наглядности. Использование мультимедиа в учебном процессе способствует реализации педагогических целей развития, то есть формирования индивидуальности обучающегося, развития у него таких сфер, как интеллектуальная, мотивационная, эмоциональная и других. Мультимедиа способствует реализации педагогических целей, будучи интегрированным в учебный процесс и взаимодействуя с такими компонентами как содержание, формы и методы обучения.

Наступит момент, когда обычные пользователи не только осваивают мультимедийные средства, но и сами станут их авторами, так как они живут в мультимедийном окружении: кино, телевидение, DVD, мобильные телефоны, компьютеры с выходом в Интернет стали доступны большинству членов общества. И поэтому преподаватели, активно занимающиеся разработкой ММТ, должны обладать достаточным уровнем подготовленности. Это означает, что педагоги должны владеть навыками продвинутого пользователя, быть специалистами в области своей профильной специализации, владеть методологией информатизации образовательной деятельности, интегрировать мультимедиа в свою педагогическую деятельность и что организация занятия с использованием мультимедиа предъявляет повышенные требования к личности преподавателя. Современный учитель должен оперативно ориентироваться в комплексе имеющихся учебных анимационных и видеоматериалов, уметь отбирать и готовить их к занятиям, научиться редактировать и сохранять

ვიდეომатериалы на цифровом носителе в нужном формате, включать их в состав учебных презентаций, форматировать предметные коллекции видео и т.д.

Таким образом, использование в учебном процессе мультимедиа может рассматриваться как эффективное, так как благодаря многофункциональности данного дидактического средства появляются условия для более полного достижения педагогических целей учебного процесса вуза.

Использованная литература

1. Моисеев Н. Информационное общество как этап новейшей истории // Свободная мысль, 1996, № 1. - С. 81-83.
2. Информатика. Базовый курс. Учебник для вузов под ред. С.В.Симоновича. С-Петербург, 1999. – 640с.
3. Роберт И.В. Современные информационные технологии в образовании: дидактические проблемы; перспективы использования. -М.: Школа-Пресс, 1994.- 205с.
4. Бидайбеков Е.б., Григорьев С.Г., Гриншкун В.В. Создание и использование общеобразовательных электронных изданий и ресурсов. – Алматы, 2006. – 136с.

*ა. არსენოვა, ბიტიკოვა
ესენოვის სახელობის კახეთის ტექნოლოგიებისა და ინჟინერინგის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ქა ხახეთი*

**მულტიმედიის დიდაქტიკური შესაძლებლობების გამოყენება უმაღლესი
სკოლის სასწავლო პროცესში**

განხილულია უმაღლესი სასწავლო პროცესში მულტიმედიის დიდაქტიკურ შესაძლებლობათა გამოყენების საკითხები.

*ქეთევან გოჩიტაშვილი, თამარ ლომინაძე, მარიამ მანჯგალაძე
ივ. ჯაფარიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

ენის ელექტრონული სწავლება და ვირტუალური სასწავლო გარემო

საკვანძო სიტყვები: ვირტუალური სასწავლო გარემო; ელექტრონული სასწავლო კურსი; ენა; დექსია; გრამატიკა

ელექტრონული განათლება არის ინოვაციური მიმართულება განათლებაში, რომელიც გულისხმობს სწავლისა და სწავლების პროცესის წარმართვას თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენებით.

ვირტუალური სასწავლო გარემოს განსასჯერისას ზევნ ვეერდნობით დეფინიციას, რომლის თანახმადაც მასში მოიაზრება სწავლებისა და სწავლის სრული ინფრასტრუქტურა, რომელიც შექმნილია იმისათვის, რომ კომპიუტერული ტექნოლოგიებისა და ინტერნეტ-საშუალებების გამოყენებით გააფართოვოს სტუდენტის ცოდნის დონე (<http://whatis.techtarget.com/definition>).

როგორც ცნობილია, ნებისმიერი საგანმანათლებლო პროცესის დაგეგმვისა და ორგანიზებისას საგანგებო ყურადღება უნდა გამახვილდეს ისეთ მნიშვნელოვან ფაქტორებსზე, როგორებიცაა:

1. ვინ ასწავლის (პედაგოგის განათლება; დარგობრივი კომპეტენცია; კვლევითი/კაცია; გამოცდილება; ზოგადი კომპეტენციები);

2. რას ასწავლის (სასწავლო მასალა; მოცულობა; შინაარსი; მიზანთან შესაბამისობა);

3. როგორ ასწავლის (რომელ მეთოდებსა და ტექნოლოგიურ საშუალებებს იყენებს; ორგანიზებისა და დაგეგმვის საკითხი);

4. ვის ასწავლის (მსმენელთა ასაკი; კულტურულ-ისტორიული ბექგრაუნდი; სოციალური როლი; განათლების ცენზი; მიზანი; ამოცანები; საჭიროებები).

თანამედროვე სასწავლო გარემოში ცენტრალური ფიგურა არის მსმენელი და არა პედაგოგი, შესაბამისად, ვირტუალური სასწავლო გარემო, ისევე როგორც ყველა სხვა ტიპის სასწავლო აქტივობა, მიმართული უნდა იყოს სწორედ მსმენლის საჭიროებისაკენ.

ტრადიციული სასწავლო გარემოსაგან განსხვავებით, ელექტრონული სწავლებისას, მაქსიმალურად ეფექტური ვირტუალური სასწავლო გარემოს შექმნასე თანავეტორთა და თანამოაზრეთა მთელი გუნდია პასუხისმგებელი (მენეჯმენტი, IT სპეციალისტი, საგნის სპეციალისტი, კურსის დიზაინერი, ვებ-დიზაინერი და ა.შ.). მათი ერთობლივი მუშაობით ყალიბდება მოქმედების კონკრეტული სტრატეგია, რომლიც კონკრეტული სასწავლო კურსის სპეციფიკიდან გამომდინარე, გარკვეული წინასწარდასახული მიზნის მიღწევისკენაა მიმართული [3].

მიუხედავად იმისა, რომ ყოველ სასწავლო კურსს სწავლების თავისი სპეციფიკა აქვს და შეუძლებელია საყოველთაოდ სასწავლო კურსის დიზაინის უნივერსალური მეთოდები ყველა ტიპის კურსის შესაქმნელად, მაინც არსებობს მთელი რიგი წესებისა, რომლებიც დაცული უნდა იყოს ეფექტური და მოხერხებული სასწავლო გარემოს ფორმირებისას. ამ წესებს შორის შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი [3,4]:

- სასწავლო კურსის მეტადატახისტემა (კურიკულუმის რუკა, სტრუქტურული სარჩევი);

სტუდენტისათვის გ'ის წყნება, გაკვალვა;

ონლაინმხარადაკერა მასწავლებლებისა და სტუდენტებისათვის;

სასწავლო კურსში სინქრონული და ასინქრონული კომუნიკაციის შესაძლებლობების გამოყენება;

კურსის გარეთ არსებული ინტერნეტ-პოულებზე გადახელის შესაძლებლობა;

კურიკულუმის განახლებაზე ხელმისაწვდომობა მასწავლებლებისათვის.

ელექტრონული სასწავლო კურსის ფორმირების პროცესში ჩართული ტექნიკური საშუალებებიდან შეიძლება გამოვეყოთ [5]:

- ვირტუალური სასწავლო წრეები, რომლებიც აერთიანებს მსგავსი ინტერესებისა და ფონური ცოდნის ადამიანებს;

ონლაინ-კონფერენციები და სემინარები (სინქრონულ/ასინქრონულ რეჟიმში);

ვირტუალური სივრცე (ინტრა და ინტერნეტ-ქსელები).

მიუხედავად იმისა, რომ სრულყოფილი ტექნიკური მხარდაჭერის უზრუნველყოფა აუცილებელი პირობაა წარმატებული ელექტრონული კურსის შესაქმნელად, ის მაინც დამხმარე საშუალებაა და, პირველ რიგში, კურსის შინაარსსა და მისი მიწოდების მეთოდოლოგიაზე უნდა გაიბეზიდეს ყურადღება. განსაკუთრებით, როდესაც საუბარი ენის შემსწავლელ ელექტრო-

ნულ კურსებს ეხება. კითხვა, რომელზეც ამომწურავი პასუხი უნდა გავცეს, შემდეგია:

➤ როგორ უნდა იყოს აგებული ენის შესასწავლი ელექტრონული კურსი ისე, რომ მან პოტენციური სტუდენტი მიიზიდოს და მისი მოთხოვნები მაქსიმალურად დააკმაყოფილოს?

უპირველეს ყოვლისა, ენის შესასწავლ ელექტრონულ კურსს უნდა ერთვოდეს აღწერა, გსამკლავი (მეგზური), სადაც მკაფიოდ უნდა იყოს ჩამოყალიბებული კურსის მიზნები, ამოცანები და მისაღწევი შედეგები.

ელექტრონული სასწავლო კურსის აღწერა უნდა იყოს [2;4,5]:

- ადეილად ხელმისაწვდომი;
- სასურველია, რომ კურსის აღწერა მოცემული იყოს როგორც შესასწავლ, ისე რამდენიმე საერთაშორისო, ფართოდ გავრცელებულ ენაზე;

უნდა იყოს მუდმივად განახლებადი;

ენის შემსწავლელი კურსი უნდა ითვალისწინებდეს დიაგნოსტიკურ ტესტს, რომელიც განსაზღვრავს პოტენციური სტუდენტის ენის ფლობის დონეს სწავლების პროცესის დასაწყისისათვის. სასურველია, რომ შემდგომი სასწავლო მასალა სტუდენტის ცოდნის დონის მიხედვით განისაზღვრებოდეს. კარგად სტრუქტურირებულ სასწავლო კურსში მსმენელის ცოდნის თავდაპირველი დიაგნოსტიკა სწორედ ამ მიზნით ტარდება. ტესტში შეიძლება გამოიყენოს როგორც მასწავლებლის მიერ მართული გამოკითხვის ფორმები: ონლაინ-გამოკითხვა, ონლაინ-ტესტირება, ონლაინ-გასაუბრება. ინტერნეტ-ფორუმი, ჩატი, ისე თუთოშეფასების ტესტიც. თუთოშეფასების ტესტის დანიშნულება, როგორც წესი, არის მომზადება რეალური ტესტირებისათვის.

ენის შემსწავლელ ზოგად კურსში განსაზღვრული უნდა იყოს ენის ფლობის რომელი დონე მიიღწევა მოცემული სასწავლო კურსის გაყლის შედეგად (ევროპული ან ამერიკული სისტემის მიხედვით) და ეს ინფორმაცია უნდა იყოს ხელმისაწვდომი. იმ შემთხვევაში, თუ კურსის ფარგლებში იყარება ენის ფლობის ყველა დონე (ევროპული კლასიფიკაციით ან ამერიკული კლასიფიკაციით), ყოველი საფეხურის დამთავრების შემდეგ, სტუდენტი უნდა გადიოდეს გამოცდას (ტესტირებულს, ონლაინ-გამოკითხვას და ა.შ.). მინიმალური საკომპეტენციო ზღურის გადალახვის შემდეგ სტუდენტი (ინფორმაცია მან წინასწარ უნდა იცოდეს) უნდა იღებდეს დაშვების ნებართვას შეძლებს საფეხურზე გადასასვლელად.

სტუდენტ/მსმენელი შესასწავლ ენას სრულყოფილად ფლობს, როდესაც ენის ფლობის ოთხივე ასპექტს – წერას, კითხვას, ლაპარაკსა და მოსმენას შეძლებს. ენის შესწავლის მთარგმნელობით-გრამატიკული მეთოდი გარკვეულწილად უგულვებლყოფდა მოსმენასა და ლაპარაკს, თანამედროვე თეორიების თანახმად კი, მაქსიმალური შედეგის მისაღწევად, საჭიროა ამ ოთხი უნარის განვითარება. ერთმა კურსმა უნდა უზრუნველყოს ოთხივე კომპეტენციის განვითარება, თუმცა ტრადიციული დაჯგუფება კითხვა – წერა / ლაპარაკი – მოსმენა – ოპტიმალურია.

ტრადიციულ სასწავლო გარემოში მასწავლებელი ერთგვარად პრივილეგირებულია ონლაინ-მასწავლებელთან შედარებით [6]. ის უშუალოდ ესწრება და აკონტროლებს სტუდენტის პროგრესს და უკეთებს კორექტირებას მის შეცდომებს. თუმცა, თანამედროვე ტექნოლოგიური საშუალებები, მასწავლებლებსა და მოსწავლეს აძლევს საშუალებას, შექმნას სიმულაციური და/ან მოდელირებული ვირტუალური საკლასო გარემო. მაგალითად, მოსმენისა და ლაპარაკის გასავითარებლად და შესაფასებლად შესაძლებელია ინტერნეტ-ფო-

რუმის, ვიდეოკონფერენციის, ჩათის, ინტერნეტსემინარის, სასწავლო მიზნები-სათვის მომზადებული ვიდეო/აუდიო-მასალის გამოყენება. ყოველ გაკვეთილს (თემას, ჩანაწერების ერთ ჯგუფს, კურსის ფორმატიდან გამომდინარე) უნდა ახლდეს ვიდეო/აუდიო ან კურსში ინტეგრირებული ელექტრონული ლექსიკონი და ტექსტების ბეჭდური ჩანაწერი. აუცილებელია შეფასების სისტემა (ტესტირება, შინაარსის გადმოცემა და ა. შ.), რომლის მიხედვითაც მასწავლებელი განსაზღვრავს სტუდენტის შემდგომ საჭიროებებს.

ერთ-ერთი მეთოდოლოგიური შეცდომა, რომელსაც თავი უნდა ავირიდოთ, არის შემდეგი: როგორც წესი, კურსის ავტორები სტუდენტებს სთავაზობენ საგანგებოდ სასწავლო მიზნებისათვის შექმნილ ჩანაწერებს. სწავლების საწყის ეტაპზე ეს აბსოლუტურად გამართლებულია, შემდეგ კი, სტუდენტის ენობრივ პროგრესთან ერთად, სასურველია გაიზარდოს ბუნებრივი, ავტენტური ტექსტების მიწოდება, რომლებიც ცოცხლად წარმოადგენს ქართული ზეპირმეტყველების სპექციფიკას. ჩანაწერები შესაძლებელია მომზადდეს ტელეპროგრამებიდან, ყოფითი ცხოვრებიდან, რადიოპროგრამებიდან, სპექტაკლებიდან).

რაც შეეხება ტექსტის შინაარსსა და მოცულობას, კურსის ავტორებმა უნდა გაითვალისწინონ შემდეგი:

- თანამედროვე სტანდარტების მიხედვით. ტექსტი უნდა იყოს გადმოცემული მარტივი და გასაგები ენით;

უნდა შეირჩეს მაქსიმალურად მრავალფეროვანი ტექსტები;

კურსის ფარგლებში წარმოდგენილი უნდა იყოს როგორც მწიგნობრული სტილის, ისე სასაუბრო სტილის შექმნილი ტექსტები;

ერთ-ერთი ტექსტები უნდა იყოს წარმოდგენილი სემანტიკურად;

ტექსტს უნდა ახლდეს ლექსიკონი და შეფასების სისტემა. ყოველი ტექსტის (ან მისი ნაწილის) გაელის შემდეგ უნდა განისაზღვროს სტუდენტის პროგრესი ან წარუმატებლობა;

წერის უნარის გასაერთიანებლად უმნიშვნელოვანესია მრავალფეროვანი და მრავალრიცხოვანი საკარჯიშობების შეთავაზება. ცნობილ საგანმანათლებლო პრინციპზე – მარტივიდან რთულისაკენ – დაყრდნობით სტუდენტს უნდა აქონდეს საკარჯიშობების გაელის შესაძლებლობა. საკარჯიშობებს უნდა ახლდეს ლექსიკონები და შეფასების სისტემა;

ლექსიკონი და გრამატიკის სწავლება შესაძლებელია ორი გზით – თუ ან ენის ასპექტების შესწავლასთან არის ინტეგრირებული, ან ცალკე ნაწილადაა მოცემული. ცალკე განყოფილება უთმობა. გამოსაყოფია ყველა გრამატიკული ერთეული, რომელიც ინტეგრირებულად შედის მოცემული დონის გაკვეთილში. გრამატიკული ნაწილი შესაძლებელია კურსში იყოს ინტეგრირებული. ან ცალკე ჩამოყალიბებული ელექტრონული სახელმძღვანელო სახით და ითვალისწინებდეს მარტივიდან რთულისაკენ სვლის პრინციპს. ენის შემსწავლელებს გრამატიკული კატეგორიები მიეწოდებათ კომუნიკაციური გრამატიკის პრინციპებიდან ამოსვლით.

ლექსიკონის განყოფილებაში შემოდის ლექსიკოლოგიური საკითხები, რომლებიც გაბნეულია გაკვეთილებში.

ლექსიკონის შესწავლის პროცესში განსაკუთრებით ეფექტურია ვიდეო/აუდიო მასალის გამოყენება. დღეს უამრავი პროგრამული უზრუნველყოფა არსებობს. როგორც ფასიანი, ასევე უფასო, რომლებიც მრავალფეროვანი ვიდეო/აუდიო მასალის შექმნის შესაძლებლობას იძლევა. ელექ-

ტრონულ სასწავლო კურსში ვიდეო/აუდიო მასალის ჩართვა ნაყოფიერი საწავლო გარემოს შექმნას უზრუნველყოფს.

ენას ადამიანები განსხვავებული მიზნებით სწავლობენ. ჩვენ ვასწავლით ენის ერთ კონკრეტულ ასპექტს (მაგალითად, ბიზნესის ენას, ან პრესის ენას), უნდა შეაფიოდ გაემიჯნოთ იგი ენის სხვა ასპექტებისაგან (ვთქვათ, პოლიტიკის, იურისპუდენციის ენიდან), რათა არ გაეფანტოთ სტუდენტის ყურადღება.

ენა კულტურის შემქმნელი და მისი შემადგენელი ნაწილია და ყოველი ახალი ენის ათვისება ადამიანს ახალ სოციოკულტურულ კომპეტენციასაც მატებს. ტრადიციულ საკლასო გარემოში მასწავლებელი ნაცნობ აუდიტორიასთან მუშაობს და უშუალოდ აკონტროლებს მოსწავლეების ემოციას, რეაქციას, შეფასებას, ამდენად, ირჩევს სიტუაციის შესაბამის მასალასა და სასწავლო სტრატეგიას. ვითარება რამდენადმე განსხვავებულია ელექტრონული სწავლების პირობებში. შინაარსზე პასუხისმგებელია პირებმა და მასწავლებლებმა კულტურული ფასეულობების თვალსაზრისით ნეიტრალური ტექსტები და სასწავლო მასალები უნდა შეარჩიონ, რათა "კულტურული" კონფლიქტის პროვოცირება არ მოახდინონ.

ვინაიდან ნებისმიერი სასწავლო გარემო (მათ შორის ვირტუალურიც) გულისხმობს გარკვეული წესებისა და პროცედურების ჩამოყალიბებასა და აღიარებას, კურსის შემქმნელებმა მაქსიმალურად უნდა გაითვალისწინონ, რომ შემუშავებული წესები და პროცედურები მისაღები იყოს პოტენციური აუდიტორიისათვის და თავი აარიდონ ისეთი წესების შემოღებას, რომელსაც აუდიტორია არ/ან ვერ შეასრულებს.

წესების დარღვევის შემთხვევაში ვთვლით, რომ საჭიროა კურსის ადმინისტრაციისა და მასწავლებლის სათანადო რეაქცია და სტუდენტისათვის თავისი პასუხისმგებლობის შესხენება [3, 5].

ჩვენ შევეცადეთ წარმოგვედგინა ენის შესწავლის მსურველთათვის მაქსიმალურად მოსახერხებელი და ეფექტური ვირტუალური სასწავლო გარემო, რომელიც სტუდენტებს/მსმენელებს დაეხმარება იმ პრობლემების დაძლევაში, რომლებიც ბუნებრივად თან ახლავს ენის შესწავლის რთულ და ხანგრძლივ პროცესს.

ლიტერატურა:

1. ქ. გომიჯაშვილი, მ. მანჯგალაძე, ენის სწავლების ელექტრონული რესურსები; I საერთაშორისო კონფერენცია "ენა და კულტურა", მასალები, ქუთაისი, 2010;
2. კლასის მართვა: კვლევებზე დაყრდნობით შემუშავებული მეთოდები მასწავლებლებისათვის; რობერტ ჯ. მარზანო; იანა ს. მარზანო; დებრა ჯ. ფიქერინგი; თბილისი: 2009; გვ. 21-22; David H. Jonassen, Learning to Solve Problems: An Instructional Design Guide // Pfeiffer: 1 edition, 2003;
4. E-Learning Concepts and Techniques // Institute for Interactive Technologies, Bloomsburg University of Pennsylvania, USA, 2006;
5. Instructional Design in Practice // Common sense – eLearning & training consultants. InWent, 2007;
6. TACCLE, The E-Learning Handbook For Classroom Teachers // Brussels, GO! ONDERWIJS VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP, 2009;
7. [http://whatis.techtarget.com/definition/](http://whatis.techtarget.com/definition;)

ქეთევან გოჩიტაშვილი, თამარ ლომინაძე, მარიამ მანჯგალაძე
ენის ელექტრონული სწავლება და ვირტუალური სასწავლო გარემო
რეისიუმე

სტატიაში განხილულია ენის ელექტრონული სასწავლო კურსის შექმნის ძირითადი ასპექტები. აღწერილია, რომელი მეთოდოლოგიური და ტექნოლოგიური საშუალებების გამოყენება არის მისანშეწონილი ვირტუალური სასწავლო გარემოს შესაქმნელად იმ თავისებურებების გათვალისწინებით, რომლებიც ენის შესწავლის პროცესს უდევს საფუძვლად.

K. Gochitashvili, T. Lominadze, M. Manjgaladze
Language-Training and Virtual Learning Environment

The represented article considers the main aspects of the development of an e-Learning course for language-training. Instructional and technological tools and techniques that should be used for creating proper teaching environment in this process are described. taking into the account the main features of leading the process of language learning.

К. Гочиташвили, Т. Ломинадзе, М. Манджгаладзе
Обучение Языкам и Виртуальная Учебная Среда

В представленной статье рассматриваются основные аспекты разработки электронного курса обучения языкам. Описаны какие учебные и технические средства и методы должны быть использованы для создания соответствующей учебной среды в этом процессе, принимая во внимание основные особенности процесса обучения языкам.

Д.Б.Джавაдова, М.Р. Сафаралиева
Бакинский славянский университет

**Соотношение и взаимодействие иноязычной межкультурной,
коммуникативной и рефлексивной компетенций при обучении
студентов русскому языку**

Ключевые словосочетания: межкультурная коммуникация, коммуникативная компетенция, рефлексивная компетенция, лингвокультурологические реалии, аксиологический потенциал

Активизация и качественное изменение характера международных контактов придают владению специалистами иностранным языком профессионально значимый статус. Глобализация науки и техники, инновационные процессы в сфере интенсивно развивающихся наукоемких направлений современной техники и технологий, а также деятельность многочисленных совместных предприятий научно-исследовательского, научно-производственного и внедренческого характера требуют умения профессионального межкультурного общения специалистов различного профиля. Такое общение облегчает оперативный обмен информацией, координацию действий, достижение взаимопонимания, выработку оптимальных и взаимоприемлемых организационных, технических и социальных решений.

В условиях информационного общества профессиональное межкультурное общение осуществляется не только при непосредственных контактах представителей

различных лингвокультурных общностей, но все чаще опосредуется постоянно обновляющимися техническими средствами. Эти средства обеспечивают доступ к иноязычным информационным ресурсам, необходимым для непрерывного развития специалиста в динамичном мире профессий. Под влиянием указанных факторов изменяются требования к иноязычным компетенциям выпускников вузов. Формирование таких компетенций требует создания и использования системы обучения иностранному языку, опирающейся на общедидактические подходы к высшему профессиональному образованию, современную концепцию образования в области лингводидактики, а также на новейшие технологии обучения¹.

Общий характер системы обучения иностранному языку в вузе, концептуальные основы современной теории высшего профессионального образования нацеливают ее на идею образования «через всю жизнь», личностное развитие субъектов образовательного процесса, формулирование целей образования в терминах компетенций.

Хотя выбор средств обучения традиционно определяется методами обучения, однако специфика современных средств обучения иностранным языкам, которые формулируются под непосредственным влиянием уровня развития технико-технологических возможностей современного общества, состоит в том, что эти средства обучения связываются с современными видами коммуникации. Поэтому их использование в учебном процессе по обучению иностранным языкам становится в определенной степени императивом, тем более что и развитие высшего образования в целом связывают с потенциалом новейших средств обучения, а одним из важнейших условий повышения качества профессионального образования является информатизация образования. При разработке технологий обучения иностранным языкам необходимо учитывать специфику современных средств получения и переработки информации, в силу чего неотъемлемой основой таких технологий должна стать современная информационно-коммуникационная среда. В качестве эффективных инструментов реализации технологий обучения иностранным языкам должны рассматриваться современные средства обучения. Новая среда обучения, создаваемая совокупностью программно-аппаратных средств, подразумевает относительно независимую самоуправляемую учебную деятельность студента, непосредственную обратную связь, непрерывное обновление содержания учебных материалов и более быстрый доступ к ним, расширение возможностей для индивидуальных форм обучения (вариативность содержания и траекторий учения). В то же время новая среда обучения не исключает, а предполагает общение между студентами, преподавателями и студентами, совместные формы работы в группах и командах, предоставляет возможность опосредованного компьютером аутентичного межкультурного общения².

Современная система обучения иностранному языку должна не только ориентироваться на наиболее перспективные подходы и методы обучения иностранному языку, но и органично интегрировать наиболее продуктивные положения разных подходов и методов на основе общей системы обучения в рамках единого учебного процесса с учетом конкретных условий обучения. Социальный заказ общества влияет на постановку конечной цели обучения иностранным языкам как

¹ Садохин А.П. Введение в межкультурную коммуникацию. Москва, 2009.

² Гуревич П.С. Культурология. Москва, 2008.

непосредственно, так и опосредованно, через систему высшего образования, которая базируется на определенных представлениях о требованиях к современным специалистам различного профиля и их иноязычной коммуникативной готовности. В соответствии с конечной целью должны определяться принципы и подходы к обучению.

Анализ влияния современной образовательной парадигмы на систему обучения иностранному языку в вузе показал необходимость опоры при разработке этой системы на субъект-субъектный, личностно-деятельностный, развивающий, профессионально ориентированный подходы к обучению; на диалогичность, открытость студентам всех этапов учебного процесса; на активные методы обучения, обеспечивающие моделирование в учебном процессе ситуаций профессиональной коммуникативно-познавательной деятельности с учетом современной среды коммуникации, на идею непрерывного образования/самообразования, что предполагает формирование у студентов способности самостоятельно учиться в течение всей жизни и требует развития автономности студента, основанной на рефлексивных умениях.

Кроме того в соответствии с современной образовательной парадигмой новая система обучения иностранным языкам должна опираться на компетентностную модель подготовки профессионала, в рамках которой цели и результаты образовательного процесса формируются на основе интегрированных характеристик выпускника. Сопоставление различных трактовок компетентностного подхода выявило, что владение иностранным языком и процесс овладения им представляют собой основу для формирования ряда компетенций специалиста. При этом способность к иноязычному общению и владение непрерывно развивающимися информационно-коммуникационными технологиями, которые входят в ряд ключевых профессиональных компетенций специалиста, рассматриваются в комплексе, точно так же, как интеллектуальная и коммуникативная компетенции, что диктует необходимость формирования указанных компетенций в неразрывной взаимосвязи.

Вопросы соотношения двух компетенций – иноязычной коммуникативной и межкультурной, приоритете той или иной из них и способах их интеграции представляются актуальными для конкретизации целей и обоснования содержания обучения иностранному языку в учебных заведениях разного профиля, хотя существующая в лингводидактике теория о вторичной языковой личности позволяет сделать вывод о том, что в вузе непосредственно в процессе формирования отдельных составляющих иноязычной коммуникативной компетенции можно формировать и межкультурную компетенцию. Для этого необходимо в содержание каждой из составляющих иноязычной коммуникативной компетенции привнести межкультурный аспект³.

Полноценное формирование межкультурной компетенции возможно лишь на основе целого ряда междисциплинарных специальных курсов, раскрывающих проблематику межкультурного общения в широком и узкопрофессиональном аспектах. При формировании у студентов межкультурной компетенции путем привнесения межкультурного аспекта в содержание обучения иноязычной коммуникативной компетенции компьютерная среда обучения открывает богатые возможности.

³ Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации. Москва. 2002.

Специфика содержательного наполнения уровней профессионально ориентированной вторичной языковой личности проявляется в том, что ее мотивационный уровень непосредственно связан с прагматикой профессиональных когнитивно-деятельностных и коммуникативных потребностей личности, лингвокогнитивный уровень вбирает в себя прежде всего тезаурус профессиональной предметной области и может рассматриваться как источник проблемных коммуникативно-познавательных задач, стимулирующих активность речемыслительной деятельности студента, тогда как вербально-семантический уровень предстает в качестве средства/инструмента решения профессиональных когнитивно-деятельностных и коммуникативных задач. При этом важно, чтобы овладение вербально-семантическим кодом изучаемого языка было осознано студентами в качестве средства реализации их профессиональных когнитивно-деятельностных и коммуникативных потребностей. По этой причине моделирование в рамках курса иностранного языка указанных потребностей приобретает особое значение и требует анализа конкретных сфер деятельности и общения специалистов разного профиля на основе личностно-деятельностного подхода.

Таким образом, формирование конечной цели обучения иностранным языкам на основе интеграции коммуникативного и межкультурного подходов позволяет считать конечной целью обучения иностранному языку в вузе формирование основ профессионально ориентированной вторичной языковой личности, готовой к профессиональной межкультурной коммуникации и саморазвитию в новой информационно-коммуникативной среде. Показателями уровня сформированности профессионально ориентированной вторичной языковой личности являются иноязычная профессиональная коммуникативная компетенция, профессиональная межкультурная компетенция и иноязычная профессиональная рефлексивная компетенция⁴

Профессиональная межкультурная компетенция – компетенция особого рода. Она состоит в умении учитывать межкультурные различия в процессе иноязычного профессионального общения и формируется в процессе развития иноязычной профессиональной компетенции совокупностью межкультурных аспектов содержания всех компонентов последней. Иноязычная профессиональная рефлексивная компетенция также формируется в процессе формирования иноязычной профессиональной компетенции совокупностью рефлексивных аспектов содержания ее составляющих и представляет собой основу развития и саморазвития личности в учебном процессе.

Усиление интеграционных процессов, охватывающих экономику, политику, культуру, науку и образование, является характерной чертой современного мира. Вместе с тем интернационализация социокультурной среды не только не исключает, но и предполагает сохранение уникальных традиций различных культурно-исторических типов общества. Преподавание иностранных языков в вузе выступает как одно из наиболее адекватных средств реализации в обучении и воспитании потребностей, диктуемых этими двумя взаимодополняющими тенденциями современного развития человечества.

Диалог языков и культур не может быть продуктивным вне уважения культурной идентичности других людей и развитого национального самосознания, вне

⁴ Тен Ю. Культурология и межкультурная коммуникация. Ростов на-Дону, 2007.

становления коммуникативной толерантности. Формирование такого рода ценностных ориентаций исключительно актуально в стране, где соседствуют различные этнические группы. Концепция коммуникативного обучения, определяющая сегодня стратегию подхода к преподаванию иностранного языка, строится на признании того факта, что успешная коммуникация является лишь предпосылкой, а не самостоятельным условием для взаимопонимания. Она требует перехода от формулы «язык + культура» к формуле «язык через культуру и культура через язык». Это актуализирует проблему критериев отбора лингвокультурологических реалий, соотношения в них информационного и аксиологического потенциала⁵.

Современная педагогическая теория и практика преподавания сталкивается с необходимостью поиска средств разрешения противоречия между возросшим интересом к образу жизни, культуре других стран, их желанием непосредственно общаться с зарубежными сверстниками, усиливающимися прагматическим отношением к знанию иностранного языка как одному из компонентов дальнейшей профессиональной подготовки и содержанием процесса обучения иностранным языкам.

Процесс обучения иностранному языку должен представлять «перекресток культур, практику межкультурной коммуникации, потому что каждое иностранное слово отражает иностранный мир и иностранную культуру: за каждым словом стоит обусловленное национальным сознанием представление о мире»⁶

Порой недостаточная адекватность учебного процесса познавательным и коммуникативным запросам обучающихся и потребностям общества ослабляет общую мотивацию обучения иностранным языкам и, соответственно, влечет за собой снижение его эффективности, препятствует использованию его аксиологического потенциала для формирования личности учащихся.

Другая особенность, требующая теоретического анализа и практического разрешения, вытекает из природы межкультурного диалога, который неизбежно сталкивает национальное самосознание с интернациональным, которое возникает на основе противопоставления «они» и «мы» и постоянно подпитывается осознанием непохожести «своего» по отношению к «чужому», с признанием достоинств иной культуры. Эта диалектическая особенность постоянно возобновляется в межкультурном диалоге, и поэтому общество нуждается в соответствующих данному этапу развития личности механизмах, предупреждения, снятия конфликта между этничностью и межкультурной толерантностью.

დ. ჯავახიშვილი, მ. საფაროვა

ბაქოს სლავიანური უნივერსიტეტი

*უცხოენოვანი კულტურისაშორისი, კომუნიკაციური და რეფლექსიური
კომპეტენციების შეფარდება და ურთიერთმოქმედება სტუდენტებისათვის
რუსული ენის სწავლებისას*

განხილულია რუსული ენის სწავლებაში ისეთი კომპეტენციების თანამონაწილეობის საკითხები, როგორცაა კულტურათშორისი, კომუნიკაციური და რეფლექსიური კომპეტენციები.

⁵ Малова А.В. и др. Диалог культур. Развитие коммуникативной и лингвострановедческой компетенций. Москва. 2006.

⁶ Качарова М. Проблема межкультурной коммуникации в обучении иностранным языкам. Межкультурные коммуникации. Тбилиси. 2008, № 5, с.15.

Using information and communication technology in teaching spoken legal English

key words: TEFL Methodology, CALL, ICT in language teaching, teaching legal English, ESP

The language of law in any modern language and especially, in English is the most specific and distinguished among its social variants. Unprecedented prestige of the lawyer's profession on the one hand, and a unique scale of usage of the English language as an international one in legal proceedings on the other, have made it a must to reconsider methodology of teaching legal English. The advent of ICT (information and communication technology) and CALL (computer assisted language learning) has significantly contributed to introducing more effective methods of teaching this social variant of the language.

The language of lawyers

Lawyers and linguists state that law is a profession of words, i.e. in this sphere lexical items with their meanings acquire profound importance and the very essence of the profession is interpretation of these words.

Legal English has some features common for other social variants of the language- religious and scientific Englishes. The language of bills, statutes, laws, codes, textbooks of jurisprudence requires precision and clear expression of the opinions and ideas. These texts undergo manifold interpretations and the way the text is interpreted "seals" destiny of an individual, an organization, a community, etc.

Legal English with its lexical and grammatical properties is so much specific that in a layman-whether a reader or a listener- it causes a feeling of alienation. With rituality of speech, repetition of some phrases and usage of archaic words legal English resembles the language of religion. (Crystal, 1995: 374)

Legal English texts greatly differ from the written discourse of general English. Such texts abound with complex and compound sentences, passive voice constructions, lists of items, etc. In this respect English of law has much in common with scientific English.

P. Tiersma in his book "Legal Language" writes: "Our law is a law of words. Words are also a lawyer's most essential tools. Attorneys use language to discuss what the law means, to advise clients, to argue before a court or jury, and to question witnesses. The legal rights and obligations of the clients are created, modified, and terminated by the language contained in contracts, deeds, and wills. Few professions are as dependent upon language. The average lawyer's daily routine consists almost entirely of reading, speaking, and writing."(Tiersma, 1999: 1)

For a lawyer whether he/she is an advocate, a judge, a prosecutor, etc. verbal communication has the foremost importance. Activities these people perform include: negotiating, delivering public speeches, making presentations, questioning witnesses,

providing clients with consultations, etc. Skills of oratory in this profession greatly determine how efficient their performance is.

Being a confident and persuasive speaker is a must for any lawyer whatever his/her occupation is. Without a glib tongue it would be impossible to impress, persuade, convince the jury, a judge, to elicit the truth, etc.

Using ITC and CALL in English language teaching

One of the main directions or trends of teaching English as a second or foreign language methodology for the past 4 decades has been gradual and steady increase of ITC and CALL usage in the classroom. More and more novelties have been introduced in this respect and have been applied in teaching all the language skills whether receptive or productive.

Nowadays teaching and learning modern English whether general or ESP is unimaginable without electronic medium- distance learning, on-line auditing, reading, testing, vocabulary and grammar resources; bi and mono-lingual dictionaries general as well as professional, etc. It just would not be teaching and learning modern English then.

CALL (computer assisted language learning) is a new approach to teaching a foreign language. This approach with its interactive element and the principle of reinforcement inherent in it, does not contradict reasonable and rational principles and approaches of teaching foreign and second languages. One of the recent trends in FLT is an application of communicative CALL which is in accord with one of the equally popular directions in education in general-constructivism. Communicative CALL highly effective for mastering speaking and auditing skills is extremely motivating for learners as it creates real-like, natural situations.

English language lesson plans are saturated with IT based activities (or at least should be) depending on the availability and accessibility of such technique.

These technologies and applications include: pod casting, video conferencing, radio, television, cellular phones, computer and network hardware and software, satellite systems. ICT-based activities in education in general can be divided into software and internet-based activities. Teachers may use ready-made multimedia CD Roms available, this type of software is noteworthy as it provides students with simulations of situations where a learner plays a key role. As an alternative to this internet resources can be utilized. There are a great number of sites which offer opportunities of distance learning at any level and for all internationally recognized exams of English. (www.languages-ict.org.uk/technology/technology.htm)

From the plethora of ICT teachers can choose some depending on their affordability for the university they teach at. Organizing a virtual classroom can be a luxury for many universities in developing countries. M. Levy writes: 'Use of technological tool/s and our understanding of how a language is learned play a large part in governing any conceptualization of CALL. These factors include considerations of specific learner characteristics (background, needs, goals), features of setting (classroom, lab, home), and factors concerning the learning environment (technological, societal, cultural, institutional). The target language, the curriculum and the teacher(s) have to be taken into account as well. These various context-specific factors help shape and determine any interpretation of CALL' (Levy et al, 2006: 6)

Teaching spoken legal English at law schools or faculties of law

Teaching legal English belongs to the realm of ESP (English for specific purposes) and represents one of the components of its subdivision-EOP (English for occupational purposes).

Curriculums of any school or faculty of law include a course of Rhetoric which aims at perfecting students' skills of oratory. English as an international language in the modern globalized world represents an indispensable part of legal procedures even in non-English speaking states. Thus, taking it into consideration schools and faculties of law generally regard it as an absolute necessity to teach students not only general English, but legal English as well.

Developing a learner's communicative competence, i. e. ability to engage in meaningful conversation in the target language is vital when teaching and learning foreign languages. Although syllabuses of the English language include speaking tasks and activities, reading, writing, testing and other time-consuming activities overshadow speaking and auding in the classroom.

When planning speaking activities English language teachers should bear in their mind that they are training prospective English speaking lawyers, politicians, civil servants. Lawyers like representatives of most professions must be trained to engage themselves in both prepared and unprepared speeches: dialogues, monologues, presentations, debates, etc. Hence, when students retell a text or make up dialogues, ask questions, etc. special care should be attached to the accuracy of speech, to its coherence, to its clearness. English teachers should know what requirement time poses before lawyers- they are more and more frequently recommended to use ordinary, plain English and avoid lengthy sentences and antiquated habits.

Using ICT (information and communication technology) and CALL (computer-assisted language learning) in teaching spoken legal language

Lack of classroom time may make it impossible to have thorough and sufficient speaking practice, especially if it is conducted without modern technological achievements. Applying ICT in legal English teaching significantly saves precious lecture time and is far more efficient and motivating for students. It on the one hand, presents an opportunity to be exposed to the authentic legal language and on the other hand, enables students to independently continue verbal practice outside the classroom.

When teaching ESP or EOP one of the prerequisites is having at least pre-intermediate level in the target language. Thus activities like pronunciation drill are not an absolute necessity, though in case of detected failures in pronouncing words, students may be referred to online English pronunciation dictionaries or ordinary bi or mono-lingual dictionaries which are provided with audio pronunciations. They can brush up on their articulation by means of appropriate exercises available on different sites.

One of the means of using ITC for legal English students is watching and listening to court trials, questioning, political speeches and debates on the internet where the above mentioned material is available 24/7. English language teachers should act in this process as a resource and facilitators introducing students to these resources and providing them with the appropriate instruction. Such video and audio materials substitute teachers' theoretical

explanations of what legal English in fact is. These activities at earlier stages serve as a paragon for imitation. It logically means that the students experience authentic English. Alongside mastering other language competences and performance skills these IC technologies enable to have controlled interactive speaking practice outside the classroom.

The following activities using ITC are noteworthy:

Court trials 1

level: from intermediate to upper intermediate

aims: improve students' skills of auding in the courtroom;

improve pronunciation skills- asking questions

activities: listening, speaking

ICT: computer, projector, internet site **youtube**- People's court

procedures: **step 1** – teacher presents new legal terminology used during the trial

step 2 – teacher introduces the topic of the trial

step 3- teacher asks students to note down some questions asked by the judge

step 4- teacher demonstrates the video material

step 5- students reproduce orally the questions remembered or noted down

step 6- the video material is demonstrated again

step 7- teacher asks questions checking understanding

step 8- students discuss certain issues from the trial

Court trials 2

level-upper-intermediate

aim-developing students' skills of speaking in the courtroom

ICT: computer, microphone, video recording software, projector

activities: speaking, listening

Procedure: **step 1-** students are divided into pairs or groups

step 2 students get acquainted with particular court trials(the trials may be authentic or fictional. If the language of trials is not English, it must be translated into the target language.

step 3-students outside the classroom rehearse their roles

step 4- students stage the trial recording the final perfected version

step 5-in the classroom students demonstrate the recorded video and audio material

Politicians', public defenders', advocates' speech is often described as being dramatic and expressive; this aspect must not be neglected when teaching legal English. For this purpose the following activity can be planned.

Pod casting

level-intermediate and above

aim-developing skills of delivering public speeches

ICT-computer, internet, microphone, audio recording software

procedure- **step 1-**teachers give students extracts from dramatic and historic speeches of political leaders

step 2-teacher explain to students how to stress certain words, how to pause, etc.

step 3-students rehearse speeches assigned independently

step 4-students rehearse the final version of their speech

step 5-students record the final version in an MP3 file and post it on the website(it can be a university website's special section or blog designed for such purposes. On this section or blog students may post the whole portfolio of audio and video materials prepared during the term).

step 6-teachers listen to the recorded material outside the classroom, note down mistakes and prepare feedback for students

Teachers of English should instruct their students how to use computer-mediated communication as a powerful means for perfecting students' speaking and auding skills, they have to provide learners with relevant links, software to independently improve their communicative competence. Out of the spectrum of ICT teachers may choose the most effective, this aspect in teaching any foreign language is a real challenge for teachers and requires their ingenuity.

Videoconferencing is a breakthrough in CALL. In a legal English classroom in non-English-speaking countries it opens gates for spontaneous, motivating and professional interaction between students of different universities. Such luxurious form of communication if affordable and implemented gives students a unique opportunity to develop their speaking skills, to have authentic debates and discussions. Even if English is used as a lingua franca, videoconferencing is a "cost-effective" activity for future lawyers.

As lawyers' services are an integral part of all corporations and multinationals, speaking at meetings, negotiating, liaising with business partners or their peers is a daily routine for lawyers. Internet sites and multimedia software abound with audio and video materials designed for mastering communicative competence and performance in the above mentioned situations. Alongside DVD-s and CD-s attached to most modern textbooks of English for self-study and classroom listening activities students and teachers can use sites like BBC learning English (www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish). They offer scripts plus audio materials authentic, appropriate, and valuable for mastering communicative skills.

For having fun and at the same time serve the purpose watching movies like "Legally Blond" is recommended. Court trial scenes, lectures on criminal law, debates among lawyers are really informative and amusing in this film. Teachers and students may plan watching such movies as an extra-curricular activity and later discuss its certain episodes or conduct other activities according their abilities and likes.

Conclusions

Modern technologies offer a great variety of opportunities for developing all the language skills when learning any foreign language, especially, English. When teaching ESP or EOP more burdens may be placed on ICT as adult learners are computer and, in general, technology literate and using it will not create any obstacle for them.

English instructors teaching future lawyers should put emphasis on mastering students' productive skills-speaking and listening. It is crucial for any prospective lawyer in the contemporary world. Modern achievements in ICT enable teachers to enrich their lesson plans with various activities using computers, video, internet sites, multimedia software, etc. Rewarding results in this aspect of FLT depend on teachers' enthusiasm, creativity and determination to profit from ubiquitous e-learning.

Bibliography

Books:

1. Crystal D. (1995) The Cambridge Encyclopedia of The English Language. Cambridge: CUP
2. Levy M., Stockwell G. (2006) CALL dimensions: Options and Issues in Computer-assisted Language Learning. Mahwah, NJ: Routledge
3. Tiersma P. (2000) Legal Language. Chicago: the University of Chicago Press.

Internet sites:

1. <http://www.languages-ict.org.uk/technology/technology.htm>
2. <http://www.bbc.co.uk/worldservice/learningenglish/>

Настоящая работа касается новых направлений использования компьютерных технологий в преподавании иностранного языка. Работа конкретно направлена на показ путей и средств эффективного применения компьютерной технологии при формировании навыков разговорной речи на английском языке у будущих юристов.

აღნიშნული ნაშრომი თანამედროვე კომპიუტერული ტექნოლოგიების გამოყენებით უცხოური სწავლების ახალ მიმართულებებს ეხება. ნაშრომი კონკრეტულ მიზნად ისახავს მომავალი იურისტებისთვის ინგლისურ ენაზე მეტყველების უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბების დროს კომპიუტერული ტექნოლოგიის ეფექტურად გამოყენების გზების ჩვენებას.

Vidas Kavaliauskas (Vidas Kavaliauskas)

доктор гуманитарных наук, доцент

Вильнюсский педагогический университет, Литва

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ОБУЧЕНИИ ПРАВИЛЬНОМУ ПРОИЗНОШЕНИЮ И АКЦЕНТУАЦИИ ЛИТОВСКОГО ЯЗЫКА

Ключевые слова: фонетика литовского языка, акцентуация литовского языка, ударение и словесная интонация, правильное произношение литовского языка, компьютерные программы

Литовский язык является самым архаичным из всех живых языков индоевропейской семьи. Он вместе с латышским языком принадлежит к балтийским языкам. Литовский язык сохранил множество особенностей индоевропейского праязыка – архаичную систему склонения именных частей речи (7 падежей единственного и 7 падежей множественного чисел; ср. во французском яз., в персидском яз. – 1 падеж; в английском яз. – 2 падежа; в немецком яз. – 4 падежа; в русском яз. – 6 падежей), сложную структуру глагола.

Наверняка, самые архаичные и сложные в литовском языке – его фонологическая и акцентная системы. В литовском языке фонетическая система состоит из 12 гласных (6 длинных и 6 коротких), 37 согласных (18 твердых и 19 мягких), 8 аффрикат (4 твердых и 4 мягких), 9 двугласных дифтонгов и 16 смешанных дифтонгов. Ударение в слове нефиксированное, свободное, может быть в любом слоге, а во время словоизменения (склонения, спряжения) может менять свое место с одного слога в другой. Длинный слог, как и короткий, может быть ударным или безударным. У всех длинных слогов литовского языка есть специальная словесная интонация. «Рельеф длинных слогов меняющийся. У одних отчетливой произносится начало, у других – окончание. Такое выделение части слога в лингвистической литературе основано

называется не только словесной интонацией, но и ударением слога» (Pakerys, 2003, 219). В литовском языке выделяются две интонации длинного слога: акутовая интонация (акут) и циркумфлексная интонация (циркумфлекс). Интонация слова показывает, в каком месте длинного слога находится акцентная вершина. «Произнося акутовую интонацию, интенсивность и основной тон должен резко падать, опускаться, а произнося циркумфлексную интонацию – постепенно подниматься, повышаться» (Pakerys, 2003, 219-220), поэтому акутовую интонацию еще называют падающей, толкающей, внезапной, а циркумфлексную интонацию возрастающей, продолжительной. Короткие слога могут быть ударными или безударными, у них нет специальной акцентной интонаций. В практических целях в словарях и учебной литературе литовского языка даются слова с ударениями – для этого используются три знака обозначения ударения: знак циркумфлекса ~ указывает на циркумфлексную интонацию длинного слога (*l̄abas* (здравствуй), *s̄ėnas* (старый), *r̄ėnas* (господин), *Kaĩnas* (Каунас), *tĩka* (подходит)); знак акута указывает на акутовую интонацию длинного слога: (*v̄yras* (мужчина), *òras* (воздух), *s̄aulė* (солнце), *l̄ėisti* (разрешать)); знак грависа обычно указывает на короткий слог (*tù* (ты), *àš* (я), *m̄ėsti* (кидать), *viskas* (все), *f̄onas* (фон)), в редких случаях – акутовую интонацию смешанных дифтонгов (*pilkas* (серый), *kùrmis* (крот)). В литовском языке ударение и словесная интонация являются комплексного происхождения: их различают модуляция основного тона, сила голоса, характеристика слога. Они очень тесно связаны между собой, один от другого зависит. «Ударение слова и словесная интонация очень похожи, но нетождественны, они различаются самыми основными просодическими элементами – величиной и зоной: ударение слова – это акцентуация в слове, а словесная интонация – это акцентное подчеркивание одного звука или части слога» (Mikulėnienė, Pakerys, Stundžia, 2008, 15). Оба эти просодические элементы в языке могут исполнять раздельную функцию слов (*àukštas* – *aukštas* (высокий – этаж); *káltas* – *kȧtas* (зубило – виноват); *šauk* – *šauk* (степеля – кричу); *kòšė* – *kõšė* (каша – цедун); *júosta* – *juõsta* (полоса – чернеет); *giria* – *girià* (хвалит – нуца); *dešĩ tmetis* – *desimtm̄etis* (десятилетие – десятилетний) или словоформ (*ḡ. l̄ės* – *ḡel̄s* (цветы – цветка); *širdis* – *širdis* (сердце – сердец); *tatà* – *tãta* (мама, *nominativ* – мама, *vocativ.*), *tiki* – *tiki* (верит – веришь)). При образовании слов или словоформ литовскому языку свойственна чередование словесной интонаций, метатония: (*l̄aisvė* – *la svas* (свобода – свободен), *šausiu* – *šauš* (выстрелю – выстрелит); *dãrbas* – *bedã bis* (работа – безработный); *šoka* – *šõkis* (танцует – танец), *kãnda* – *kaĩndys* (кусает – моль)). Оппозиция словесной интонаций практически нейтрализуется в ударных окончаниях слов: почти все длинные окончания являются циркумфлексными (*žol̄* (травы), *pat̄* (домов), *tatõs* (мамы), *sudĩš* (с Богом), *pasakioj* (сказал)). Похожая система словесной интонаций и ударения слова есть в словенском, сербском языках, в говоре Рейна немецкого языка.

Как уже упоминалось, во время словоизменения (склонение и спряжение) ударение по соответствующим правилам может менять свое место из одного слога в другой. Поэтому в литовском языке, соответствии с тем, как ударение меняет место в слове, выделяются 4 типа имен существительных (парадигмы ударения), они в словарях указаны рядом со словом (например, *v̄yras* 1 (мужчина), *p̄asakojimas* 1 (рассказ), *pagãlba* 1 (помощь), *rūtã* 2 (рыба), *kr̄epšinis* 2 (баскетбол), *sõdas* 2 (сад), *v̄ėlnias* 3 (дьявол), *aikšt̄* 3 (площадь), *stãlas* 4 (стол), *nes̄ėkm̄* 4 (неудача), *pilis* 4 (замок)).

Здесь предлагаем пример, как во время склонения имен существительных ударение меняет свое место (*výras – мужчина, rātas – колесо, kálnas – гора, nāmas – дом*):

Singul.	1 kirčiūtė	2 kirčiūtė	3 kirčiūtė	4 kirčiūtė
Nom.	výras	rātas	kálnas	nāmas
Gen.	výro	Rāto	kálno	nāmo
Dat.	výrui	Rātui	kálnui	nāmui
Acc.	výrą	Rātą	kálną	nāmą
Instr.	výru	Ratù	kálnu	namù
Loc.	výre	Rate	kálnė	namė
Voc.	výre	Rate	kálnė	nāme

Plural.	1 kirčiūtė	2 kirčiūtė	3 kirčiūtė	4 kirčiūtė
Nom.	výrai	Rātai	kalna□	nama□
Gen.	výrų	Rātų	kaln _	nam□
Dat.	výrams	rātams	kalnāms	namāms
Acc.	výrus	Ratùs	kálnus	namùs
Instr.	výrais	Rātais	kalna□s	nama□s
Loc.	výruose	rātuose	kalnuosė	namuosė
Voc.	výrai	Rātai	kalna□	nama□

В таблицах представлены примеры только двусловных имен существительных мужского рода с окончанием *-as* (подробнее в книге автора статьи – V. Kavaliauskas, *Varđažodžių kirčiavimo mokymo lentelės*, Vilnius, 2000).

Акцентуация очень тесно связана с произношением литературного языка: правильно произносятся звуки, легче правильно ставить ударения, а при правильной акцентуации допускается меньше ошибок произношения (см. Pupkis, 2005, 246). Фонологическая система литовского литературного языка, диалектов литовского языка и других языков различается. Чаще всего длинные безударные гласные укорачиваются, а ударные короткие гласные удлиняются, поэтому появляются ошибки и акцентуации. «Примерно половину Литвы занимают диалекты, в которых действуют законы оттяжки ударения. По этим и другим причинам носители литературного языка часто меняют место ударения в разных словах, т.е. допускают акцентные ошибки разных слов» (Pakerys, 2003, 218-219). Во всех литовских диалектах образовалась фонологическая система с 2 словесными интонациями, но конкретное фонетическое выражение словесной интонации в немалой части слов варьирует. Тяжелее словесную интонацию различают те люди, для которых литовский язык является не родным – часто они, говоря по-литовски, не различают тонкости между циркумфлексной и акутовой интонацией в слогах различной структуры, их нивелируют. Много кому из них приходится изучать основы системы словесной интонаций литовского литературного языка. Итак, ошибки произношения и акцентуации появляются из-за влияния употребления диалектов литовского языка и других языков.

Государственная комиссия литовского языка в 1998 году объявила список больших языковых ошибок, в который занесены и некоторые нарушения произношения и акцентуации. Государственная инспекция языка часто проводит исследования речи журналистов телевидения, радио, других носителей языка, речь которых может повлиять на речь общества. По закону о государственном языке,

Такой способ помогает не только учить произношению изолированных звуков, но и их произношению в контексте других звуков, которые находятся в словах, предложениях, в тексте. Программа в целях самоанализа речи обучаемого позволяет ему, прослушав отдельную тему, записать свою речь и потом сравнить ее с записью правильной речи актеров. «Несомненно, что прослушивание записей с правильным произношением и их повторение – это лишь одно средство для развития речи. Этот метод нужно сочетать с другими работами: анализировать правила произношения, слушать записи своей речи, постоянно следить за своей и чужой речью» (Pakerys, Purkis, 2004, 6).

Для изучения акцентуации литовского языка издано немало современных электронных пособий. Подробнее хотелось бы представить 3 из них. Институт литовского языка в 2007 году создал и выпустил компьютерную игру «Kieti riešutėliai. Tadas Blinda. Kirčiavimas» («Твердые орешки. Тадас Блинда. Акцентуация»). Игра предназначена для детей школьного возраста, которые хотят получить основы акцентуации, развить навыки акцентуации. В игре можно найти 8 заданий, которые подготовлены тремя уровнями: легкий, средний, тяжелый. Каждый играющий может выбрать задание из любого уровня. Сама игра нескудна, очень веселая, изобретательная, подготовлена по мотивам литовских народных сказок, легенд. Игрок постоянно сталкивается с разными препятствиями, заклятиями, сложными проблемами – если он хочет их преодолеть, должен правильно поставить ударения на появляющихся слова. Создатели программы стремились показать, что сложной акцентуации литовского языка («твердым орешкам») можно учиться весело и игриво. Решая задачи, игрок «щелкает орешки» – а в конце игры получает диплом (в соответствии с результатами акцентуации). Основные навыки так же можно приобрести, играя в учебную игру «Taiklus kirtis» («Меткое ударение»), созданную А. Пакерисом и Ю. Пакерисом. В игру может играть один игрок и группы игроков. Суть игры – в скольких словах играющий поставит правильных ударений за выбранное время. Программа создана так, что бы в аудитории возможно было бы проводить чемпионаты по акцентуации, а так же самостоятельно развивать навыки правильной акцентуации, применять эту программу для самоконтроля.

Компьютерная программа «Praktinio kirčiavimo treniruoklis» («Тренажер практической акцентуации») (создатели – С. Данюнене, В. Маурицайте, В. Каваляускас, А. Пакерис; 2008) состоит из 2 частей: книги и компактной пластинки, на которую записана компьютерная программа. Эта программа практического характера – в ней предложены не любые слова литовского языка, а около 8000 слов и их форм из активной, часто употребляемой лексики. Рядом с каждым словом указана морфологическая характеристика: часть речи, грамматический род, число, падеж, время, лицо, иногда лексическое значение (когда есть омонимы) и др. Студент или школьник, работая с этой программой, вначале должен зарегистрироваться, а потом выбирать способ работы: на сколько слов он хочет ставить ударения, хочет ли он это делать в разноразной или по частям речи, по азбуке и т.п. На экране появляется одно слово, и на его при помощи соответственных клавиш нужно поставить нужное ударение. Если ударение поставлено правильно, это слово переходит «на счет» игрока, во второй раз ставить ударение не надо будет. Если допускается ошибка по акцентуации, слово «возвращается» в «банк» слов, и на него надо будет ставить ударение еще раз, когда он появится снова. Программа заканчивается тогда, когда на все слова программы будет правильно поставлены ударения. Во время работы в углу экрана будет показано, на сколько из выбранных слов ударения было поставлено

правильно, сколько было допущено ошибок, и на сколько слов еще осталось поставить ударения. Программа позволяет учащемуся выбирать для работы ему актуальные слова или их формы: можно выбрать для акцентуации только имена существительные или, например, суффиксальные глаголы, или только формы винительного падежа множественного числа или другие формы. Таким образом, программу можно успешно использовать как для самостоятельного обучения, так и для подготовки к контрольным работам по отдельным темам (например, акцентуация числительного или прилагательного). В книге-словарике формы представлены по азбуке, на слова не поставлены ударения. Допущенные ошибки акцентуации рекомендуются найти в книге-словарике и отметить, подчеркнуть или разукрасить цветным карандашом, поинтересоваться правилами акцентуации этих слов, проанализировать причины такой акцентуации. Этой компьютерной программой облегчается и работа для преподавателя – например, студент, выполнив контрольную работу (например, акцентуация 100 глаголов), оценивается автоматически – компьютерная программа сразу показывает, на сколько слов ударения поставлены правильно, сколько и каких ошибок было допущено, какой оценки он заслуживает. Студенты, работая с Тренажером практической акцентуации, лучше осознают теорию акцентуации, преодолевают создавшийся психологический барьер между теорией и практикой, усваивают навыки правильной акцентуации. Это не скучное и очень полезное учебное пособие, которое успешно можно использовать на семинарах в аудитории, для контроля, оценки, а так же для самостоятельной работы (для углубления, усвоения, самопроверки знаний). Практика показывает, что студенты, которые дольше работали с этой программой, допускают очевидно меньше ошибок или вообще не допускают их.

В Литве все чаще в процессе обучения языку используются компьютерные программы. Создано и применяется очень много таких программ по орфографии, пунктуации, диалектологии, лексике, фразеологии, морфологии, синтаксису, культуре речи. Компьютерные учебные программы – разной сложности, принадлежности: игры, караоке диалектов, тренажеры, программы для самостоятельного обучения, комплексные программы и др. Современные информационные и коммуникативные технологии открывают много возможностей сделать образовательный процесс разнообразным и эффективным, побуждают студентов и учеников работать, углублять лингвистические навыки, помогают проверить и объективно оценить их знания и навыки, создают возможность интегрировать разные дисциплины. Это относится и к здесь представленным компьютерным программам, помогающим изучать сложную фонетику и акцентуацию литовского языка. По мнению учащихся, на лекциях, практических занятиях, уроках должны бы применяться как можно разнообразные учебные издания, компьютерные программы, демонстративные (демонстрация слайдов, диаграмм, таблицы для запоминания правил), визуальные и аудио материалы, так как они делают разнообразным процесс изучения, становится интересней работать, они помогают развивать навыки правильной речи, учится становится легче, отсутствует возможность списывать, материал легче запоминается, появляется возможность для самопроверки и исправления ошибок. Применять современные информационные и коммуникативные технологии в процессе обучения стимулирует как менее 3 фактора: а) потребности современного общества – развитие новой среды обучения; б) возрастающий уровень науки и культуры, расширяющееся количество знаний и информации; г) создание стратегии изучения всю жизнь – партнерство между учеником и учителем, удовлетворение потребностей обучения,

использование имеющихся ресурсов, гарантирование доступного обучения, создание культуры обучения и изучения, гарантии качества обучения, компетенций и мотивации.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. Daniūnienė S., Mauricaitė V., Kavaliauskas V., Pakerys A., 2008, Praktinio kirčiavimo treniruoklis. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
2. Kavaliauskas V., 2000, Vardažodžių kirčiavimo mokymo lentelės. Vilnius: Algarvė.
3. Kruopienė I., 2004, Ištark. Vilnius: Gimtasis žodis.
4. Mikulėnienė D., Pakerys A., Stundžia B. 2008, Bendrinės lietuvių kalbos kirčiavimo žinynas. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
5. Miliūnaitė R., 2007, Kieti riešutėliai. Tadas Blinda. Kirčiavimas (Kompiuterinis žaidimas). Vilnius: Lietuvių kalbos institutas.
6. Pakerys A., 2003, Lietuvių bendrinės kalbos fonetika. Vilnius: Enciklopedija.
7. Pakerys A., Pakerys J., 1993, Taiklus kirtis. Mokomasis žaidimas. Vilnius.
8. Pakerys A., Pupkis A., 2004, Lietuvių kalbos bendrinė tartis. Vilnius: Gimtasis žodis.
9. Pupkis A., 2005, Kalbos kultūros studijos. Vilnius: Gimtasis žodis.

ე. კავალიაიუისკასი

ვილნიუსის პედაგოგიური ინსტიტუტი, ლიტვა

*ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება ლიტვური ენის
სწორმეტყველებისა და აქცენტუაციის სწავლებაში*

განხილულია ლიტვური ენის სწორმეტყველების და აქცენტუაციის საკითხების სწავლებაში ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენების პრობლემები.

Pronunciation and Accentuation in the Lithuanian Language.

The most archaic and complicated part of Lithuanian language is its phonological and accent system. Pronunciation and accentuation mistakes are basically caused by negative influence of dialects and foreign languages. In 1998 the National Committee of Lithuanian Language published the List of the Biggest Language Mistakes which also consists of common pronunciation and accentuation mistakes. In Lithuania different computer-based programs are used more and more frequently in the process of language teaching. The article presents computer programs used in teaching pronunciation and accentuation of Lithuanian language. Contemporary information and communication technologies (ICT) provide a lot of opportunities to enrich and make the teaching process more effective and even to change it; ITC also motivate students to develop and solidify linguistic skills, they help to test and evaluate their knowledge and competences and give an opportunity to integrate different language subjects.

Key words: Standard Lithuanian Language, stress, accent, correct pronunciation, computer-based education programs.

Э.А Кацитадзе

Грузинский технический университет

Роль иностранных языков в межкультурной профессиональной коммуникации

Ключевые слова: межкультурная профессиональная коммуникация, иностранные языки

С образованием Евросоюза в начале 90-х годов 20 века интенсивно развивается международное сотрудничество европейских государств в области науки, политики, культуры и экономики. Возрастает число и значение транс- и мультинациональных предприятий для которых требуется большой потенциал всё более квалифицированных кадров, обладающих не только профессиональной, но и коммуникативной и межкультурной компетенцией. Соответственно растут требования к преподаванию иностранных языков с учётом подготовки студентов – будущих специалистов к межкультурной профессиональной коммуникации.

Межкультурная профессиональная коммуникация происходит в различных контекстах, коммуникативные ситуации определяют ролью и статусом партнёров. При этом один из партнёров должен владеть тем иностранным языком, который является родным для другого коммуниканта, или же оба должны владеть одним и тем же иностранным языком. Для процесса симметрической коммуникации необходимым условием является также сходная профессиональная компетенция обоих партнёров, для вербализации которой им необходимо соответствующее знание иностранного языка.

Предопределяющим фактором симметрической межкультурной профессиональной коммуникации является правильное восприятие понятия «культура». По определению Хофстеде *культура* – это программирование души, которое отличает членов одной группы или категории людей от других. Под группой подразумевается число людей, которые имеют контакт друг с другом. А под категорией – число людей, которые имеют что-то общее, но не обязательно находятся в контакте друг с другом. Под культурой понимается ментальное программирование: образец мысли, чувств и действий, которые прививаются с раннего детства. Источники ментальных программ находятся в социальном окружении. (Holstede, G.(1993): стр. 18)

В эпоху глобализации улучшается межкультурная коммуникация, а различия между культурами кажется все более исчезают. Но хотя в наше время можно говорить о различных культурных влияниях, коренные граждане отдельных государств остаются представителями своих наций. Неверно предположение об исчезновении локальных культур – наблюдается лишь изменение взаимоотношений в рамках одной и той же культуры, точнее взаимоотношений интерпретаций культурных ценностей. Именно эти различия в ценностях, которые часто трудно понять случайноному наблюдателю являются предметом исследования в области межкультурной коммуникации.

Особенно в наше время невозможно избежать встреч представителей различных культур. Не раз важные переговоры терпят неудачу из-за недоронимания различий культурных ценностей. Процессы слияния компаний сталкиваются с непредвиденными трудностями, а их экономические потери возрастают в больших пропорциях.

В начале XXI века межкультурная коммуникация стала в глобализованном мире повседневным явлением. Сам термин *межкультурная* говорит о необходимости знаний в области других культур, а *коммуникация* предполагает хорошее знание иностранных языков, поскольку в часто возникающих непредсказуемых ситуациях приходится спонтанно вербализировать свои мысли и намерения. Для того, чтобы разговор состоялся в условиях межкультурной коммуникации необходимо не только правильно воспроизвести собственную речь, но и правильно понять речь своего собеседника. Понимание всегда является частью общественной практики. Анализ коммуникации, понимаемой в широком смысле как разговор, выходят за рамки

предложения и охватывает без методологических ограничений все аспекты языка в социальном взаимодействии.

Необходимой предпосылкой является знание основных моделей конкретного иностранного языка, каждая из которых представляет собой теоретические основы как вербальной, так и невербальной коммуникации. Основы межкультурной коммуникации отображены в теоретическом языкознании в различных моделях коммуникации (Шеннон\Вивер, К. Бюлер). Большое значение для изучения процессов межкультурной коммуникации имеет модель репрезентации, согласно которой знак (языковой знак) стоит вместо чего-то другого, поскольку вместо одного и того же понятия\сущности в разных языках стоят различные знаки. Толкование знака предусматривает межкультурное измерение, поскольку акт понимания может иметь место только в том случае, если знаки интерпретируются аналогично.

Соответствующие знания прежде всего различий в культурных ценностях играют главную роль в проблеме межкультурной коммуникации. Различия культурных ценностей предстаёт в качестве центрального фактора в проблеме межкультурной коммуникации. Концепция слияния иностранного языка и культуры данного языкового сообщества, является эмпирической основой для анализа межкультурной коммуникации.

В эпоху глобализации приобретает межкультурная профессиональная коммуникация всё большую роль. Для того чтобы понять языковые процессы наряду со знанием иностранного языка нужны знания об окружающем мире.

Хорошее знание иностранных языков является основной предпосылкой успешной работы не только профессиональных переводчиков, но и технических редакторов.

Одна из ведущих ролей в письменной межкультурной профессиональной коммуникации начала XXI века отводится составлению многоязычной документации. Не только законодательство ЕС за качество продукции повышает требования к составлению технической документации, но и возрастают требования заказчиков. Сегодня каждый пользователь хочет быть информирован о приобретённом продукте на своём родном языке. Одновременно возрастает число стран, в которые производится экспорт и в связи с этим число целевых языков, знание которых необходимо для международной профессиональной коммуникации (перевод специализированных текстов).

Составление документации на иностранных языках предусматривает два этапа:

- составление технической документации на языке оригинала
- перевод\локализация технической документации на целевых языках

Необходимым условием составления высококачественного целевого текста, в короткие сроки и с наименьшими затратами, является наличие такого высококачественного исходного текста, который не представлял бы дополнительных трудностей при переводе. Для этого технические редакторы должны владеть основами локализации и межкультурной коммуникации, а также быть хорошо знакомыми с методами и техникой перевода.

Для того чтобы правильно перевести письменный текст и профессионально менеджировать в области перевода, необходимо обладать базовыми знаниями в области межкультурной коммуникации, перевода и локализации. Технические редакторы должны правильно понимать понятие и значение глобализации, интернационализации и локализации. Они должны хорошо владеть иностранными

языками целевых текстов, быть осведомленными о проблемах межкультурной коммуникации и знать следующие стратегии для избежания ожидаемых трудностей при переводе

- дефиниция понятий (глобализация, интернационализация, локализация)
- теория и стратегии перевода
- функциональный перевод
- культурные модели

-сравнение исходного и целевых текстов для определения культурно-специфических

элементов

- специфические для данных культур стили и стратегии переговоров
- специфические для данных культур традиционные типы текста

В связи с развивающейся европейской интеграцией языковая политика и языковое планирование в начале XXI века становятся все более важными. Эта тема представляет интерес не только с лингвистической, но и юридической и социологической точки зрения.

Языковая политика 15 государств-членов Европейского Союза охватывает не менее 11 официальных языков как больших, так и малых стран. Предусматривается как внешняя языковая политика (коммуникация с неевропейскими государствами), так и внутренняя (коммуникация с европейскими государствами).

Современная языковая политика рассматривает язык не только как инструмент власти, но и как средство приведения в соответствие международной терминологии. Исходным пунктом является тот факт, что наименования репрезентируют в различных языках одно и то же понятие. Сближение терминологии является одной из предпосылок успешной межкультурной профессиональной коммуникации.

Европейский Союз принял решение о сохранении многоязычной Европы. Политики должны преодолеть препятствия, которые всё ещё осложняют соглашение о языковых границах. Важным является например решение спорного вопроса о том, станет ли английский язык "lingua franca" (национальный язык, который используется для коммуникации между представителями различных языковых сообществ) или стоит договориться о общепринятом общем языке. Решение вопроса перевода технической документации предусматривает также две альтернативы

-составление исходного текста на языке страны-производителя с дальнейшим переводом на языки стран-потребителей

- составление исходного текста на английском языке с дальнейшим переводом на языки стран-потребителей

Важная роль отводится правовой базе сохранения и усиления национальных языков небольших европейских государств и их роли в процессе межкультурной профессиональной коммуникации. Каждое государство должно предпринять усилия, направленные на сохранение своего национального языка.

В начале XXI века в связи с возрастающим процессом глобализации всё больше компаний расширяет своё производство с монументальной скоростью на международном уровне и перед ними встаёт проблема рассмотрения вопроса о необходимости перевода огромных объемов информации. В новом докладе фирмы по исследованию рынка Common Sense Advisory, "The Business Case for Machine Translation" ("Бизнес случай для машинного перевода") описывает результаты интервью с лицами, принимающих решения на предприятиях и государственных

ორგანიზაციისთვის ავტომატიზირებული ტექნოლოგიების გამოყენების შესახებ. რესპოდენტები განაცხადობენ, რომ მათ უნდა შეეძლოს მათთვის საჭირო ტექნიკური დოკუმენტაციის პროდუქციის შექმნა, რომელიც მათთვის საჭიროა. მათ უნდა შეეძლოს მათთვის საჭირო ტექნიკური დოკუმენტაციის პროდუქციის შექმნა, რომელიც მათთვის საჭიროა.

ამ დოკუმენტაციაში აღინიშნება, რომ მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი. "საერთოდავად, მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი. მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი. მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი."

დოკუმენტაციაში აღინიშნება, რომ მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი. მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი. მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი.

მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი. მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი. მანქანის თარგმანი არ არის უფასო სერვისი, და შეიძლება იყოს ძვირფასი.

ლიტერატურა

1. Heringer, Hans Jürgen (2004): Interkulturelle Kommunikation. Grundlagen und Konzepte. Tübingen und Basel
2. Holstede, G. (1993): Interkulturelle Zusammenarbeit. Wiesbaden.
3. Gerighausen, J./Seel, F.C. (Hg.), (1983): Inyrtkulturelle Kommunikation und Fremdverstehen. Werkstattgespräch München. Publikation des Goethe_Instituts. München.
4. Janda, J.W./Sprissler, M. (Hg.), (1977): Fachsprachenlinguistik und Fachsprachenvermittlung. Bielefelder Beiträge zur Sprachlehrforschung 9. Bielefeld.
5. www.commonsenseadvisory.com.

კ. კაციაძე

უცხო ენების როლი ინტერკულტურულ პროფესიულ კომუნიკაციაში

მე-20 საუკუნეში ინტერკულტურული პროფესიული კომუნიკაცია გლობალიზებულ სამყაროში გახდა ყოველდღიურ მოვლენად. ინტერკულტურული პროფესიული კომუნიკაცია ხდება სხვადასხვა კონტექსტში, რომელთა კომუნიკაციური სიტუაციები განსაზღვრულია პარტნიორთა როლით და სტატუსით. ამასთან ერთად, პარტნიორმა უნდა ფლობდეს იმ უცხო ენას, რომელიც მშობლიურია მეორე პარტნიორისათვის, ან ორივე უნდა ფლობდეს ერთ და იგივე უცხო ენას. სიმეტრიული კომუნიკაციის პროცესისათვის აუცილებელი პირობაა წარმოადგენს ორივე კომუნიკანტის მსგავსი პროფესიული კომპეტენცია, რომლის ვერბალიზაციისათვის მათ უსაჭიროება უცხო ენის შესაბამისი ცოდნა.

E. Katsitadze

The role of foreign languages in intercultural professional communication

At the beginning of the XXI century intercultural communication has become in globalized world, a daily occurrence. Intercultural professional communication occurs in different contexts, which communicative situations are defined by role and status of partners. While one partner must know those foreign language, which is native to another communicant, or both must know the same foreign language. For the process of symmetric communication a necessary condition is also similar professional competence of both communicants, to verbalize that they need perfect knowledge of foreign languages.

უცხოური ენების კომპიუტერული სისტემით სწავლების სტრუქტურული ანალიზი

საკვანძო სიტყვები: სისტემურ-სტრუქტურული ანალიზი, სასწავლო პროცესის კომპლექსურობა, ტრადიციული სწავლება, სწავლების კომპიუტერული სისტემა.

ნებისმიერი მეცნიერება წარმოადგენს ობიექტური ცოდნის სისტემას ჭეშმარიტების შესახებ. სწავლების სისტემა არის პედაგოგიური მეცნიერების, კერძოდ კი სწავლების მეთოდის ბაზისური კატეგორია. მის შემადგენლობაში უამრავი სხვადასხვა ელემენტია (ქვესისტემები). მაგალითად: მიზნები, ამოცანები, შინაარსი, პროცესი, მეთოდები, პრინციპები, საორგანიზაციო ფორმები და სწავლების საშუალებები. მთლიანობაში სწავლების სისტემა მიეკუთვნება რთულ იერარქიულ სისტემათა კლასს, რომელთა გამოკვლევა ხდება სათანადო მეთოდების გამოყენებით. ნებისმიერი სისტემის სირთულე განპირობებულია იმ ინფორმაციის რაოდენობით, რომელსაც ის შეიცავს [1]. რაც უფრო მეტ ინფორმაციას შეიცავს სისტემა, მით უფრო რთულია ის გასაგებად. ტრადიციული მიდგომა, დაფუძნებული ქვესისტემების და ელემენტების გამოყოფაზე (რომლებიც დამოუკიდებლად შესწავლება და იტვირთება სათანადო საკვიალური დისციპლინების ფარგლებში) ბადებს მრავალრიცხოვან და ძველადგადასაწვეტ პრობლემას. როგორც რ. აკოფვი და ფ. ემერი [2] აღნიშნავენ "დისციპლინები წარმოადგენს მეთოდებს, რომელთა საშუალებით ჩვენ შევისწავლით მოვლენებს; ისინი განპირობებულია მისასრულებით და არა დაკვირვების ობიექტებით" დანოქტების პროცესის მონაწილეთა შორის, რომლებიც აძულებენ ცალკეულ ქვესისტემას თავისი დოკალური კრიტერიუმების მიხედვით, ხანდახან ჩნდება ახრთა სხვაობა, რომელიც ერთი შეხედვით დაუძლეველი ნაწ. ცოდნის გაღრმავებასთან ერთად, ისრდება გაუგებრობის მასშტაბები სხვადასხვა პროფილის საკვიალისტა შორის, რომელთაგანაც თითოეული ოპერირებს მხოლოდ თავისი დისციპლინის ფარგლებში. ყველაფერი ეს ახასიათებს უცხოური ენების სწავლების მეთოდისაკაც, რომელშიც გამოიყენება ლინგვისტიკის, პედაგოგიკის, ფსიქოლოგიის და სხვა მეცნიერებათა ცოდნა.

სისტემურ-სტრუქტურული ანალიზის არსი არის მისი შესაძლებლობა აღწეროს ობიექტები, როგორც სისტემები. ამასთანავე, ხაზი გაუსვას სასწავლო პროცესის კომპლექსურობას და განსახილველი ობიექტების თვისებების მთლიანობას. ეს მთლიანობა გამოიხატება მოცემული სისტემის ელემენტებისა და ქვესისტემების ურთიერთკავშირების (ურთიერთობების) ინტეგრალურ ეფექტში.

უცხოური ენების შემსწავლელ სისტემათა განხილვას მიუძღვნა არაერთი ნაშრომი, მათ შორის აუცილებელია აღვნიშნოთ ი.ლ. ბიშის მონოგრაფია [3], რომელშიც ავტორი თითქმის ამომწურავად განიხილავს და აანალიზებს ტრადიციული სწავლების სისტემის სტრუქტურას. სიტყვა "ტრადიციულში" ჩვენ ვგულისხმობთ სასწავლო პროცესის სკოლში ან უმაღლეს სასწავლებელში და იმ ურთიერთობას, რომელიც არსებობს მასწავლებელსა და მოსწავლეს შორის. ხოლო მაშინ, როცა სასწავლო

პროცესი განსხვავდება ტრადიციულად ორგანიზებული პროცესიგან, ნამდვილად აქვს ასრი მის უფრო დეტალურად განხილვას.

მაშასადამე, სწავლების სისტემის საფუძველში სხვადასხვა ელემენტი ანუ ქვესისტემაა. ეს ელემენტები უზრუნველყოფს ყველასთვის ერთიანი ამოცანის, კერძოდ სწავლების ამოცანის შესრულებას. ამ შემთხვევაში ლოგიკური იქნება, თუ სისტემის ძირითად ელემენტად სასწავლო პროცესს დავასახელებთ. სწორედ სწავლის საშუალებით ახორციელებს სასოგადოება თავის ძირითად და უმნიშვნელოვანეს ფუნქციას გადასცემს ცოდნას და გამოცდილებას სხვა თაობებს, რაც უფლებას გაძლევს მივაკუთვნოთ სასწავლო პროცესი ობიექტურ კატეგორიას. აბსრაქტულად ამ პროცესის მონაწილეთა შესაძლო შემადგენლობა პირობითად დაეწოთ ასე: ა) – “მასწავლებელი ქვესისტემა” და ბ) “მოსწავლე ქვესისტემა” “მასწავლებელე ქვესისტემა” არის ინფორმაციის მატარებელი, ხოლო “მოსწავლე ქვესისტემა” – მისი მიზლები ან მომხმარებელი. აქედან გამომდინარე, სწორედ ქვესისტემების ერთმანეთთან და გაერეობითან ურთიერთობა აღნიშნავს სასწავლო პროცესს. ვინაიდან ნებისმიერი სასწავლო პროცესი მიმდინარეობს კონკრეტულ ადგილზე და კონკრეტულ დროს, შეიძლება წარმოვადგინოთ ამ პროცესის პირობითი ზღვარი, რეალურად ეს შეიძლება იყოს კლასი, აუდიტორია, ლაბორატორია და ა.შ.

სოციალისტური სახელმწიფოს პირობებში, სწავლის მიზანი ყალიბდებოდა განათლების სისტემაში მყოფი საზოგადოების “სოციალური დაკვეთით”. დღესდღეობით კი ამ ცნებამ ვერ იპოვა ანარქული ეროვნული განათლების დოქტრინაში. ამჟამად გამოიყენება ისეთი ცნებები, როგორებიცაა “კონკრეტულ-ენარაიანი განათლების დოქ” და „შრომის ბაზრის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება”

დღეს სწავლების მიზნები და ამოცანები რეალურად ახდენს გაელენას შრომის ბაზრის მდგომარეობაზე და მოსახლეობის დასაქმებაზე, სახელმწიფოს განვითარების სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაზე, საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზრის მდგომარეობასა და პიროვნების მოთხოვნილებაზე. ამგვარად, მიზანი არის ობიექტური კატეგორია, რომელიც ყალიბდება სასოგადოების მოთხოვნაში.

რეალურია თუ არა სწავლის მიზნებისა და ამოცანების გადაწყვეტა მათი შინაარსის განსაზღვრის თვალსაზრისით, დამოკიდებულია მეთოდოკაზე, როგორც მყენიერებაზე. მას შეუძლია იწინასწარმეტყველოს თუ როგორი უნდა იყოს შინაარსი, როგორი მეთოდები და საშუალებები უნდა იყოს გამოიყენებული დასახული მიზნების შესასრულებლად.

სასწავლო საგნის შინაარსი არის ერთ-ერთი ძირითადი ელემენტი უცხოური ენების შესწავლის სისტემაში. მასზე გავლენას ახდენს პირველ რიგში დასახული მიზნები, ხოლო შემდგომში მეთოდების და სწავლის შერწყული საშუალებები. ა. ბრუნერის შტაქცებით [4] შინაარსი უნდა მოიცავდეს ლინგვისტურ და ექსტრალინგვისტურ მასალათა ისეთ მეთოდურ ორგანიზაციას, რომელიც მისი სწრაფი ათვისების საშუალებას იძლევა.

- აქედან გამომდინარეობს სწავლების მეთოდის შემდეგი ორი ამოცანა:
- ა) ლინგვისტური მასალების ორგანიზაცია;
 - ბ) მოსწავლისათვის ენის დასაუფლებლად საჭირო ცოდნისა და უნარ-ჩვევების გადაცემა.

მორე ამოცანის თანახმად, სასწავლო საგნის პროცესის სტრუქტურის და შინაარსის ჩამოყალიბებაში მონაწილეობას იღებს არა მარტო ლინგვისტიკა, არამედ ექსტრალინგვისტური დისციპლინების მთელი ბლოკი,

მაგ.: პედაგოგია, დიდაქტიკა, ფსიქოლოგია და ა.შ., თითოეული ეს დისციპლინა განსაზღვრავს თუ როგორ პირობებშია შესაძლებელი ცოდნისა და უნარ-ჩვევების უკეთ გადაცემა.

რეალურად ეს პირობები აისახება დიდაქტიკურ პრინციპებში. ვინაიდან დიდაქტიკური პრინციპი ასახავს სწავლების დამოკიდებულებას ათვისების პროცესის ორგანიზაციაზე, მოცემული გარემოება არის გადამწყვეტი პარადიგმაში “კომპიუტერი-მოსწავლე.”

ლინგვისტიკის პრინციპებიდან გამომდინარე, ნებისმიერი ენა - ეს არის სისტემა, რომელსაც აქვს თავისი სტრუქტურა, თავისი ორგანიზაციის დონე და თავისი ფუნქციები.

ენის მრავალფეროვნება ადვილია წარმოსადგენად, თუ ის აღქმული იქნება როგორც სიერცითი განსოშილება, რომელსაც აქვს შემდეგი კოორდინატები: ენის ხმოვანი შემადგენლობა (ფონეტიკა), ენის სიტყვიერი შემადგენლობა (ლექსიკა) და ენის ფორმალური წყობა, რომელიც მოიცავს წერის ტექნიკას, გრამატიკას და სემანტიკას.

ენის ერთეულები ენობრივი სისტემის განსაზღვრულ დონეებს ქმნის (ფონემები-ფონემურს, მორფემები - მორფემურს, სიტყვები - სიტყვიერს და ა.შ.) და ერთეულის წარმომქმნელ ელემენტებს შეიცავს.

ენის თვისებების სიღრმე შეიძლება იყოს გაასრუბული გრამატიკის და სემიოტიკის სხვადასხვა „საფეხურზე“

ტრადიციული სწავლების სისტემის ანალიზის შედეგები შეეჯამათ შემდეგი ფორმულირებით: მასწავლებელი მეთოდის, უცხოური ენის სტანდარტებისა და აგრეთვე ტიპური სასწავლო გეგმების და პროგრამების გამოყენებით განსაზღვრავს სასწავლო მასალის, სწავლების საშუალებების შინაარსს და ინიცირებს მოსწავლის ქმედების თანმიმდევრობას დადგენილ ეალებში წაყენებულ მიზნების მისაღწევად.

სწავლების სისტემის ამოცანების ასეთი ფორმულირების დროს აშკარაა მასწავლებლის აქტიური და მოსწავლის პასიური როლი. ეველა მოსწავლისთვის არის სწავლების მხოლოდ ერთი ტრაექტორია და ამის შემდეგ, “საშუალოდ” ოპტიმალური შედეგი.

კომპიუტერული სისტემით უცხოური ენის სწავლების ანალიზზე გადახვლისას (როგორც კელევის და პროექტირების ობიექტზე), აუცილებელია აღნიშნათ შემდეგი:

1. სწავლების სისტემა ამ შემთხვევაში მიეკუთვნება მიზანდასახულ კლასს, თუ კარგად მორტიერებული მოსწავლე დამოუკიდებლად ირჩევს სწავლების მიზნებს და ამოცანებს;

2. ტრადიციული სისტემის ყოველი ელემენტი, რომელიც “ჩადებულია” კომპიუტერში, ინარჩუნებს თავის მნიშვნელობას და ფუნქციას;

3. კომპიუტერული სისტემისთვის არ არის საკმარისი სწავლების ერთი ტრაექტორია, რადგანაც აუცილებელია გაეთვალისწინოთ მოსწავლის ინდივიდუალური შესაძლებლობები.

კომპიუტერული სისტემით უცხოური ენების სწავლების ორგანიზაციის ტიპი შეესაბამება პარადიგმას “კომპიუტერი-მოსწავლე.” ძირითადი ამოცანა, რომელიც დაისახება ენების სწავლების მიზნით პროგრამული კომპლექსის შექმნის დროს, არის სხვადასხვა უნარის მქონე მომხმარებელთა მოთხოვნების დაკმაყოფილების შესაძლებლობა.

ამგვარად, სწავლების კომპიუტერული სისტემა გამოიყენებს უცხოური ენების სწავლების მეთოდის და CD-ROM პროგრამების დაპროექტების მეთოდის. დაპროექტების მეთოდის მეცნიერულ ბაზისს წარმოადგენს:

სისტემების თეორია, კომპიუტერული, ხელოვნური ინტელექტის თეორია, კოგნიტიური ფსიქოლოგია და სხვა მეცნიერებები.

დაპროექტების მეთოდის არსი არის კომპიუტერული სასწავლო პროგრამების შედგენა სამეცნიერო მეთოდურ საფუძველზე, რაც საშუალებას გვაძლევს მიუდგეთ მოსწავლეს კონცენტრირებულად უცხოური ენების სწავლების პროცესში [5].

ამისათვის აუცილებელია დამპროექტებლის ქმედებათა შემდეგი თანმიმდევრობა:

1. სწავლების მეთოდის პროექტირების ამოცანების დასახვა;
2. სწავლების პრინციპების შერჩევის დასაბუთება სიტუაში “კომპიუტერი-მოსწავლე”;
3. სწავლების მეთოდის არჩევა საგანში “უცხოური ენა”, რომელიც ორიენტირებულია დამოუკიდებელ მუშაობაზე;
4. სწავლების მოდელის შემუშავება;
5. სასწავლო პროცესის განვითარების შესაძლო სცენარების შემუშავება;
6. მიღებული გადაწყვეტილებების აპრობაცია და მათი აღქმატურობის შემოწმება;
7. თვითკონტროლის მექანიზმების შემუშავება სასწავლო პროცესში;
8. სასწავლო კომპიუტერული პროგრამის შექმნა;
9. პროგრამული პროდუქტის პრაქტიკული რეალიზაცია სასწავლო პროცესში.

კომპიუტერულ სასწავლო პროგრამასთან მუშაობა ნიშნავს უცხოური ენის ცოდნისა და უნარ-ჩვეულების ფორმირების პროცესს, რომლის დროსაც მოქმედების ინციტატივა გადაეცემა მოსწავლეს.

იმისათვის, რომ ეს ინციტატივა იყოს ქმედითუნარიანი, აუცილებელია სწავლების დიდაქტიკური მეთოდების გამოყენება პროგრამული უზრუნველყოფის შემუშავებისას. ეს მეთოდები ითვალისწინებს მოსწავლეთა ინდივიდუალურ შესაძლებლობებს, მათ გონიერებას, თანმიმდევრობას მუშაობაში და ა.შ.

მიუხედავად, შეიძლება დაეინახოს სწავლების იმ თეორიის გამოყენების აუცილებლობა, რომელიც ითვალისწინებს პარადიგმის “კომპიუტერი-მოსწავლე” სპეციფიკას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Кафаров В.В., Дорохов И.Н. Современное состояние кибернетики химико-технологических процессов и систем//Проблемы автоматизированного проектирования и автоматизации эксперимента: Т.р. МХТИ. Д.И. Менделеева. Вып. 127 М., 1983. с.5-23
2. Акофф Р., Эмери Ф.О. Целеустремленных системах. М. Сов. Радио, 1974,272с
3. Бим И.Л. Методика обучения иностранным языкам как наука и теория школьного учебника, М.: Русский язык, 1977.288с
4. Брунер Дж. Процесс обучения. М., 1962
5. Sanchez A., Barreiro.J.M., Maojo V. Design of virtual reality systems for education: A Cognitive Approach Educ. // And Inf. Techn. 2000 V/5/ №4. pp. 19-37

I. Kveselava
Georgian Technical University

Structural Analysis of Computer Based Teaching of Foreign Languages

The paper deals with the questions of teaching foreign languages via computer. While analyzing the computer-assisted language teaching, it's vital to preserve all the elements of traditional teaching and to define the teaching trajectory according to the individual abilities of a student. The type of the organization of teaching should be defined according to the paradigm "computer-student" together with the application of the CD-ROM programs projecting methods. All the aforementioned serves as the basis for making an assertion, that concentrated approach should be used in the process of teaching foreign languages.

И. Квеселавა
Грузинский Технический Университет

Структурный анализ обучения иностранному языку с помощью компьютера

В статье речь идёт о научной значимости обучения иностранному языку с помощью компьютера. Во время анализа компьютерной системы обучения иностранному языку, необходимо сохранить все элементы традиционной системы обучения. Траекторию обучения нужно определить в соответствии с индивидуальными способностями студента. Тип организации обучения надо определить по парадигме - «компьютер-ученик» используя метод проектирования CD-ROM програм. Все вышесказанное даёт нам основу заявить о необходимости концентрированного подхода к студенту в процессе обучения.

Ф.А.Курбанова
Азербайджанский университет языков

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ НАЧАЛА ХХІ ВЕКА

Ключевые слова: коммуникативная функция, экспрессивная функция, термин, заимствования

Развитие истории языка, его грамматическая структура, родственные связи языков, взаимосвязь словарного состава языка и лексического фонда, связь различных языков и другие важные языковые явления изучались во все времена и продолжают изучаться в связи с развитием общества.

Возникновение тесной связи между различными народами является фактором становления языка как средства общения. Поэтому, о языке как средстве общения между людьми не раз упоминалось в науке о языке. Причиной этому является то, что язык – это универсальное средство, с помощью которого человеческое общество поддерживает связь и понимает друг друга.

Язык является общественным явлением, так как развивается со дня существования общества. Таким образом, язык служит обществу средством общения, и поэтому является общественным явлением. Посредством языка возможна любая деятельность человека. Язык служит обществу во всех сферах – в производстве, в

слова, если же для выражения того или иного понятия в данном языке невозможно, то приходится заимствовать это слово или термин с другого языка. Поэтому, как во время вхождения в состав Советского Союза, так и после приобретения независимости, в Азербайджанский язык, также как и в другие языки начался огромный приток слов и терминов.

В современный период, особенно с начала XXI века, из-за широкого размаха как экономических, так и культурных (межгосударственных) связей с зарубежными странами, интерес к Азербайджану еще больше возрос, было заключено большое количество важных договоров. Эти связи со временем укрепляются. В таком случае, также стали распространяться и межъязыковые культурные связи. Таким образом, изучение азербайджанского языка за границей увеличило интерес в нашей стране к английскому, немецкому, французскому и другим языкам. В настоящее время можно свободно общаться с любым иностранным гражданином.

Из перечисленных выше языков английский язык, как наиболее распространенный международный язык изучается во всем мире. Потребность в английском языке, занимающем особое место среди языков мира, в настоящее время остается на высоком уровне потому, что желающий усвоить какую-либо информацию или сведения обязательно обращается к этому языку, может получить любые международные сведения о каждом происшествии. С любым народом можно построить общение на английском языке.

Изучение английского языка также широко распространено и в Азербайджанской Республике. С этой целью было увеличено количество часов для изучения английского языка в средних и высших учебных заведениях, были организованы курсы, увеличился объем методических пособий. Таким образом, были составлены и изданы все новые и новые билингвистические азербайджано-английские и англо-азербайджанские учебные и научно-практические словари на разнообразную тематику. Кроме этого, вспомогательные учебные пособия были составлены и распространены в пределах территории республики.

Наряду со всем этим, для глубокого усвоения английского языка создаются лингафонные кабинеты и лаборатории и, таким образом, используется все больше технических средств. Несомненно, в этой сфере используются компьютерные и интернет технологии, и они также приносят большую пользу. Причина этого заключается в том, что часто занятия проводятся при помощи компьютера, что помогает более основательно усвоить язык.

В процессе расширения международных связей также происходит процесс перехода слов из одного языка в другой. Например, за период приобретения нами независимости, что составляет около 20 лет, азербайджанский язык заимствовал немалое количество новых слов и терминов из английского языка, а также его посредством из других языков. Этот процесс имел особое место в период развития и распространения компьютерной технологии. Хотим привести примеры некоторых подобных слов: *kompyuter (компьютер), internet (интернет), fayl (файл), mesaj (сообщение), analoq (аналог), applet (апплет), audit (аудит), avtorinq (авторинг), baza (база), bit (бит), paket (пакет), katalog (каталог), klaster (кластер), kod (код), dizayn (дизайн), kompyuter dizayni (компьютерный дизайн), disket (дискета), disk (диск), konsol (консоль), pult (пульт), virus (вирус), kontent virus (контентный вирус), kursor (курсор), diler (дилер), dizayner (дизайнер), display (дисплей), domen (домен), drayver (драйвер), faktor (фактор), faks (факс), server (сервер), faks-modem (факс-модем), formulyar*

(формуляр), *interfeys* (интерфейс), *interpretator* (интерпретатор), *kursiv* (курсив), *matris* (матрица), *metafayl* (метафайл), *maus* (мышь), *operand* (операнд), *palitra* (палитра), *steeker* (стикер), *preambula* (преамбула), *printer* (принтер), *provayder* (провайдер), *rastr* (растр), *rekursiya* (рекурсия), *skaner* (сканер), *telematika* (телематика), *taimer* (таймер) и т.д.

Так как в азербайджанском языке нет слов, соответствующих этим терминам, то они перешли в азербайджанский язык сохранив свою форму, некоторые же подверглись небольшим изменениям.

Мы становимся свидетелями заимствования слов-терминов не только в области компьютерной технологии, но и в других многочисленных сферах. Например, *biznes* (бизнес), *biznesmen* (бизнесмен), *exit-pol* (экзит-пол), *referendum* (референдум), *kurrikulum* (куррикулум), *magistr* (магистр), *bakalavr* (бакалавр), *kredit* (кредит) и т.д.

Помимо заимствования лексических единиц наблюдается также распространение иностранных личных имен. Примерами мужских имен могут служить: *Elmar* (Эльмар), *Emil* (Эмиль), *Artur* (Артур), *İsa* (Иса), *Musa* (Муса), *Abel* (Абель), *İbrahim* (Ибрагим, Абраам), *Simon* (Симон), *Aleksandr* (Александр), *Alik* (Алик), *Davud* (Давуд), *Hamlet* (Гамлет), *Georq* (Георг)..., женские имена: *Elmira* (Эльмира), *Elza* (Эльза), *Eta* (Эта), *Ataliya* (Амалия), *Anjelika* (Анжелика), *Anjela* (Анжела), *Raya* (Рая), *Sara* (Сара), *Sabina* (Сабина), *Klara* (Клара), *Laura* (Лаура), *Yelena* (Елена), *Eleonara* (Элеонора), *Elfrida* (Эльфрида), *Elizabeta* (Элизабета), *Emile* (Эмили), *Esmiralda* (Эсмиральда), *Yasəmün* (Жасмин), *Lida* (Лидя), *Ofelya* (Офелия), *Rita* (Рита), *Zoya* (Зоя), *Cülyetta* (Джультетта), *Anya* (Аня), *Asiya* (Ася), *İra* (Ира) и т.д.

В нашей стране очень часто встречаются люди с иностранными именами, большинство из которых составляют имена, принадлежащие к наиболее распространенной германской группе языков.

Вообще, развитие межязыковых культурных отношений оказывает влияние на более тесную связь между разноязычными народами и эти отношения дают положительные результаты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гурбанов А.М. Общее языкознание. В 2-х тт. Б.: 2005
2. Общее языкознание. М.: 1970
3. Рыбакин А.И. Словарь английских личных имён. М.: 2000
4. Словарь иностранных слов. М.: 2009

Foreign Languages in Cross-Cultural Communication at the Beginning of the XXI Century

Being the main means of communication the language plays a great role as a communicative function among people. Any thinking activity of man is possible by means of a language. Language, playing the role of a social function, has 2 main functions: communicative and expressive. The process of transition of words from one language into another takes place during expanding international relations. We may observe it in both common nouns and proper nouns.

ფ. ყურბანოვა
აზერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი

უცხო ენები XXI საუკუნის დასაწყისის კულტურათშორის
კომუნიკაციებში

განხილულია უცხო ენების როლის საკითხები თანამედროვე კულტურათშორის
კომუნიკაციებში.

N.A. Madatova
Azerbaijan University of Languages

The Role of Foreign Languages in Intercultural Communication

Key words: English, culture, communication, teaching, barrier

As it is known lack of knowledge of another culture can lead, at the best, to embarrassing or amusing mistakes in communication. At the worst, such mistakes may confuse or even offend the people we wish to communicate with, making the conclusion of business deals or international agreements difficult or impossible. For this reason intercultural communication is of importance to international businesses as it examines how people from different cultures, beliefs and religions come together to work and communicate with each other. Thinking in this way, the role of foreign languages in intercultural communication is of great importance.

Nowadays the solution of actual problem of teaching English as a means of communication between representatives of different countries and cultures is considered to be one of the most important and discussed questions among scholars. The main answer to this question is that the languages should be learned in close relation with culture and world of nations speaking these languages. Every English lesson is an intersection of cultures, is manifestation of intercultural communication, because every English word reflects foreign world and foreign culture. But the level of a student, his knowledge depends not only on direct contact with a teacher.

English is less a "foreign language" than "intercultural language" English is not only a language that "the foreigners" speak. It is a language that anyone can use as a means of accessing peculiarities of cultures and traditions of other countries. Taking it into consideration, English is really a "key to the rich treasure box of the world"

According to Ter-Minasova for teaching English as a foreign language and teaching a foreign language as a means of communication it is necessary to create the atmosphere of real communication, to establish the relation of teaching foreign languages with life, to use foreign languages in natural, vital situations. As an example of it we can mention scientific discussions in foreign languages with the involvement of foreign specialists, discussions of foreign scientific literature, taking part in international conferences, working as an interpreter. The last is much more important because it manifests itself in communication, contact, understanding and giving information. (1, 25).

Ter-Minasova also considers that to teach people to communicate, to teach not only to understand foreign speech, but also to create it is a difficult problem, because

communication is not only a verbal process, its effectiveness depends not only on the knowledge of foreign language, but also on the rules of etiquette, knowledge of non-verbal means of communication (mimics, gestures), having much background and so on. (1, 26).

It is not enough to overcome language barrier, but it is also significant to overcome barrier of culture because culture is a shared system of symbols, beliefs, attitudes, values, expectations, and norms of behavior. Communicating with people from other cultures can be challenging. Cultures provide people with ways of thinking – ways of seeing, hearing, and interpreting the world. Thus the same words can mean different things to people from different cultures, even when they talk the "same" language. When the languages are different, and translation has to be used to communicate, the potential for misunderstandings increases. At the same time, our ability to foster successful communication between people of differing cultures will bolster our success in business and career. To overcome cultural barriers to effective communication, we must first learn what culture actually means. The question is often asked - "What is culture? How can it be defined and what does it do?" By way of answering the question a set of quotes has been compiled which hopefully gives some sort of indication as to what culture actually is.

Culture is a thin but very important veneer that you must be careful not to scratch. People from different cultures are basically the same and respond in the same way. However, make sure that you understand their basic customs and show an interest and willingness to learn the differences between your cultures. (Mike Wills)

Culture is the way in which a group of people solves problems and reconciles dilemmas. (E. Schein)

Culture is the fabric of meaning in terms of which human beings interpret their experience and guide their action. (Clifford Geertz)

Culture is a little like dropping an Alka-Seltzer into a glass-you don't see it, but somehow it does something. (Hans Magnus Enzensberger)

I do not want my house to be walled in on all sides and my windows to be stuffed. I want the cultures of all the lands to be blown about my house as freely as possible. But I refuse to be blown off my feet by any. (Mahatma Gandhi)

If man is to survive, he will have learned to take a delight in the essential differences between men and between cultures. He will learn that differences in ideas and attitudes are a delight, part of life's exciting variety, not something to fear. (Gene Roddenberry)

On a group of theories one can found a school; but on a group of values one can found a culture, a civilization, a new way of living together among men. (Ignazio Silone)

A culture may be conceived as a network of beliefs and purposes in which any string in the net pulls and is pulled by the others, thus perpetually changing the configuration of the whole.

(Jacques Barzun)

Culture is the name for what people are interested in, their thoughts, their models, the books they read and the speeches they hear, their table-talk, gossip, controversies, historical sense and scientific training, the values they appreciate, the quality of life they admire. All communities have a culture. It is the climate of their civilization. (Walter Lippmann)

Culture means control over nature. (Johan Huizinga)

Culture is roughly anything we do and the monkeys don't. (Lord Raglan)

The concept "culture" is rather intuitive. People generally have clear judgements about whether particular objects, behaviors, relationships and beliefs are cultural. It is clear that most people have developed an ability to communicate through a foreign language.

Organic evolution has proven unable to elucidate the origin of language and communication. Materialistic science is insufficient at explaining not only how speech came about, but also why we have so many different languages. Linguistic research has determined that human speech is highly dependent on a neuronal network located in specific sites within the brain. This intricate arrangement of neurons, and the anatomical components necessary for speech, cannot be reduced in such a way that one could produce a "transitional" form of communication.(2, 34).

On the basis of the observations made so far, it can be concluded that becoming effective communicators in a foreign language and culture can be extremely demanding and time consuming. In spite of the great amount of research many questions remain open regarding the variables that influence this process. Some key issues to be investigated are:

- What are the links between language and culture, and how can they be emphasized for learners to become aware of the underlying connections between symbols and meaning?
- How does communication operate across cultures?
- How can learners' knowledge of English including both linguistic and cultural aspects, be best promoted?

Language is a fundamental tool that humans use to construct and exchange meaning with one another. Meaning making through linguistic exchanges is an activity that is situated in a shared social and cultural context. Therefore, in order to be able to communicate successfully, it is necessary to understand the cultural context in which language is used. Consequently, learning to use the same language as our interlocutors provides us not only with a tool to facilitate interaction on the simplest and most practical level, but also with insight into the other's culture, facilitating mutual understanding.

Список использованной литературы

1. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учебн. пособие) — М.; Слово/Slovo, 2000.
2. Ron Scollon , Suzanne Wong Scollon Intercultural Communication Blackwell Publishing. Second Edition 2002

*ნ. მადატოვა
ახერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი*

უცხო ენების როლი ინტერტექსტუალურ კომუნიკაციებში

განხილულია ინტერტექსტუალური კომუნიკაციების ცალკეული საკითხები და უცხო ენების როლი ასრგადამკვმ სისტემებში.

Русский язык в общеобразовательных школах Грузии

Демократизация системы обучения предполагает такую организацию процесса обучения, при котором учащиеся приобретают необходимые им знания, навыки и умения для удовлетворения совершенно определенных личностных притязаний оптимальным для них образом в кратчайшие сроки. По отношению к обучению иностранным языкам это означает максимальный учёт мотивации и конкретных ценностных ориентаций учащегося с правом получения сертификата о языковом образовании, признаваемого не только в стране изучаемого языка.

Потребность в таком подходе к организации изучения русского языка была осознана в Грузии в так называемых "нулевых" годах XXI века в связи с геополитическими преобразованиями, произошедшими на территории бывшего Советского Союза. Изменился статус русского языка, была отменена обязательность его изучения, изменились языковая среда и сферы использования русского языка.

Как член Совета Европы Грузия вошла в разноязыкое культурное пространство, в которое невозможно интегрироваться, не зная иностранных языков. В соответствии с требованиями времени в рамках реформы образования были разработаны государственные языковые стандарты, которые, наряду со стандартами всех изучаемых в общеобразовательной школе предметов, вошли в Национальный учебный план, впервые изданный Центром национальных учебных программ и оценки в 2006 году.¹ Следует отметить, что языковые стандарты были приведены в соответствие с требованиями Совета Европы, чтобы облегчить учащимся сдачу экзаменов на получение иностранного диплома или сертификата, подтверждающего знание того или иного иностранного языка. Стандарт обучения иностранным языкам предусматривает изучение в средней школе минимум двух языков.

В том же документе (Национальный учебный план) был зафиксирован новый статус русского языка как иностранного. Русский язык стал одним из четырех иностранных языков (наряду с английским, немецким, французским), изучение которых в школе финансируется государством. Фактически в школах Грузии появился новый предмет – РКИ.

Хотелось бы привести данные, действительные на сентябрь 2009 года:

Количество школ

с преподаванием иностранного языка	по обычной программе	по усиленной программе
Английского	1689	296
Русского	2283	95
Немецкого	1258	89

¹ Следует отметить, что Центр национальных учебных программ и оценки был создан Министерством образования и науки Грузии в апреле 2006 года. До этого функция центра с 2003 года осуществлялись группой, ответственной за разработку учебных программ, в проекте "Илья Чавчавадзе".

Возрастает количество школ с преподавание английского языка, однако, нужно отметить, что на сегодняшний день русский язык прочно удерживает статус второго иностранного языка и степень его востребованности в Грузии достаточно высока.

Как известно, Комитетом Союза Европы по образованию и иностранным языкам была издана рекомендательная сетка для того, чтобы оценить степень овладения иностранным языком. Этим документом определяются 3 уровня владения иностранным языком:

- А - уровень основного пользователя – элементарный, который подразделяется на А1 – элементарный и А2- основной;
- В – уровень независимого пользователя, который подразделяется на В1 – пороговый и В2 – пороговый продвинутый;
- С – уровень специалиста (свободное владение языком), который также подразделяется на 2 подуровня.

Поскольку достижение порогового уровня знания иностранного языка становится целью школьного обучения, именно уровни А1, А2, В1 оказались в центре внимания группы экспертов иностранных языков нашего центра, разрабатывавшей стандарты для общеобразовательной школы. Каждый из данных уровней был отражен в определенном уровне Стандарта иностранных языков для общеобразовательных школ Грузии. Стандарт иностранных языков общеобразовательной школы предполагает деление на уровни D (დაწყებითი) - для начальной школы (1-6 классы) и S (საბაზო-საშუალო) - для базовой (7-9 классы) и средней (10-12 классы) ступеней.

Соответствие уровней владения иностранным языком в общеобразовательной школе, разработанных в нашем центре, уровням владения иностранным языком, установленных Комитетом Евросоюза, хорошо видно из нижеприведенных таблиц:

Начальная школа ²				
Уровни стандарта иностранного языка для общеобразовательной школы	D 3	D 4	D 5	D 6
Соответствующий уровень стандарта Евросовета	A 1.1	A 1.2	A 2.1	A 2.2

Базовая и средняя школа							
Уровни стандарта иностранного языка для общеобразовательной школы	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7
Соответствующий уровень стандарта Евросовета	A1	A2	B 1.1	B 1.2	B 1.3	B 1.4	B1+/ B2

² Тут же следует отметить, что уровни D, кроме D5 и D6 не предполагают активного изучения языка. Они как бы подготавливают учащегося к активному овладению языком, что обусловлено соответствующими особенностями психологического развития учащихся начальной ступени обучения.

Переход на поуровневое обучение иностранным языкам в школах был осуществлен в прошлом году. Это делает учебный план более гибким, дает возможность педагогу внести в класс учебник, соответствующий запросам и возможностям учащихся. Например, учебник S1 уровня можно внести в 7 класс, если обучение иностранному языку начинается с седьмого класса (второй иностранный язык), а можно в 10-ый, если это третий иностранный язык, и учащиеся только начали его изучать. Учитель вправе внести один и тот же учебник, например, в 8 и 9 классы, если считает это необходимым, исходя из реального положения дел. Выбор учебника является прерогативой учителя.

Стандарт состоит из преамбулы, непосредственно стандарта и содержания стандарта. В преамбуле указываются цели и задачи обучения иностранному языку в средней школе, достижение которых подразумевает решение задач определенного типа. Также в преамбуле определяются воспитательные и образовательные цели обучения иностранному языку в школе на каждой из трех ступеней образования: начальной, базовой и средней. Цели, как воспитательные, так и образовательные, различны на разных ступенях общеобразовательной школы, что обусловлено психофизическими особенностями учащихся соответствующих возрастных групп.

Если на начальной ступени обучения главной задачей преподавания иностранного языка является стимулирование интереса учащегося к изучаемому языку, к культуре народа-носителя, то на последующих этапах обучения происходит формирование навыков и умений, необходимых для ведения устной и письменной коммуникации на двух иностранных языках, самосовершенствования в выбранных для изучения языках, ведения интеракции в различающихся социокультурных контекстах.

Непосредственно языковой стандарт включает в себя семь направлений: аудирование, чтение, письмо, говорение, стратегии обучения, диалог культур и практическое применение иностранного языка.

Из вышеперечисленных направлений пять достаточно традиционны. Это аудирование, чтение, письмо, говорение и диалог культур. Остановимся на двух: стратегии обучения и практическое применение иностранного языка.

Основная цель направления "Стратегии обучения" сформировать и развить навыки и умения, необходимые для овладения процессом обучения, научить ребенка учиться, анализировать процесс обучения, выбирать подходящие стратегии чтения, письма, аудирования, говорения, анализа текста, запоминания лексики и т.д., и пользоваться ими в процессе обучения, чтобы в дальнейшем без труда продолжить самообразование, заняться самостоятельным изучением языка. Надо отметить, что данные навыки и умения применимы не только к обучению иностранному языку, но и к любому другому предмету.

Что касается направления "Практическое применение иностранного языка", оно было внесено в стандарт в прошлом году и предполагает выполнение комплексных заданий, таких как проект или переработка текста (его перевод или резюмирование) с последующим использованием, например, на конференции учащихся. Работа может быть выполнена как индивидуально, так и в группах. Данное направление стандарта особенно плодотворно на последней ступени обучения.

По каждому направлению каждого уровня владения языком определены итоги (результаты), которых должен достичь учащийся на каждой ступени обучения. Количество итогов для одного уровня колеблется от 18 до 24-х. Достигнут или нет данный итог, можно проверить с помощью расписанных ниже индикаторов. Например, если на уровне S4 одним из итогов аудирования является:

Ип. S. IV. 3. Учащийся слушает и понимает радиопередачи (информационные бюллетени, туристический репортаж, интервью) на знакомую тематику,

его индикаторами будут:

- Распознает рубрику передачи (новости из-за границы, новости спорта/культуры, обозрение прессы, репортаж, и др.);
- Распознает основную тему/основные вопросы;
- Выбирает конкретную информацию (кто, когда, где, куда, какой, сколько и др.);
- Отличает друг от друга интервьюера и корреспондента, различает их оценки;
- Отличает факты от предположений и оценки;
- Связывает конкретные детали с основной информацией;
- Делает конкретные заключения.

Если учащийся выполняет учебные действия (активности), которые соответствуют четырем индикаторам из семи, его работу следует признать удовлетворительной. Количество индикаторов определяется сложностью итога. Индикаторы построены так, что, основываясь на них, опытный педагог без труда составит несколько упражнений по заданной теме.

Третьей частью стандарта является программа по всем четырем языкам, включающая в себя лексику, грамматику, орфографию, синтаксис и т.д. и список интенций, которые являются важной частью изучаемого материала для любого иностранного языка. Неоценимую помощь по переработке данного материала в ключе функционального использования оказала нам группа экспертов, среди которых два представителя Тбилисского технического университета, а также опытный педагог РКИ.

Со стандартом иностранных языков, равно как и со стандартами других предметов, можно познакомиться на сайте Центра национальных учебных программ и оценки www.ganatileba.org (www.ganatileba.org/index.php?m=102 выложен его русский перевод).

Одновременно с созданием Стандарта по иностранному языку в нашем Центре была намечена программа по созданию новых учебников, соответствующих Стандарту, и введено грифирование. Процедура грифирования подразумевает экспертизу учебника с лингвистической и методической точек зрения по заранее разработанным 48-ми критериям, с которыми также можно ознакомиться на сайте Центра. Только прошедший данную процедуру и получивший гриф учебник может быть внесен в общеобразовательные школы.

Наша работа открыта широкой общественности и данная процедура происходит с привлечением экспертов со стороны, в частности, преподавателей РКИ ВУЗов и школ. Хочется с благодарностью отметить плодотворную работу профессоров Тбилисского технического университета, которые принимали участие в процессе грифирования в апреле-мае 2010 года наряду с экспертом по РКИ Центра национальных учебных программ и оценки.

Создание учебников по русскому языку как иностранному было связано с определенными сложностями. РКИ, в принципе, новый в Грузии предмет, и опыта в создании подобного учебника не было. Центром национальных учебных программ и оценки в 2006 году был проведен цикл тренингов для потенциальных авторов учебников по иностранному языку, в том числе и по РКИ. Кроме того, им было предложено принять участие в пилотировании создаваемых учебников, которое осуществлялось в несколько этапов в течение года.

Процесс пилотирования не исключал снятия неудачного учебника с одного из этапов пилотирования. Учебник, с успехом прошедший все стадии пилотирования, передавался на конкурс. Конкурс проходит в апреле каждого года. Пилотирование создаваемого учебника не гарантировало его неопределенного одобрения и грифирования, но имело то преимущество, что в процессе пилотирования с авторами работали наши эксперты, отмечая несоответствия, помогая исправлять методические ошибки и т.д. Те,

кто предпочитал работать самостоятельно, также могли подать учебники на конкурс на равных основаниях с авторами пилотируемых учебников.

В результате пяти лет работы мы имеем рынок учебников по РКИ, составленных в соответствии с новыми стандартами. Нельзя сказать, что все они идеальны, но по некоторым из них можно неплохо работать. Лучше всего обстоит дело с учебниками для начальной ступени образования для 3-его, 4-ого и 5-ого классов. В 2011 году обязательно состоится конкурс учебников 6-ого класса, и линию учебников для начальной ступени образования можно считать завершенной.

Что касается пособий для базовой и средней ступеней образования, на данный момент мы имеем учебники для уровней S1, S2 (базовая ступень) и S6 (ступень среднего образования), соответствующие новым стандартам. Учебники для остальных уровней нуждаются в серьезной переработке, которая, надеемся, будет осуществлена. В результате мы будем иметь несколько завершенных серий учебников РКИ. Педагог должен иметь выбор.

Теперь о проблемах. Основной проблемой остается вопрос переподготовки учителей русского языка. В период пилотирования новых учебников тренинги учителей проходили практически во всех регионах в течение нескольких лет. Тренинг-программы предусматривали знакомство с новым стандартом, методические тренинги, работу непосредственно с разрабатываемыми учебниками. Однако эти тренинги проводились только для учителей тех школ и классов, в которых проходило пилотирование новых учебников и, безусловно, не могли охватить всех желающих.

Помимо тренингов непосредственно по предмету, педагогам необходима методическая переподготовка, что требует грамотно составленных новых тренинг-программ и хорошо подготовленных тренеров.

Нашим центром издается газета "Диалог", (имеющая приложение "Диалог+",) в которой печатаются как переводные, так и оригинальные статьи по методике преподавания различных дисциплин, в том числе и иностранных языков. Газета распространяется в школах Грузии. Но методической литературы явно не хватает.

По всем этим направлениям нашим Центром намечены определенные программы, которые, надеемся, будут реализованы. Впереди ещё очень много работы.

ა. მხვიტი
საწავლო პროგრამების და შეფასების ეროვნული ცენტრი
რუსული ენა საქართველოს ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლებში

2003-2006 წ. ეროვნული სასწავლო გეგმებისა და შეფასების ცენტრის მიერ გამოცემულ ეროვნულ სასწავლო გეგმაში დაფიქსირდა რუსული ენის ახალი სტატუსი, როგორც უცხოური ენის. რუსული ენა არის ერთ-ერთი ოთხი უცხოური ენიდან, რომელთა შესწავლა სკოლაში ფინანსდება სახელმწიფოს მიერ.

უცხოური ენების სტანდარტით გათვალისწინებულია მინიმუმ ერი უცხოური ენის შესწავლა საჯარო სკოლაში.

სტატისტიკა გვიჩვენებს, რომ დღეისათვის რუსული ენა საქართველოში სტაბილურად ინარჩუნებს მეორე უცხოური ენის სტატუსს.

უცხოური ენის სტანდარტი დაყოფილია ენის ფლობის დონეებათ დაწყებითი, საბაზო და საშუალო სწავლების საფეხურებისთვის. დონეები შესაბამება განათლებისა და უცხოური ენების ევროსაბჭოს კომიტეტის მიერ შემუშავებულ სარეკომენდაციო ჩარჩოს.

ენობრივი სტანდარტი შეიცავს მოსმენის, კითხვის, წერითი და ზეპირი მეტყველების, კულტურათა დიალოგის და უცხოური ენის პრაქტიკული გამოყენების მიმართულებებს.

მიმართულებები დაყოფილია შედეგებათ. შედეგს მოსდევს ხარისხის შემოწმებისთვის განკუთვნილი ინდიკატორები.

ახალი სტანდარტების მიხედვით შექმნილია რუსულის, როგორც უცხოური ენის სახელმძღვანელოები დაწყებითი სკოლის დ3-5 დონეებისთვის და ასევე ს1, ს2 (საბაზო) და ს6 (საშუალო საფეხურისთვის) დონეებისთვის. პერსპექტივაში სასკოლო სახელმძღვანელოების ბაზარზე შემოვა რუსულის, როგორც უცხოური ენის რამდენიმე დასრულებილი სერია.

Russian Language in Secondary Schools of Georgia.

The new status of the Russian language has been fixed by National Curriculum for Education, which promulgated by National Curriculum and Assessment Centre in 2003-2006 years.

According to Foreign languages Standard it is obligatory to learn at least 2 foreign languages at public school. Russian language is one of those 4 languages which are financed by the government to be learned at school. The statistics shows that the Russian language in Georgia stably preserves the second foreign languages place.

The Foreign languages Standard is divided elementary, intermediate and secondary education levels. The levels are similar to the recommendation frame issued by the European Council committee of Education and Foreign languages.

T. Цомая

Грузинский Технический Университет

Структурно-семантическая и грамматическая характеристика фразеологических единиц современного английского языка

Метафорическое переосмысление прототипов ФЕ (фразеологических единиц), особенно переменных словосочетаний, — один из важнейших источников обогащения фразеологии любого языка, в том числе и английского. Метафорические фразеологизмы основаны на различных видах сходства, реальных или воображаемых, и могут обозначать только лиц, только нелиц или тех и других. Тем не менее, подавляющее большинство ФЕ вообще, и метафорических в частности, носит антропоцентрический характер, т.е. относится к человеку или к тому, что с ним связано. Эти обороты обычно имеют оценочный характер. Оценки могут быть как отрицательными, так и положительными. Но встречаются и безоценочные обороты.

Отрицательная оценка. Сходство возраста: *babes and sucklings* — новички, совершенно неопытные люди (ср. молоко на губах не обсохло); сходство поведения: *a dog in the manger* — собака на сене; сходство положения: *a round peg in a square hole* (или *a square peg in a round hole*) — человек не на своем месте; *a snake in the grass* — змея подкодная и др.

Положительная оценка. Сходство мощности: *a tower of strength* — надежная опора, человек, на которого можно положиться как на каменную стену (шекспиризм); сходство по значимости: *a big gun* — важная персона, «шишка» (букв. «тяжелое орудие»).

Некомпаративные обороты могут быть как с подчинительной, так и с сочинительной структурой. Число некомпаративных адъективных ФЕ в английском языке незначительно. ФЕ этого типа в подавляющем большинстве относятся к людям: *dry*

behind the ears — зрелый, оперившийся; *long in th tooth* — старый; — песок сыплется (длинные зубы у лошади — признак старости); *quick on the trigger* — импульсивный, быстро реагирующий; *slow on the trigger* — медленно реагирующий и др.

Для оборотов этого структурного типа, т.е. для фразеологизмов с подчинительной структурой, характерно полное переосмысление компонентов. Частичное переосмысление встречается реже, например, *quick on the trigger*, *slow on the trigger* и др.

Адъективные ФЕ с сочинительной структурой являются двучленными оборотами: *alive and kicking* (разг., шутл.) — жив и здоров; цел и невредим; полон жизни (ср. жив курилка); *high and mighty* — высокомерный, надменный, властный, заносчивый и др. Некоторые адъективные ФЕ с сочинительной структурой относятся к неліцам, например, *dead and buried* (тж. *dead and gone*) — исчезнувший без следа, утративший силу, свои основные свойства; — дело прошлого.

Адъективные ФЕ с сочинительной структурой могут также относиться как к лицам, так и к неліцам, например, *common or garden* — заурядный, самый обыкновенный; шаблонный, избитый.

Sib's judgment is just his opinion of Sib — common or garden impatience of any one else (J. Galsworthy).

Соединительная связь. Этот вид связи наблюдается в идиомах следующих типов:

в парносинонимичных ФЕ: *free and easy* — свободный, непринужденный; бесцеремонный; *high and mighty* — высокомерный, заносчивый;

в ФЕ, компоненты которых относятся к близкой семантической сфере: *alive and kicking* (разг., шутл.)-жив и здоров; *up and doing* — деятельный, энергичный; не теряющий времени попусту; проворный, шустрый.

Соединительно-разделительная связь. Соединительно-разделительная связь наблюдается в обороте *common or garden* — заурядный; шаблонный.

Адъективные ФЕ с сочинительной структурой обычно употребляются в качестве предикативного члена составного именного сказуемого, как в простых, так и в сложных предложениях.

Daisy: The past is dead and gone (W.S. Maugham). *It's well known, isn't it, that her circle is very free and easy* (J. Galsworthy).

Существуют компаративные обороты, употребляющиеся только с прилагательным в сравнительной степени: *more dead than alive* — полумертвый (от усталости), смертельно усталый (не смешивать с русским ни жив ни мертв).

У компаративных ФЕ только подчинительная структура. А адъективные сравнения выступают в предложении в качестве определения, постпозитивного или обособленного, а также предикатива.

«You might give me a hand at least, Anne,» she said «instead of standing with a face as black as thunder» (D. Cusack).

(as) right as rain — 1) совершенно здоров, в добром здравии; 2) в хорошем состоянии, в полном порядке

«You all right again, Roy?» the Indian said to him. Roy nodded. «I'm all right, Bob,» — he said. — «Right as rain» (J. Aldridge).

Таким образом, функции адъективных сравнений совпадают с функциями прилагательного с той разницей, что положение в постпозиции для адъективных сравнений является нормой, а в препозиции — отклонением от нормы. Препозитивное

употребление адъективных сравнений встречается редко и является окказиональным стилистическим приемом.

Адвербиальные ФЕ с точки зрения их семантических особенностей делятся на два класса: качественные и обстоятельственные.

Качественные адвербиальные ФЕ обозначают признаки пп цесса, т.е. характеризуют его с качественной стороны. Они подразделяются на ФЕ образа действия и ФЕ меры, степени.

1. Адвербиальные ФЕ выявляют образы действия, к подобным оборотам относится, например, *fair and square* — честно, прямо: *Judith: ...the truth must be faced fair and square (N. Coward)*

Часто адвербиальные ФЕ выражают интенсивность действия. К таким ФЕ относятся *by hook or by crook* — всеми правдами и неправдами; *by leaps and bounds* — быстро, стремительно; — семимильными шагами; *hammer and tongs* — энергично; яростно; — засучив рукава; *tooth and nail* — изо всех сил; — не на жизнь, а на смерть.

And under the control of a few persons, our trusts wax and exploitation grows by leaps and bounds (Th. Dreiser).

Неполноту действия обозначают ФЕ *by fits and starts* — урывками и нерегулярно и *off and on (или on and off)* — время от времени, изредка.

...she could get none but broken sleep by fits and starts (Ch. Dickens).

Полноту действия выражают ФЕ типа *hook, line and sinker* и *lock, stock and barrel* — полностью, целиком; *from A to Z* — с самого начала до самого конца; — от а до я, от альфы до омеги.

I was the mug. I fell for it, hook, line and sinker (A. Marshall). They were buying his farm from him — lock, stock and barrel... (W. Faulkner).

2. Адвербиальные ФЕ меры, степени. К таким оборотам относятся: *in large measure* — в значительной мере; *to a high degree* — очень, чрезвычайно и др.

She knew Hudson a slight, middle-aged man; his manner restrained, polished to a high degree (AJ. Cronin).

Встречаются полисемантические качественные адвербиальные ФЕ: *neck and crop* — 1) быстро, стремительно, с применением физической силы: *Practically I have been thrown out, neck and crop. All my luggage is lost (H.G. Wells);*

2) основательно, полностью, совершенно: *We're going neck and crop for Fashion (Ch. Dickens).*

Первый фразеосемантический вариант обозначает образ действия, а второй — степень действия.

Обстоятельственные адвербиальные ФЕ не характеризуют действие с качественной стороны, а обозначают обстоятельства, условия, в которых совершается действие, т.е. нечто внешнее по отношению к действию. Выделяется несколько групп обстоятельственных ФЕ.

1. Обстоятельства, при которых совершается действие. Примером может служить ФЕ *rain or shine* — при любых обстоятельствах, несмотря ни на что.

Eli: I have a job which brings in thirty dollars a week, rain or shine (I. Shaw).

Устный характер действия может быть выражен ФЕ *by word of mouth* — устно, на словах.

He had always a certain shyness in expressing himself by word of mouth (W.S. Maugham).

2. Обстоятельства места (обозначают пространственные признаки): *from China to Peru* — «от Китая до Перу», с одного конца земли до другого; *from John o'Groat's to Land's*

End (тж. *from Land's End to John o'Groat's*) — с севера до юга (или с юга до севера) Англии, с одного конца страны до другого.

In Perfect State ... culture will reign from China to Peru (R. Aldington).

3. Обстоятельства времени (обозначают протекание действия во времени): *in a flash, in less than no time, in the twinkling of an eye, in two shakes (of a lamb's tail)* — моментально, мгновенно; — в мгновение ока; *in the year dot* (разг., шутил.) — в незапамятные времена, во время оно; — при царе Горохе.

He was constantly revivifying theories that had been decently interred in the year dot (E. Wallace).

4. Обстоятельства причины: *in one's cups* — спьяну; *in the hea of the moment* — сгоряча. *They were all shouting at me to hurry up and in the heat of moment I forgot to pick up the envelope with the tickets* (ODCIE).

5. Обстоятельства цели: *on the off-chance* — в надежде, на всякий случай.

She went to the party on the off-chance that his friends would be there (LD).

В адвербиальных ФЕ с константновариантной зависимостью компонентов взаимозаменяемыми могут быть как существительные, наречия, так и предлоги.

Адвербиальные фразеологические единицы с подчинительной структурой; многие из этих ФЕ начинаются с предлогов *at, by, on, under with* и др.: *at (или in) the (very) nick of time* — в самый последний момент; *by word of mouth* — устно; *on one's own hook* (разг.) — самостоятельно, на свою ответственность; — на свой страх и риск; *with all one's heart (and soul)* — от всей души, от всего сердца; всей душой, всем сердцем.

Имеется также небольшое число адвербиальных ФЕ с подчинительной структурой, употребляющихся только в отрицательной форме: *not a shot in the locker* — без денег, ни пени в кармане.

К адвербиальным ФЕ с подчинительной структурой относятся также адвербиальные сравнения и полукомпаративные фраземы. Сравнительные обороты, выполняющие в предложении функцию обстоятельства образа действия, могут употребляться как в постпозиции, так и в препозиции к глаголу, и при этом запятыми не выделяются.

She'll marry you, send you out to work, and you'll end up as clean as a new pin (J. Osborn).

Когда сравнение употребляется в качестве обособленного определения, оно выделяется запятыми или, если оно стоит в начале предложения, после него ставится запятая. Отсутствие или наличие запятой или запятой существенно в тех случаях, когда возникает неясность, относится ли сравнение к глаголу или к существительному. Пунктуация помогает определить, имеем ли мы дело с адъективным или адвербиальным сравнением.

Адвербиальные компаративные единицы могут выступать в качестве обособленного обстоятельствгсу Причиной такого обособления может быть как ослабление связи между сказуемым и обстоятельством, так и стремление к эмфазе.

He's a wonderful revolver shot! I saw him knock a hole right through the aces of the four suits of cards in four consecutive shot as clean as a whistle.

Все эти ФЕ являются целиком образными адвербиальными оборотами, образующими второй элемент сравнения. Полное сравнение возникает лишь в речи.

I confess that I danced like a cat on hot bricks (P.G. Wodehouse).

Полукомпаративные обороты данного структурного типа в других контекстах могут употребляться обособленно в качестве эллиптического предложения, но опущенными являются переменные компоненты, поэтому природа фразем не меняется, усиливается лишь их зависимость от контекста.

«Like a Trojan» (E. O'Connor).

Некоторые полуконпаративные словосочетания начинаются с союза *as if*, например, *as if by magic* — словно по волшебству; *as if touched with a wand* — как по мановению волшебной палочки.

There was dinner prepared and there were bedrooms ready and everything was arranged as if by magic (Ch. Dickens).

Можно выделить следующие структурные типы адвербиальных ФЕ по числу знаменательных компонентов:

Двухкомпонентные ФЕ: *hammer and tongs* — энергично, изо всей силы; *high and low* — повсюду, везде; *off and on* (или *on and off*) — время от времени, с перерывами, попеременно и др.

К ФЕ с сочинительной структурой относятся и обороты с начальными полупредлогами. ФЕ этого типа по числу знаменательных компонентов могут быть двухкомпонентными или трехкомпонентными.

Двухкомпонентные ФЕ: *by fits and starts* (амер. *in fits and starts*) — урывками, нерегулярно; *in sackcloth and ashes* (библ.) — посыпав пеплом главу, в горе и покаянии; *up hill and down dale* — 1) Не разбирая дороги; — куда глаза глядят; 2) основательно, энергично, во всю и др.

Трехкомпонентные ФЕ: *between the upper and nether millstones* — в безвыходном положении; — между молотом и нако-

Глагольные ФЕ относятся к классу номинативных и номинативно-коммуникативных единиц, вследствие того, что одни из них являются словосочетаниями, а другие — как словосочетаниями, так и предложениями.

Глагольные ФЕ могут быть полностью или частично пересмысленными мотивированными или немотивированными оборотами. Основными типами пересмысленными являются метафора, метонимия и сравнение. Метафорические ФЕ часто бывают гиперболическими или эвфемистическими. Немотивированность ФЕ вызывается как лингвистическими, так и экстралингвистическими факторами.

Использованная Литература:

1. Antrushina G.V. English lexicology. –M, 1999 p.151-156
2. Stovokor T. A. „Semantic relations and the lexicon: Antonyms, Synonyms and other paradigms, , M. 2008 p. 61-63
3. Амосова Н.Н. Основы Английской фразеологии. – Л.1998. стр. 43
4. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. – М. 1998стр. 202
5. Берлизон С.Б. Специфика семантики фразеологических единиц и роль структурных компонентов в ее определении // Семантическая структура слова и фразеологизма: (СБ) Рязань, 1980. стр. 99
6. Звезгина В.А. Семасиология. – М. 1989. стр. 11-18
7. Кунин А.В. Фразеология современного английского языка. – М. 2005. стр. 92-101
8. Кумахова З.М. Конверсивные отношения в английской фразеологии; М. 1990, стр. 21-23

თავი ცომბაი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

თანამედროვე ინგლისური ენის ფრაზეოლოგიური ერთეულების
სტრუქტურულ-სემანტიკური და გრამატიკული თავისებებებანი

ნაშრომში განხილულია ისეთი ფრაზეოლოგიური ერთეულები, რომლებიც
ანტროპოცენტრულ ხასიათს ატარებენ, ისინი დაკოფილია უარყოფით, დადებით და

არაშეფასებად ბრუნებზე. ადეკვატური ფრაზეოლოგიური ერთეული მისი სემანტიკური თვალსაზრისით წარმოდგენილია ხარისხობრივად და მდგომარეობითად. ნაშრომში ასევე წარმოდგენილია ადეკვატური ფრაზეოლოგიური ერთეულის ორკომპონენტიანი და სამკომპონენტიანი სახეობები. შემოსხენებული ფრაზეოლოგიური ერთეულების განხილვის და შესწავლის შედეგად გამოვლინდა, რომ სმნის ფრაზეოლოგიური ერთეულები ეკუთვნის ნომინატიურ და ნომინატიურ-კომუნიკაციურ ერთეულთა კლასს. შედეგად იმისა რომ, ერთერთი მათგანი წარმოადგენს სიტყვათაშერწყმას, ხოლო მეორე როგორც სიტყვათაშერწყმას ასევე წინადადებას. ასევე დადგინდა რომ, სმნის გრაზეოლოგიური ერთეული შეიძლება წარმოადგენდეს მთლიანად ან ნაწილობრივ შეცვლილ, მოტივირებულ ან არამოტივირებულ ბრუნებებს.

Tea Tsomaia

Technical University of Georgia

Structural-semantic and grammatical characteristics of phraseological units of the modern English language

There is revealed such kind of phraseological units which are anthropocentric ones, and they are divided into negative, positive and unestimated constructions in the article. Adverbial phraseological units in terms of their semantic features are divided into two classes: qualitative and circumstantial. There are also discussed double-componential and triple-componential structures of adverbial phraseological units in the work. As a result of revealing and discussing the above-mentioned phraseological units, there were settled the fact that, verbal phraseological units belong to the class of nominative and nominative-communicative ones, as one of them is a combination of words and the other represents both a combination of words and sentence. There was also revealed, that verbal phraseological units can present completely or partially reinterpreted, motivated or unmotivated constructions.

Key words: phraseological units, semantic features, adverbial phraseological unit, nominative and nominative-communicative unit, motivated or unmotivated construction.

¹Prof. Dr. M. Shreedhar

M.M. Engineering College, Mullana, Ambala-133 203, Haryana, India

The Use of Information Technology In School Education System - A Theoretical View

Dr M Rajani, Professor ,

Ch Gayathri, Assistant Professor, MM University,

M V P Kumar, Asst Professor, MM University,

P R Sudha, Assistant Professor ,

Keywords Educational technology, classroom technology, electronic classrooms, learning instruction Introduction

Although universities create and acquire knowledge, they are seldom successful in applying that knowledge to their own activities (Garvin, 1993). In fact, academic institutions typically lag business by roughly a decade in the adoption of new technologies (U.S. Congress, 1988). This is certainly true in terms of the application of information technology (IT) into the learning process the blackboard and chalk remain the primary teaching technologies in many business schools even while the merits of information technology to improve

communication, efficiency and decision making in organizations are recognized and inculcated by IS researchers. However, as business schools experience increased competitive pressures, information technology is one area that schools might use to differentiate or compete with or forming educational processes. IT is not heralded as a miraculous yet unpredictable means of mitigating educational alteration, but as an efficacious means of enabling international changes in teaching and learning processes.

Some business schools have already begun building classroom facilities that incorporate information technologies in hopes of improving the learning and teaching processes.

Some business schools have already begun building classrooms facilities that incorporate information technologies in hopes of improving the learning and teaching processes. For example, many universities houses an electronic ally and anonymously (Alavi, 1994). At Harvard Business School, a pilot program was conducted where each students dormitory room was equipped with a personal computer networked to share laser printers and scanners in common living spaces. Interactive computer application and simulation exercises were used to supplement the traditional case study firms, allowing the students 'to visit' the factory they were studying and 'meet' the key players in the case before going to class. The student also had access to Headline News, a consolidation of major news from leading magazines and newspapers across the world, and a plethora of economic and financial databases from commercial providers to augment the industry analysis (The Harbus News, 1994).

Although promising these developments remain isolated experiment even within their own institutions. Which such developments represent attempts to provide technology tools to improve the teaching and/or learning processes, they often undertaken without a thorough assessment of the learning gains desired or even possible. For instance, high expectations without clear objectives and realistic goals may lead to the development of state-of-art facilities, at once impressive yet intimidating, replete with potential yet lacking clear guidelines on how to use the technology is thus needed. The objectives of this paper is to delineate technologies currently available to support traditional and non-traditional methods of learning in order to help guide universities in their learning technology investment decisions, to help professors effectively apply the new classroom technologies, and to manage the expectations of University administrators and professors concerning the benefits of the technologies.

The premises of this paper are that the effectiveness of information technology in contributing to learning will be a function of how well the technology supports a particular model of learning and appropriateness of the model to a particular learning situation. The paper begins with a discussion of the most commonly advocated models of learning. How the assumptions of IT are intertwined with the assumptions of the learning models is then analyzed. The mapping of pedagogical assumptions helps to identify the types of technologies that automate the traditional learning model and those that begin to enable transformation into a new model. Borrowing from the technology and organizational change literature, three transformational visions are described: informate up, informate down, and transform to a virtual learning space. The paper concludes with a discussion of technologies that management schools might consider investing in if they desire radical changes in their educational processes.

Theories of Learning:

Assumptions

The use of IT in an educational setting will reflect either purposely or inadvertently some model of learning. The following review of learning models is not exhaustive; rather it seeks to highlight major differences among the more widely accepted models of learning in terms of their assumptions, goals, and instructional implications.

Learning models are often classified as being behavioral or cognitive. Objectivism, also referred to as the traditional model of learning, is the behavioral model of learning and represents a traditional view of learning. The primary competing cognitive model is constructivism. The constructivist model

has a number of derivations including collaborativism and cognitive information processing. The socioculturalism model shares some assumptions and goals with constructivism, but challenges some others.

The Objectivist model of learning

The objectivist model of learning is based on Skinner's stimulus-response theory; learning is a change in the behavioral disposition of an organism (Jonassen, 1993) that can be shaped by selective reinforcement. The tenet of the model is that there is an objective reality and the goal of learning is to understand this reality and modify behavior accordingly (Jonassen, 1993). The goal of teaching is to facilitate the transfer of knowledge from the expert to the learner. Errors in understanding are the result of imperfect or incomplete knowledge transfer. The model makes several pedagogical assumptions regarding learning and instruction. In terms of learning, the first assumption is that there exists a reality that is agreed upon by individuals. Second, this reality can be represented and transferred to a learner. Third, the purpose of the mind is to act as a mirror of reality rather than as an interpreter of reality (Jonassen, 1993). Fourth, all learners use essentially the same processes for representing and understanding the world.

In terms of instruction, the objectivist model assumes that the goal of teaching is to efficiently transmit knowledge from the expert to the learner. Instructors structure reality into abstract or generalized representations that can be transferred and then recalled by students (Yarusso, 1992). For example, words in a language are symbolic representations of the external world enabling individuals to communicate using symbols rather than pointing to actual objects. Individuals must share the same understanding of the words in order to communicate efficiently. The objectivist model also assumes that the instructor is the source of objective knowledge that is related, rather than created, during class. The instructor should be in control of the material and pace of learning via questions, the instructor assesses whether transfer occurred. Another assumption is that students learn best isolated and intensive confrontations with a subject matter.

The lecture method of teaching embeds the pedagogical assumptions of the objectivist model of learning. The lecture method is the most frequently used instructional method in higher education (McKeachie, 1990). To an objectivist, the presentation of information is critical. Any mechanism that enhances the communication of the knowledge should enhance the communication of the knowledge should enhance the transfer, or student learning. The model also implies that the pace of instruction should be designed modularly with students progressing on one topic area before proceeding to the next one.

The objectivist model may be the most appropriate model in some contexts—for example, in factual or procedural-based learning. However, models challenging objectivism have emerged. The most widely accepted alternate model is constructivism and its derivations—collaborativism and cognitive information processing.

The constructivist model of learning

Constructivism denies the existence of an external reality independent of each individual's mind. Rather than transmitted knowledge is created, or constructed, by each learner. The mind is not a tool for reproducing the external reality, but rather the mind produces its own, unique conception of events (Jonassen, 1993). Each reality is somewhat different, based on learners' experiences and biases. More moderate constructivists do not preclude the possibility of the existence of an objective world, but assume that each individual constructs his or her own reality of the objective world (Yarusso, 1992). Eventually, having analyzed different interpretations of information, the learner is able to detach himself from a subjective world of personal experience to the formation of abstract concepts to represent reality (O'Loughlin, 1992). Learning, then is formation of abstract concepts to represent reality; learning is that which "decenters" the individual from the material. Learning is

reflected in “intellectual growth that leads to scientific reasoning, abstract thought, and formal operations” (O’Loughlin, 1992).

The constructivist model calls for learner-centered instructions; individuals are assumed to learn better when they are forced to discover things themselves rather than when they are told, or instructed. Students must control the pace of instruction. Based upon the work of Piaget, the learner must have experience with hypothesizing and predicting, manipulating objects, posing questions, researching answers, imaging, investigating, and inverting, in order for knowledge construction to occur (O’Loughlin, 1992).

The teacher serves as the creative mediator of the process. Class time might become a project oriented session where the instructor provides tools for helping learners construct their own views of reality. Learning focuses on discovering conceptual relationships, exploring multiple representations or perspectives on an issue and/or immersing the learner in the real -world context in which the learning is the relevant (Jonassen,1993) Lastly, constructivism advocates non-criterion forms of performance assessments such as student learning journals (Hawkins, 1993).

However, in practice, constructivism is often reduced to students’ searching for the preordained knowledge that could be more efficiently transmitted via the instructor. This trends to happen particularly with fact- based or procedural learning. Critics of constructivism argue that there is little benefit in having learners construct such preordained knowledge; it is only when learners are allowed to construct new meaning, such as in higher-order learning, that the goals of constructivism are truly achieved. However, it can also be argued that greater understanding of factual and procedural material results when learners are forced to discover the knowledge themselves than when they are merely told.

The cooperative model of learning

An offspring of the constructivist model is the cooperative, or collaborative, learning model. Whereas in constructivism learning is assumed to occur as an individual interacts with objects, in collaborativism, learning emerges through interaction of individuals with other individuals (Slavin, 1990). Learning occurs as individuals exercise, verify, solidify, and improve their mental models through discussion and information sharing. The contribution of different understating leads to a new, shared knowledge (Whipple, 1987). Whereas instructor-led communication is inherently linear, collaborative groups allow more branching and concentricity (Flynn, 1992). Although the major goal of cooperative learning is the construction of shared understanding through interaction with other individuals, an implicit goal is improving communication and listening skills and eliciting participation. Consequently, in addition to sharing the pedagogical assumptions of constructivism, collaborativists also assume that knowledge is created as it is shared, and the more it is shared, the more is learned. Another pedagogical assumption is that learners have prior knowledge they can contribute to the discussion. A third assumption is that learners will participate if given optimal conditions such as small groups to work with.

One implication of the cooperative models for instructional methods is that the instructor’s role is to facilitate maximal information and knowledge sharing among learners rather than controlling the content and delivery of learning. Another implication is that the instructor’s role is to provide feedback during class although feedback from the learners papers is similarly critical. For example, students are found to plan more extensively and write more carefully when they are communicating with an audience of peers than when they are being evaluated solely by the instructor (Bagley and Hunter, 1992). However, groups without instructor feedback are unable to attain the same level of understanding or mastery as groups with both peer and instructor feedback (Stephenson, 1992) A third implication for instructions is the need for cooperative assessment strategies. The traditional

competitive assessment strategies may disable learning: a learner may be motivated to withhold knowledge that would otherwise be shared with peers.

Studies have demonstrated that cooperative learning is superior to individualistic instruction in a wide array of content areas in terms of increases in individual achievement, positive changes in social attitudes, and general enhancement of motivation to learn (Flynn, 1992). Learners tend to generate higher-level reasoning strategies, a greater diversity of ideas and procedures, more critical thinking and more creative responses when they are actively learning in cooperative groups than when they are learning individually or competitively (Schlechler, 1990). Even when the instructional environment of group projects was not geared toward cooperative learning, cooperative learning occurred and contributed to longer-term retention (Schlechler, 1990).

The cognitive information processing model of learning

The cognitive information processing model is another extension of the constructivist model and focuses on cognitive processes used in learning. Learning involves processing instructional input to develop, test, and refine mental models in long-term memory until they are effective and reliable enough in problem-solving situations (Schuell, 1986). The frequency and intensity with a student cognitively processes instructional input controls the pace of learning. Instructional inputs that are unnoticed, or unprocessed, by learners cannot have any impact on mental models (Bovy, 1981; Brunning, 1983).

A major assumption of the model is that learners differ in terms of their preferred learning style. Instructional methods that match an individual's learning style will be the most effective (Bovy, 1981). This suggests the need for individualized instruction. The cognitive processing model also assumes that the individual's prior knowledge is represented by mental model in memory and that the mental model, or schemata, is an important determinant of how effectively the learner will process new information. The implication is versely related to the effectiveness of the learner's information processing style (Bovy, 1981). A third assumption is that given a learner's limited information processing capacity, attention is selective (Bovy, 1981). Selective attention is an interrelated function of the display, the cognitive structure of the learner, and the prior experience of the learner. Preinstructional methods such as topic outlines and learning goals might improve learning because they direct attention (Brunning, 1983)

The sociocultural model of learning

Whereas collaborativism and the cognitive information processing model and extensions of constructivism, the sociocultural model is both an extension of and a reaction against some assumptions of constructivism. In particular, socioculturalists disagree with Piaget's view that the goal of learning is the formation of abstract concepts to represent reality. Rather, knowledge cannot be divorced from the historical and cultural background of the learner (O'Loughlin, 1992). The more meaningful, the more deeply or elaboratively processed, the more situated in context, and the more rooted in cultural background, metacognition, and personal knowledge an event is, the more readily it is learned (Iran-Nejad, et al., 1990). While socioculturalists embrace the concept that there is no one external reality, they argue that constructivism and collaborativism force the minority culture into adopting the understanding derived by the majority. Even a collaborative work group does not foster participation for minorities: "shared understanding" is biased by cultural and social factors.

The major assumption of socioculturalism is that middle-class Anglo male America has prevented a genuinely emancipatory environment "in which students begin to construct meaning on their own terms and in their own interests" (O'Loughlin, 1992). The objectivist model of learning is seen as one that negates the subjective voices that students to speak in the dialogue acceptable to the instructor and peers (O'Loughlin, 1992). The major implication of socioculturalism is that students should participate on their own terms. Instruction should not deliver a single interpretation of reality nor a culturally based interpretation of reality. In comparison to the constructivist and cognitive models, the sociocultural model is in a nascent stage, and practical applications of the model to instruction are still being formulated.

Conclusion

As an examination of the models of learning and of the impact of IT on learning elucidates, there are varieties of opportunities of implementing IT in management education. Technology can be used to facilitate the display of information, to increase access to external explicit information, and to increase the sharing and construction of knowledge. By studying the interactions of the technology with learning models, as well as the individual technologies themselves, a picture begins to emerge as to what constitutes alternatives implementations of IT education. Technology is not suggested as a panacea for educational problems; in fact many problems in education are social rather than learning related. Yet, technology can enable the effective application of constructive, cognitive, collaborative, and sociocultural models of learning.

References

- [1] Valti, S., Cucchrelli, A., & Pati, M. (2001). Assessing programming skills over the web. In A. Andronico, A.M. Fanelli, G. Piscitelli, & T. Roselli (eds), *Didamatica 2001 - Informatica per la didattica - Lavori Scientifici*, (pp 380-387). Bari, Italy: G. Laterza.
- [2] Valenti, S., Cucchiarelli, A., & Panti, M. (2002). Computer based assessment systems evaluation via the ISO9126 quality model. *Journal of Information Technology Education, Vol. 1, (3)*, 157-175. ISSN: 1539-3585.
- [3] Valenti, S., Panti, M., & Leo, T. (2003). Quality assurance issues for a web-based degree in motor disability assessment. In F. Albaloooshi (Ed.), *Virtual education: Cases in learning and teaching technologies*, (pp 34-49). Hershey, PA: IRMA Press.
- [4] C.A. Bowers, "The Paradox of Technology: What's Gained and Lost?" *Thought and Action: The NEA Higher Education Journal*, 14(1), 1998 pp. 49-57.
- [5] S. H. Edwards and D. M. Hodge, "Lessons Learned by Comparing On-line Education Strategies across Disciplines," *Journal of Systemics, Cybernetics, and Informatics*, 2(6), 2004, electronic journal.
- [6] A. J. Frey and A.C. Faul, "The Transition from Traditional Teaching to Web-Assisted Technology," *Journal of Teaching in Social Work*, 25(1/2), 2005, pp 91-101.
- [7] D. M. Hodge, "Using Online Technology to Enhance a Social Work Practice Course," paper presented at the Annual Program Meeting for the Council on Social Work Education, New York, NY, 2000.
- [8] D. M. Hodge, "Creating a Virtual Community of Learners Using WebCT: Lessons Learned," *Journal of Technology in Human Service*, 22(3), 2004, pp. 69-78.
- [9] National Association of Social Workers (NASW) and Association of Social Work Boards (ASWB), **NASW & ASWB Standards for Technology and Social Work Practice**, NASW Press, Washington, D.C., 2005.

Использование информационной технологии в системе школьного образования. Теоретический подход

Для использования информационной технологии с целью улучшения процесса обучения следует прежде всего понять смысл информационной технологии, применяемой в системе образования. В статье дается обзор различных моделей обучения, предлагаются способы обучения при помощи электронной технологии в различных условиях. Данный анализ предполагает, что сама попытка ввести электронные технологии в процесс обучения является классическим примером автоматизации, а не трансформации, и используется главным образом для автоматизации передачи информации в классной комнате или в лекционном зале. При отсутствии фундаментальных изменений в процессе обучения оборудованные подобным образом классы могут ускорить иначе неэффективные способы обучения. Наше определение технологий для различных моделей обучения указывает на группы технических средств, в которые школам по менеджменту следует вкладывать деньги для повышения информативности и конечного трансформирования учебной среды и процесса. Для исследователей, заинтересованных в использовании информационных технологий с целью улучшения учебного процесса, в статье приводятся теоретические обоснования для будущей работы.

ჩ.გაიატრი, მ.ვ.კუმარი, პ.რ. სუდჰა

ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება სასკოლო განათლების სისტემაში.
თეორიული მიდგომა

სწავლების პროცესის გაუმჯობესების მიზნით ინფორმაციული ტექნოლოგიის გამოსაყენებლად უპირველესად საჭიროა განათლების სისტემაში გამოყენებული ინფორმაციული ტექნოლოგიის არსის გაგება. სტატისტიკური მონაცემების სხვადასხვა მოდელების მიმოხილვა, შემოთავაზებულია სხვადასხვა პირობებში ელექტრონული ტექნოლოგიებით სწავლების ხერხები. ნაგარაუდევია, რომ სწავლების პროცესში ელექტრონული ტექნოლოგიების შემოტანის მცდელობაც კი წარმოადგენს ავტომატიზაციის კლასიკურ მაგალიტს და არა ტრანსფორმაციისა და უმთავრესად გამოიყენება ინფორმაციის გადაცემის ავტომატიზაციისთვის საკლასო ოთახში ან აუდიტორიაში.

ბ. ყუფარაძე

ლ. ყაველაშვილი

*ივანე ჯავახიშვილის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი,*

ნასესხობები ინგლისურსა და ბელგიურ ფრანგულში

საკვანძო სიტყვები: ნასესხობები, ანგლიფიკაცია, ბელგიური ფრანგული, ტელესკოპიზმები, ორთოგრაფია

ენათმეცნიერთა შეფასებით, მსოფლიოს თანამედროვე ენების ძირითადი ლექსიკური ფონდი ერთ მილიონზე მეტ სიტყვას უნდა მოიცავდეს. ამას ემატება უამრავი გამოთქმა სხვადასხვა სლენგიდან თუ დიალექტიდან,

ისევე როგორც საბუნებისმეტყველო მეცნიერებებიდან და ტექნიკის სხვადასხვა სფეროდან შემოსული ცნება-ტერმინები, რომელთა ძალიან დიდი ნაწილი მხოლოდ XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან არის გამოყენებაში.

XX საუკუნის II ნახევრიდან ინგლისურმა ენამ შეძლო შეეცვალა მისი გაერცელებისა და გამოყენების ასპარეზი, მან შეიძინა ე.წ. « მსოფლიო ენის » სტატუსი, რის შედეგადაც მისი გამოყენება ხდება ყველა სფეროში: ეკონომიკის, პოლიტიკის, სამხედრო და ა. შ. მისი გამოყენების სფეროების ასეთი გამირაღფურქოვნების შედეგად, მსოფლიო დომინანტი - ინგლისურია ენა ქმნის მრავალ ტერმინოლოგიურ ნეოლოგიზმს, რომლებიც გამოიყენება მისი გაერცელების სხვადასხვა სფეროში და მკვიდრდება მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, მათ შორის რომანულ ბელგიაშიც. ასეთი ნეოლოგიზმების რიცხვი დღითიდღე იზრდება და საფრთხეს უქმნის რომანულ ბელგიაში გაერცელებულ ფრანგულ ენას, ამიტომაც ეს უკანასკნელი იძულებული ხდება იფიქროს თავდაცვაზე.

აღსანიშნავია, რომ ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში ბელგიაში ფრანგული მიწვეული იყო გაბატონებულ ენად, რომელიც არ საჭიროებდა დაცვას, თუმცა XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან მსოფლიოში თანდათანობით მზარდმა ანგლიფიკაციის პროცესმა, რომელსაც ბელგიაშიც აქონდა ანგლიფი, საჭირო გახადა ფრანგული ენის დაცვაზე და გაერცელებაზე ზრუნვა.

ენაზე შემოქმედება შეიძლება ორი ფორმით: თვითონ ამ ენის ფორმაზე (ლექსიკა და დამწერლობა), ან მისი გაერცელებისა და გამოყენების პირობებზე გაეღების მოხდენით.

ბელგიის ლინგვისტურ პოლიტიკაში ასეთი შემოქმედების ორი პერიოდი გამოიყოფა: 1970 წლიდან 1985 წლამდე და 1985 წლიდან დღემდე.

პირველ პერიოდში შექმნილი ლინგვისტური კანონების ყველა მთავარი პუნქტი თავდაცვითი ხასიათის მატარებელი იყო, რომელთა უპირველეს საზრუნავს ანგლიფიზმების წინააღმდეგ ბრძოლა წარმოადგენდა.

XX საუკუნის ბოლოდან ბელგიის ლინგვისტურ სამყაროში შეიმჩნევა ფრანგული ენის გამოყენებაზე უარის თქმის ტენდენცია ინგლისურის სასარგებლოდ, რასაც ადგილი აქვს სასოგადოებრივი საქმიანობის მრავალ სფეროში. ეს მოვლენა განსაკუთრებულ განსაცდელში აყენებდა სამეცნიერო სფეროებს, რის გამოც ადგილი აქონდა არაერთ წამოწყებას. როგორცაა მაგალითად, სამეცნიერო გამოკითხვა პრობლემის გადასწავლამდე და საკითხის მოსაგარებლად; ექიმობდა საფრანგეთის ენის პალატის, კვებეკისა და ბელგიური ფრანგული სასოგადოებების ერთობლივი სემინარები.

1993 წელს ბელგიური ფრანგული ენის მოდერნიზაციის საკითხში განსაკუთრებული ყურადღება იქნა გამახვილებული ენის სამეცნიერო და ტექნიკური ტერმინოლოგიით გამდიდრებაზე. აგრეთვე საკვიპლობების სახელთა ფემინიზაციაზე. ასევე საჭირო გახდა ფრანგული ენა ყველასთვის ხელმისაწვდომი გამხდარიყო, რაც მოითხოვდა ადმინისტრაციული ენის გამარტივებას, ან მისი გამოყენების გაძლიერებას იმიგრირებულ და არახელსაყრელ პირობებში მყოფ მოსახლეობაში. და ბოლოს, ისინი ცდილობდნენ ფრანგული ენის პოზიციების გაძლიერებას სამეცნიერო სფეროში და ასევე საერთაშორისო ორგანიზაციებშიც.

სასოგადოებრივი ხელისუფლების ჩარევის აუცილებლობა ფრანგული ენის დაცვისა და წარმატების საკითხში, ახალი მეთოდია ფრანკოფონიულ ბელგიაში. ფრანკოფონთა სასოგადოების, ე.წ. *communauté*, პირველი ჩარევა ენობრივ სფეროში მოტივირებული იყო ფრანგულ ენაში ანგლო-ამერიკული ელემენტების არსებობის მზარდი რიცხვით.

აღსანიშნავია, რომ ამ საფრთხის მიუხედავად, ინგლისური დადებით როლსაც თამაშობს ბელგიის ლინგვისტურ ცხოვრებაში. ერთი მხრივ, ფრანგული და ნიდერლანდური ენები ერთიანდებიან ინგლისურის გაველენის ქვეშ მოხედვისაგან თავის დასაცავად, ხოლო მეორე მხრივ, ინგლისური ასრულებს ერთგვარი მაკავშირებელი ხიდის როლს ბელგიის ორ ლინგვისტურ საზოგადოებას შორის. სწორედ ამიტომაც არცთუ იშვიათად ბელგიის მთელ ტერიტორიაზე საზოგადოებრივი ურთიერთობის სხვადასხვა სფეროში ფართოდაა დამკვიდრებული ისეთი ანგლიციზმები, როგორებიცაა:

- week-end** : კვირის ბოლო
- chatter** : კომპიუტერის მეშვეობით საუბარი
- news** : ახალი ამბები

prime time : საყოველთაო მისმენის დრო (თემა, რომლითაც ყველა დაინტერესებულია და რომელსაც ყველა უსმენს)... და ა. შ.

საყურადღებოა ის ფაქტიც, რომ ინგლისური ენიდან ბელგიურ ფრანგულში გავრცელებით მეტი ნასესხები სიტყვა დამკვიდრდა, ვიდრე სტანდარტულ ფრანგულში. რადგან ფრანგები გაცილებით უწინდურად არიან ენის სიწმინდის დაცვის საკითხში. ბელგიაში კი აღნიშნული პრობლემა არააქტუალურია, რადგანაც ქვეყანას არ გააჩნია ერთი სახელმწიფო ენა და ამასთანავე ბრიუსელში, რომელიც მინიჭებულია ევროპის პოლიტიკურ დეკლარაციას. ფართო გავრცელებას პოულობს ინგლისური ენა.

ახე მაგალითად, თუ საფეხბურთო ტერმინოლოგიის გამოყენებისას ფრანგები უპირატესობას ფრანგულ სიტყვებს ანიჭებენ მაგ. **gardien, arriere, tir en coin** ბელგოელები ინგლისურ ტერმინებს იყენებენ – **Keeper, back, corner**, და ა.შ. რომელია ქართული შესატყვისებია შუაზე, მკველი და კუთხური.

საყოველთაოდ აღიარებული ფაქტია, რომ ანგლიციზმები იმ ქვეყანაში უფრო ფართო გავრცელებას პოულობს, სადაც ინგლისური მართალია არ არის სახელმწიფო ენა. მაგრამ გამოიყენება ყოველდღიურ ურთიერთობებში. ბოლოში კი ხელისუფლების წარმომადგენლების მიერაც ხშირად ხდება ანგლიციზმების გამოყენება, რათა ამით თავიდან აიცილონ ერთის მხრივ ფრანგული თუ ნიდერლანდური ტერმინების გამოყენება, რომელიც სხვადასხვა ლინგვისტური საზოგადოების წარმომადგენლებში განსხვავებულ დამოკიდებულებას გამოიწვევს, და მეორე მხრივ, სოციურთი მინისტრი ხათიანად არ ფლობს სახელმწიფო ენას და მას ინგლისური თავისუფლად გამოხატვის საშუალებას აძლევს.

მიუხედავად იმისა, რომ ინგლისურმა მსოფლიო დომინანტი ენის სტატუსი მოიპოვა და ფართო გავრცელება პოვა მსოფლიო მასშტაბით, თავად ინგლისური ენაც განიცდის სხვადასხვა ენის გაველენას და ინგლისურშიც ვხვდებით ამა თუ იმ ენიდან დამკვიდრებულ ნასესხობებს.

ინგლისური ენის ლექსიკის დაახლოებით ერთი ნახევარი გერმანიკული (ძველი ინგლისური და სკანდინავური), ხოლო მეორე ნახევარი კი რომანული (ფრანგული და ლათინური) სიტყვებისაგან შედგება. ბოლო ორი-სამი ასწლეულის განმავლობაში ინგლისურ ენაში გამოდგებით შემოდიოდა სიტყვა-ნასესხობები, არამარტო ევროპისა და აღმოსავლეთის მნიშვნელოვანი ენებიდან (ლათინური, ბერძნული, ფრანგული, სკანდინავური ენები, არაბული და სპარსული), არამედ ასევე ნაკლებად ცნობილი ენებიდანაც. სწორედ ამით აიხსნება დღევანდელი ინგლისური ლექსიკის დიდი მოცულობა.

ძველი ინგლისური ენიდან მომდინარეობს რაოდენობით და რიგობით რიცხვითი სახელები, პირის ნაცვალსახელები, მრავალი არსებითი და ზედსართავი სახელი.

ამ ეტაპზე ჩვენი კვლევის ობიექტს წარმოადგენს ფრანგული ენიდან დამკვიდრებული ნასესხობები.

თანამედროვე ინგლისურში ფრანგული ძირის მქონე სიტყვათა საკმაოდ დიდი რაოდენობაა. კერძოდ, **art, collage, competition, force, machine, police, publicity, role, routine, table** და სხვ. მათი უმრავლესობა უკვე დიდი ხანია ინგლისური ლექსიკური ფონდის საკუთრებაა და წარმოთქმაც ინგლისური ორთოგრაფიის წეს-კანონებს ემქვემდებარება. როგორც წესი, ისინი ფრანგულში უმთავრესად ცხვირისმიერი ხმოვნებით წარმოითქმევიანდნენ. ინგლისურში კი ამ სახეობის ხმოვნები არ არსებობს. ინგლისურში შემოსულ სიტყვათა 28% ანგლო-ნორმანელთა მძალადი წრეების წიაღში აღმოცენებული ის ერთეულებია, რომლებსაც აღნიშნული ფენის წარმომადგენლები სამეტყველო ურთიერთობისას იყენებდნენ ნორმანელთა პირველი გამოსწავლის დიდი ბრიტანეთის ტერიტორიაზე რამდენიმე ასეული წლის წინათ.

ფრანგული ენიდან ასევე შემოსული ძირითადად ინტელექტუალური, განყენებული ცნებები. მაგალითად, რანგისა და სტატუსის გამომხატველი ისეთი სიტყვები, როგორიცაა: **duke, marquis, baron.**

დღესდღეობით ინგლისურში ფართოდ გამოიყენება ისეთი ე.წ. “ფსევდო-ფრანგული” სიტყვები, რომელთა თავდაპირველი მნიშვნელობის ამოცნობა თვით ფრანგული ენის მატარებელთათვისაც კი შეუძლებელია მათი ინგლისურ ენაში განსხვავებულ კონტექსტში დაფიქსირების გამო.

double entendre - double sens (ბიხექსუალი)

bon viveur - a fashionable man, a sophisticate, a man used to elegant ways, a man-about town (ნატიყვი პირუცქია) მაშინ, როცა ფრანგულში **viveur ხონჩხ** ან **გარყენილხ** ნიშნავს და მას **bon** არანაირად არ შეეფარდება. ფრანგული **bon vivant (გურმანხ)** ნიშნავს. **Bonne vivante** არ გამოიყენება.

Entrée - ფრანგულში, რესტორნის მენიუში, ძირითად კერძს როდი ნიშნავს, როგორც ეს ამერიკულ ინგლისურშია. ფრანგულ ენაში სიტყვა **plat** გამოიყენება. უემოაღნიშნული ერთეული უფრო ე.წ. **ხადილის წინ ხაყხმეხ** შეესატყვისება **preceding the main course** რაც ბრიტანულ ინგლისურში **starter-**ს, ხოლო ამერიკულ ინგლისურში **appetizer-**ს შეეფარდება.

"je prendrai une salade en entrée - I'll have a salad to start with."

Rezend-vous - უბრალოდ შეხვედრას. meeting or appointment ნიშნავს ფრანგულში მაშინ, როცა ინგლისურში მას განსხვავებული შიხაარსი აქვს. სახელდობრ, იგი გარკვეული კატეგორიის პიროვნებათა (მაგ. ტურისტების ან ერთი რეგიონის მაცხოვრებლების) თავშეყრის ადგილს აღნიშნავს.

Portmanteau სიტყვები ფრანგულში **mot-valises- ტელესკოპიზმებად** იწოდებიან. ტერმინი **portemanteau (porte-manteau)** დღეს, ჩვეულებრივ, ლაბადის საკიდს შეესატყვისება. თუმცაღა იგი ასევე ერთგვარი ფორმის ჩემოდანსაც აღნიშნავდა, რომელსაც ორი ერთმანეთისაგან გამოყოფილი განყოფილება ჰქონდა. ამგვარად, სიტყვამ, რომელიც ორი დამოუკიდებელი ერთეულისაგან შედგებოდა გადატანითი მნიშვნელობით სწორედ ეს შიხაარსი შეიძინა. სიტყვა **mot-valise-**ს სალიტერატურო მნიშვნელობა სწორედ რომ **suitcase-word-**ია.

ამგვარად, ჩატარებული კვლევიდან გამომდინარე, ნათელია, რომ ორივე ენაში ლექსიკურ ერთეულთა ურთიერთშემოქმედების ხარისხი ენობრივი აქტიუობის სხვადასხვა სფეროში გავლენას ახდენს თვითოეული მათგანის ლექსიკური ფონდის შექმნა-ჩამოყალიბებაზე და ასევე მის გამდიდრებაზე. ეს უკანასკნელი კი, თავის მხრივ, განუწყვეტლივ უმთქმედებს ენის, როგორც სისტემის ნელ, თუმცა მუდმივ ცვალებადობაზე. ამკარაა, რომ ენების

ურთიერთგაგეგმვა პირდაპირ პროპორციულია თვითოეული ენის მატარებელთა სოციო-ლინგვისტურ თუ კულტურულ ასპექტებთან. და მაინც, ინგლისურის, როგორც მსოფლიო დომინანტი ენის, დამკვიდრების წინააღმდეგ მიმართული ეს « დაპირისპირება » ჯერ ისევ რჩება სრულიყოფით ნახევარსფეროს ფრანკოფონი სახელმწიფოების ლინგვისტური პოლიტიკის მძლავრ მექანიზმად.

ლიტერატურა

1. The American Heritage Dictionary of the English Language, (2006) : Fourth Edition
2. Bawin B ; Pichault F ; Voisin M, (1985) — « La Crise dans tous ses états » — Louvain-la-Neuve, CIACO.
3. "Bruxellois, ton français à l'anglaise" — Bruxelles, Assemblée de la Commission communautaire française, 1993.
4. Crystal, D. (1997): *The Cambridge encyclopedia of the English language*. მე-2. გამოცემა Cambridge.
5. Francard M. (en collaboration avec G. Geron et R. Wilmet), (1993). — « L'insécurité linguistique dans la Communauté franphones périphériques » — I : Cahiers de l' Institut Linguistique de Louvain, N 19. p. 3-4, 1993 ; II : Cahiers de l' Institut Linguistique de Louvain, N 20, (1-2)
6. Lhoir L (1994). — « Le français de Belgique quelles normes ? ». — Mémoire du Licence en psycho-pédagogie, Université de Mons-Hainaut, 1994
7. Mitchell, B. (1995): *An invitation to Old English and Anglo-Saxon England*. Oxford.
8. Moreau M.-L.; Delforge M ; Galin Cl et Robert L. (1994) : — « L'extension géographique et sociale des traits du français de Belgique ». — Université de Mons-Hainaut, Beldtext-mons.
9. Old French loanwords <http://en.wikipedia.org/wiki/Category>
9. Partridge E, (1951) : *Dictionary of Slang and Unconventional English*

G. N. Kuparadze, L. K. Kavlashvili

Loanwords in English and Belgian French

The following article deals with the loanwords adopted in English and Belgian French. On the basis of comparative analysis, we have tried to show the most widespread cases of the usage of the newly intervened lexical units and their influence on each other within the core lexical inventory of given languages. Our scrupulous study has strengthened the supposition that the English language, which has been the main source from where the vast majority of loan words have found the daylight in Belgium French, notwithstanding its nowadays status, in its turn, is under the great influence of French in general.

Г. Н. Купарадзе, Л. К. Кавлашвили

Займствования в английском и бельгийском французском языках

Данная статья посвящена сравнительному анализу заимствований, появившихся в английском и бельгийском французском языках в результате тесного взаимодействия данных языков. В работе рассматривается взаимовлияние лексических единиц, проникших из английского в бельгийский французский, и наоборот, в результате активных межъязыковых процессов, реализующихся в различных сферах. Предпринятое исследование позволило высказать мнение, что английский язык, который является источником основной массы лексических заимствований для бельгийского французского, несмотря на свой статус, и сам подвергается определенному влиянию бельгийского французского.

предложениями в голосе и произношении говорящего слышна музыка. Каждый язык, а также преподаваемый иностранный язык, в определенном смысле потенциальный источник музыки.

А как же у учителя иностранного языка зарождается выразительность, музыкальность? Нужно заметить, что люди, освоившие высокую культуру речи, мастерски используют выразительные средства языка. Если говорящий хорошо знает эти средства языка, он может выразительно построить свою речь. А что означает выразительная речь? Как понять ее сущность? Выразительная речь – особая непростая речь. Такая речь, оказывая эффективное влияние на изложение материала, на чувства слушателя, привлекает внимание, увлекает его, заставляет задуматься, иногда даже очаровывает. Слушая такую речь, восхищаешься магической силой слова, эффективностью, выразительностью речи человека. Возможно, те вопросы, которым до вчерашнего дня не придавали серьезного значения, зарождают у нас интерес. Над этими вопросами мы начинаем серьезно задумываться. Произнесенное говорящим словно превращается в мысли обучаемого, его переживания, ощущения, чувства становятся ему родными. Выразительно говорящий учитель иностранного языка может незамедлительно взять аудиторию под свой контроль, найти себе друга, единомышленника, собеседника там, где есть общение. Если учитель иностранного языка говорит вяло, неэффективно пользуясь бессодержательными словами, ему трудно найти единомышленника и завоевать расположение слушателей. Нужно заметить, что слова, словосочетания, предложения, интонация меняются, и слова становятся необычными. Большинство педагогов иностранного языка осознает, что свои мысли и чувства, волнения и ощущения они смогут донести до студентов правильно, используя ритмично-просодические элементы. И поэтому многие из них, помимо того, что стараются строить свою речь более созвучной, музыкальной, чувствуя, что простые слова не обладают такой эффективной силой, стараются употреблять больше ритмических слов в своей речи.

Выразительность, влиятельность речи тесно связаны и с фонетическими законами. По своим фонетическим возможностям как поэтического языка вообще, так и для выразительной речи английский язык считается одним самых выразительных и ритмично-мелодичных языков.

Имея в виду все вышеизложенное, каждый учитель иностранного языка должен правильно определить темп своей речи, должен уметь правильно пользоваться паузой и знаками препинания (интонацией). Правильный выбор оттенков интонации в речи усиливает её выразительность. Не соответствующие содержанию идее речи темп, тембр, пауза, интонация и т. д. снижают и ослабляют силу воздействия выступления, доклада, речи.

Каждый учитель должен вести последовательную борьбу и против ненужных, лишних слов в речи. В настоящее время коммуникативная и информативная функции языка имеют большое значение. Интенсивное развитие отраслей наук и техники требует экономить время, целесообразно пользоваться им за короткий срок, сделать многое и т. п. Это ставит перед языком, который сам по себе является средством общения и информации, задачу умения выразить глубокую мысль кратко, сжато, ясно, лаконично, верно. Как известно, английский язык по своей структуре относится к числу аналитических, а азербайджанский язык – синтетических языков. Имея это в виду, непростительно допускать излишнее многословие в речи.

А что является конкретными предпосылками выразительности, эффективности, ритмичности речи? Во первых, каждый учитель иностранного языка должен опираться на самобытность своего мышления: только выучив наизусть тексты, готовые фразы невозможно найти путь к сердцу студентов. Если учитель иностранного языка относится к своему окружению, к людям, с которыми он общается, к событиям безразлично, может ли его речь повлиять на других? На это есть только один ответ. Нет. Глубоко знать законы иностранного языка, любя их, добиваться выразительности своей речи тоже является одной из основных предпосылок успешного обучения языку. Если учитель иностранного языка будет уместно, целенаправленно пользоваться логическим и эмоциональным ударениями, правильно соблюдать правила пунктуации, нормы литературного произношения, если из синтаксических конструкций, с позиции выразительности, выберет и предложит нам более подходящие варианты, то, без сомнения, его речь будет и выразительной, и эффективной. Сюда можно добавить и умение с одновременном усовершенствованием имплементации текста (и устного, и письменного). Данный факт можно проиллюстрировать нижеследующим:

Хосров спросил: «Ты кто? Тут все я знаю лица».

Фархад ответил: «Мой край далек, и Дружба – в нем столица».

Хосров: «Чем торг ведут, зайдя в такую даль?»

Фархад: «Сдают сердца, взамен берут печаль».

Хосров: «Сдавать сердца – невыгодный обычай».

Фархад: «В краю любви не каждые с добычей».

Хосров: «Ты сердцем яр. Опомнись спеша».

Фархад: «Разгневан ты, я ж молвил – от души».

Каждый учитель должен знать стилистику языка, который он преподает. Для того, чтобы усовершенствовать речевые навыки обучающихся, необходимо систематически и регулярно выполнять упражнения, стараться достичь правильного и эффективного произношения отдельных звуков, звукосочетаний, слов, словосочетаний, предложений и абзацев.

Учитель иностранного языка должен освоить технику речи, должен строго соблюдать правильное произношение как звуков, так и слов. Во время произношения он должен стремиться не только к мелодичному, музыкальному, эффективному звучанию слов, но и к гармоничному совпадению выразительности его речи с собственными чувствами и размышлениями.

Обобщая изложенное выше, можно сделать выводы о том, что учитель иностранного языка должен:

- 1) знать современное состояние научной разработки основных лингводидактических проблем преподавания иностранного языка и перспективы развития главных направлений научно – методических поисков;
- 2) уметь проявлять методическую гибкость, т.е. опираясь на общие методические закономерности и принципы, выбирать и использовать оптимальные варианты обучения, определяемые конкретными условиями работы;
- 3) уметь совершенствовать свою методическую подготовку путем самостоятельного изучения специальной литературы, важнейших методических источников, извлечения из них методических знаний, а также уметь творчески применять эти знания в различных условиях работы;
- 4) эффективно использовать современные виды технических средств обучения (ТСО) и различные, образцы графической и изобразительной наглядности;

- 5) обладать выразительностью речи, которая зависит от умения, желания, стремления учителя иностранного языка эффективно довести свои мысли и чувства до обучаемых, что играет важную роль в процессе преподавания. Выразительность речи каждого языка достигается посредством его фонетических, фонологических, морфологических, лексических, синтаксических, стилистических возможностей, а также за счет формы и содержания передаваемой информации. Выразительность речи зависит также от правильного построения каждым учителем иностранного языка своей речи (высокого, среднего, медленного и т. д. темпа), от умелого употребления паузы, тональности и т. д.
- 6) уметь опираться на самостоятельность своего мышления с целью усиления выразительности речи; отказываться от использования в речи лишних слов, не имеющих значения для усиления выразительности речи;
- 7) уметь построить свою и устную, и письменную речь, эффективно опираясь на стилистические возможности изучаемого языка.

Использованная литература

1. Баранников И.В., Быстрова Е.А. Подготовка учителя русского языка для сельской школы. «Русский язык в национальной школе»; 1974, № 1.
2. Бедалов Ч.А. Методика преподавания русского язык в азербайджанской школе. Баку, 1981.
3. Larsen-Freeman, Diane Techniques and principles in Language Teaching. Oxford University press, 1986.
4. Littlewood W. Teaching oral communication. Oxford: Blackwell, 1992.
5. Wilkins D. The educational value of foreign language learning. Strasbourg: Council of Europe press, 1987.

დ. იუნუსოვი

აზერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი

საერთო პედაგოგიური და მეთოდური მოთხოვნები მასწავლებლისადმი

განხილულია ის მოთხოვნები, რომლებიც წაუყენება მასწავლებელს თანამედროვე პედაგოგიური კონცეფციიდან გამომდინარე.

Doctor of philological sciences, professor D.N. Yunusov

Azerbaijan University of Languages

Common Pedagogical and Methodic Demands to the Foreign Language Teachers

The article is dedicated to the challenges and demands of the modern foreign language teachers and their role in the teaching process. The author tries to present some factors which reveal modern foreign language teachers' specific characters, mentality, attitude to the learners and of course their communicative aspect.

*კომუნიკაციური ტექნოლოგიები სამართალმცოდნეობასა და
სოციალურ დისციპლინებში/Коммуникативные технологии в
правоведении и социальных дисциплинах/Communicative Techniques in
Law and Social Sciences*

АГАЗАДЕ АЙНУР МУЗАФФАР
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ЯЗЫКОВ

METAPHOR IN THE COGNITIVE STRUCTURE OF THE LEGAL DISCOURSE

Key words: cognitive metaphors, legal discourse, metaphorical reasoning

The role of metaphor in the law has been a hot topic among legal scholars in recent years. In fact, recent scholarly works on metaphor in the law (and the more general works on metaphor that have served as their basis) have addressed the topic from the standpoints of numerous disciplines, including linguistics, philosophy, rhetoric, cognitive psychology, and literary theory. Because of these vastly different approaches to the topic, however, much of the literature on metaphor in the law is difficult to reconcile. Moreover, while these scholarly works have increased lawyers' appreciation and understanding of the prevalence and power of metaphor in legal discourse, the absence of some type of organizational scheme has made it difficult for legal advocates to harness this power so that it can be used in their everyday practices.

Law, as a domain of human enterprise, is fundamentally discursive in nature. As such, understanding the elements of legal discourse, both analytical and communicative, is vital to understanding the nature of the enterprise. Metaphorical reasoning, and the communication of that reasoning is one such element: Perhaps metaphor is one among many elements of legal discourse. In this view, metaphor theory would take its place alongside logic, narrative theory, rhetoric, and so on.

Metaphor, formerly maligned and misunderstood, is ascendant. Literal descriptions of truth—of how things are—are viewed as impossible. In earlier times, “metaphor was seen as a matter of language not thought.” Quintilian described metaphor and other figures of speech as “a purposeful deviation in sense or language from the ordinary simply form [or] that which is poetically or rhetorically varied from the simple and immediately available means of expression.” In contrast, contemporary theorists claim that “the locus of metaphor is not in language at all, but in the way we conceptualize one mental domain in terms of another.” As a result, metaphor “is primarily conceptual, conventional, and part of the ordinary system of thought and language.”

Metaphor requires us to imagine a new idea “as” a more familiar one or an abstract concept “as” a concrete object. In this way, metaphor is crucial to accounting for how we see and understand the world; it is both a product (the perspective or frame which we impose when we see one thing “as” another) Although similarity seems to be its basis, an initial unrelatedness is the starting line—the reader must make an imaginative leap to see the resemblance.

Central to development of contemporary metaphor theory was a concept contributed early in the twentieth century by I.A. Richards: that metaphor works as “two

thoughts of different things active together and supported by a single word, or phrase, whose meaning is a resultant of their interaction." Metaphor reflects "a borrowing between and intercourse of thoughts, a transaction between contexts." As metaphor helps us understand the unfamiliar concept, it also shapes our thoughts about the new concept because it maps on top of the new experience the structures, inferences, and reasoning methods of the old.

Another of the early theorists, Max Black, argued that the use of one complex system to select, emphasize, and organize relationships in another system was a distinctive intellectual operation, one that created meaning. Black explained the interaction theory of metaphor as a process of filtering and organizing, using one system as a lens for understanding another, rather than a process of comparison. That is, in the metaphor Man is a Wolf, the properties and relationships commonly believed to be true of man interact with the properties and relationships commonly believed to be true of Wolf to produce new meaning. Rather than comparing objects to determine what similarities they share, Black suggested that we use an entire system to filter

or screen or organize our conception or our perspective of some other system. "The metaphor selects, emphasizes, suppresses, and organizes features" of Man by implying statements about Man that normally apply to Wolf.

Over the last twenty years, the study of metaphor in legal analysis has been greatly influenced by the research and theory of George Lakoff, a professor of linguistics, and Mark Johnson, a professor of philosophy. According to their cognitive theory of metaphor, using and choosing metaphor is not "mere rhetoric." Instead, they conceive of metaphor as "a cognitive process by which we use a concrete, experienced source domain to structure and understand a more abstract domain." Like schema, analogy, and narrative, metaphor is a stored structure that makes a new concept meaningful by mapping or transferring relationships and inferences from one concept to another.

These processes are cognitively efficient because they allow people to make decisions without having to gather complete information. According to Lakoff and Johnson, metaphor is a pervasive and powerful cognitive mechanism because it is absorbed through long, constant, and unconscious experience. People absorb a system primary metaphors automatically and involuntarily as they go about their daily lives. Metaphor thus draws on tacit knowledge, knowledge that has been embedded through long and repeated experience. What we "know" from such experience is believed more deeply than anything we learn by listening or reading.

Many of the legal rules and principles governing the analysis of an issue are expressed in the form of a metaphor. In fact, doctrinal law is rife with metaphoric constructs. Consider the following recognizable examples:

The "marketplace of ideas" principle in First Amendment law;

The "wall of separation" principle in connection with the law on the separation of church and state under the First Amendment;

The "overbreadth" doctrine under constitutional law;

The "chilling effect" doctrine under constitutional law;

Treating a corporation as a "person" under the law;

The relationship between "parent corporations" and subsidiaries and "piercing the corporate veil" under corporations law;

The "fruit of the poisonous tree" doctrine under criminal law and evidence law;

. Any interpretation of text produces a new text. Such an approach can be applied not only to philosophy and the humanities, but to all spheres of knowledge, and even to social phenomena. For example, The "marketplace of ideas" is considered as a type of metaphoric discourse. Therefore, if we can build a real or metaphoric world over any text, then this process and its result is discourse.

It was Justice Brennan who first wrote about the "marketplace of ideas" in 1965.

The marketplace metaphor contained basic conceptual metaphors; those combined with the economic experience of the market to "entail" a whole set of associations and inferences: "ideas are commodities; persuasion is selling; speakers are vendors; members of the audience are potential purchasers; acceptance is buying; intellectual value is monetary value; and the struggle for recognition in the domain of public opinion is like competition in the market."

The religious philosopher and social critic Michael Goldberg picked up these themes, discussing the metaphorical construct behind the Eighth Amendment's ban on cruel and unusual punishment." This construct, captured largely by the metaphor of "acting humanely," truly shows how existential and important metaphors can be. Narratives surrounding the debate over-capital punishment-employ metaphors that are-perhaps misplaced and-contradictory. Goldberg also brought to the fore one important consideration about metaphor that deserves acknowledgment; the idea that when we adopt one metaphorical construct ("acting humanely" by executing criminals using quasi-medical procedures, for example) we cover-over-other-possible-metaphors that would completely change the nature of the discourse. Political and legal debates are, then, contingent and situated; These debates are dependent on the metaphors embedded in the discourse used. Changing the metaphors can change the debates. Constructing new metaphors to replace the old metaphors can have a powerful impact on the way we see the world and how we engage in discourse. Indeed, it can mean the difference between life and death.

Substantive legal rights are expressed, analyzed, and argued not in literal terms, but in figurative, symbolic, and metaphoric terms. Granted, metaphoric language can be useful for describing or expressing an abstract legal concept. In fact, it is the ability of metaphor to "give names to nameless things"—to put an abstraction into concrete terms—that has led to the prevalence of metaphor in doctrinal law

Thus, the success of metaphor lies within the successful function of the socio-cultural format or frames of reference for the sender and the receiver of the message. It is the tool that allows the receiver to understand the involved frames more thoroughly. The original image of the metaphor is capable of coming back to life and being revived. But the new and complex text of the discourse dissolves the familiar picture and creates a new, non-verbal picture. Thus, an explicit prototype becomes implicit, the accumulated human experience becomes relevant and the metaphoric message becomes formally discrete. The cognitive approach to metaphor allows us to see metaphor as a source of data about the deep processes within the human mind, as well as being a productive way of building a linguistic picture of the world. This is a very important observation, and the existence of different world views should not be ignored when different languages and different discourses are studied.

Cognitive metaphor theory opens a whole host of concepts and perspectives that can help us understand our discourse communities. For those in the legal profession, the work represented in this article could be a nutshell explaining how cognitive metaphor theory can-and does-have a profound impact on our conception of law and legal practice.

აგა ზადე

აღერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი

კოგნიტიური მიდგომა მეტაფორის კელევისადმი იურიდიულ დისკურსში

განხილულია იურიდიული დისკურსის მოდელირების საკითხები კოგნიტიური მიდგომის საფუძველზე.

Данная статья посвящается когнитивному подходу к исследованию метафоры с точки зрения прагматического моделирования юридического дискурса. Для этой цели анализируются некоторые вопросы, касающиеся дискурса как социального феномена, сосредоточиваясь на фактах, которые определяют когнитивные и прагматические особенности Американского юридического дискурса.

Reference

1. ARISTOTLE, THE RHETORIC OF ARISTOTLE 188 (Lane Cooper trans., Appleton Century Crofts 1932).
2. HAIG BOSMAJIAN, *The Metaphoric "Marketplace of Ideas,"* in METAPHOR AND REASON IN JUDICIAL OPINIONS 49, 49-72 (1992)
3. George Lakoff, *The Contemporary Theory of Metaphor,* in METAPHOR AND THOUGHT 202, 244 (Andrew Ortony, ed., Cambridge Univ. Press 2d ed. 1993) (1979)
4. GEORGE LAKOFF & MARK JOHNSON, METAPHORS WE LIVE BY (1980)
5. Kibrik A.A. 1994 Cognitive studies on discourse In: Journal The issues of linguistics, NS, Moscow: 126 - 139
6. MAX BLACK, MODELS AND METAPHORS: STUDIES IN LANGUAGE AND PHILOSOPHY 41(1962)
7. I.A. RICHARDS, THE PHILOSOPHY OF RHETORIC 94 (1936).
8. Michael Goldberg, *Against Acting 'Humanely'* 58 MERCER L.REV. 899 (2007).
9. QUINTILIAN, INSTIT. ORATORY, IX, i, 10-14
10. Steven L. Winter, *The Metaphor of Standing and the Problem of Self-Governance*, 40 STAN. L. REV. 1371 (1987).
11. Van Dijk Teun A. 1998 Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage Publications
12. Van Dijk Teun A. 2001 Critical Discourse Analysis/ A Handbook of Discourse Analysis.-Oxford: Blackwell, 2001

Е.А.Антонян

*Государственная юридическая академия
(г. Москва)*

Информация в криминальных обычаях и традициях

Основными элементами проявления невербальной информации в криминальных обычаях и традициях являются неформальные нормы, имеющие символическое, очень важное значение в среде осужденных в местах лишения свободы.

Исходя из функционального назначения, можно предложить следующую классификацию неформальных норм:

1. Сдерживающие или ограничительные нормы прямого действия, направленные на сохранение иерархической структуры сообщества и противопоставление другим группам. Эти нормативные предписания жестко регулируют особенности поведения и систему взаимоотношений осужденных, особенно занимающих полярные позиции в

субкультуре. Наиболее жестко действие указанных запретов распространено на лидеров (например, им строго запрещается участвовать в общественно полезной деятельности) и лиц, занимающих низшие ступени на иерархической лестнице. Этим лицам строго запрещается общаться с элитарным слоем сообщества, находиться с ними за одним и тем же столом, занимать удобные места в спальнях помещениях и комнатах отдыха и т.д.

2. Поощрительные или мотивационные нормы, нацеленные на развитие солидарности, усиление групповой сплоченности, а также формирование оппозиционных отношений членам других групп. Как правило, они выражаются в вербальных требованиях и заповедях типа: «Будь честным и справедливым», «Помогай членом своей общности», «Материально и морально поддерживай авторитет», «Достоинно переноси наказание и оставайся верен своему сообществу», «Отвечай насилием на насилие» и другие.

Благодаря этим нормативным требованиям стимулируются активные действия осужденных по сбору дефицитных ресурсов в «общий котел» сообщества, а также оказывается посильная помощь лицам, находящимся в экстремальных ситуациях (например, водворенные в ШИЗО, ПКТ). Указанные нормативные модели поведения разделяются и поддерживаются большинством осужденных, хотя и вызывают противоречивые чувства, поскольку конечные результаты подобной активности используют лица, занимающие высокие позиции в субкультуре.

3. Имущественные нормы, ориентированные главным образом на оптимальное регулирование конфликтов в сфере распределения различных материальных ресурсов, проникающих в пенитенциарные учреждения легальными и нелегальными путями. Эти нормы обеспечивают защиту личной и групповой собственности, а также поддерживают достаточный уровень жизнеобеспечения, позволяющий хотя бы несколько ослабить дефицит ресурсов, вызванный изоляцией от общества.

В вербальном плане они нередко фиксируются в категорических императивных высказываниях: «Не воруй у своих братьев», «Поделись с ними продуктами питания и сигаретами», «Отдай долги, взятые у других, и в строго установленные сроки» и т.д. Сфера действия указанного блока норм весьма обширна и разделяется практически всеми осужденными, независимо от их групповой принадлежности.

4. Процессуальные нормы, призванные согласовывать поведение осужденных при разрешении конфликтных ситуаций, возникающих в сообществе. Они объективируются как типичные варианты реагирования в отношении конкретных субъектов взаимодействия. В одних случаях ими являются материальные или моральные стимулы поступков, согласующихся с общей линией внутригрупповой жизни. В других — скрытые формы агрессии, дискриминационные действия или открытые физические способы принуждения к общеразделяемым групповым моделям поведения.

5. Специфические нормы ритуального характера, благодаря которым, во-первых, определяется процедура вхождения («прописки») новых членов сообщества, устанавливается сценарий так называемых разборок, необходимых для решения спорных вопросов, а, во-вторых, весьма жестко поддерживается на должном уровне занимаемый статус и личный авторитет элитарных членов сообщества. Указанные нормы фиксируются в своеобразном субкультурном этикете, символическом психологическом пространстве личности: татуировках, стиле одежды, художественном оформлении среды обитания.

Например, в местах изоляции публично не допускается поднимать упавшие на пол предметы личного туалета, одежды или столовые принадлежности. В психологическом плане считается неприличным демонстрировать чувство слабости, сопереживания, проявлять излишнюю назойливость к окружающим и т.д. Механизм действия таких норм устанавливает монопольные права элиты на дополнительные привилегии в различных сферах жизнедеятельности не только в стенах конкретного пенитенциарного учреждения, но и за его пределами.

Функциональное назначение процессуальных и специфических норм ритуального характера заключается, помимо этого, в консервации и сохранении устойчивости субкультуры, а также в интеграции авторитетных преступников вокруг моделей поведения, дающих дополнительные каналы влияния на значительное большинство членов сообщества.

Нормативная система является организующим ядром субкультуры. Но субкультура осужденных как социально-психологическое явление, конечно, значительно богаче. К элементам субкультуры относятся жаргон, клички, татуировки, магические ритуалы («клятвы», «проклятия»), способы стратификации («прописки», «приколы»), а также изобразительное и литературно-музыкальное творчество.

Сообщество осужденных по типу является закрытым обществом, а по характеру социальной структуры — сословно-кастовым. Вертикальная мобильность в сообществе асимметрична, чаще всего направлена сверху вниз, переход в вышестоящие слои весьма затруднен, а для некоторых низкостатусных членов («опущенных» или «униженных») вообще исключен. В этих условиях борьба за статус потребность в самоутверждении приобретает всеобщий, самодовлеющий и гипертрофированный характер, поскольку групповой статус осужденного полностью определяет ценность его личности и, как следствие этого, возможности удовлетворения материальных и духовных потребностей. Поскольку в местах лишения свободы все ресурсы являются дефицитными, борьба за повышение или сохранение группового статуса носит остроконфликтный характер.

В сообществе осужденных действуют те же социальные и социально-психологические механизмы (стратификация, лидерство, нормообразование, подражание), что и в любой человеческой общности. Специфичность же результатов действия этих механизмов обуславливается главным образом своеобразием социальной среды, искусственным и принудительным характером формирования общности. Можно выделить несколько характерных особенностей социальной структуры сообщества осужденных.

Отношение к человеку и его оценка определяются, главным образом, не его личностными качествами, а социальной ролью, групповым статусом. И если представители «элиты» воспринимаются «массами» как личности, то характеристика индивидов, образующих «массу», полностью исчерпывается их статусом. Происходит как бы «овеществление» личности, ее деперсонификация. Тем самым она исключается из сферы действия механизмов, блокирующих внутригрупповую агрессию (например, запрет доносительства не распространяется на «опущенных»). Само социальное клеймение (присвоение оскорбительных кличек, принудительное нанесение «знаковых» татуировок и т.д.) имеет целью затруднить восприятие «клеяменого» как человека. Известный психолог А.Н.Леонтьев в свое время резко (и вполне справедливо) высказывался против теории социальных ролей, которая оставляет за бортом психологическую сущность личности. Идею сведения личности к совокупности

исполняемых ею ролей он считал одной из самых чудовищных¹. Но самое чудовищное состоит в том (и это ярко характеризует нравственную сущность субкультуры), что эта теория относительно сообщества осужденных вполне «действует».

Противопоставление сообщества осужденных всему обществу (и администрации исправительного учреждения как его представителю) происходит по линии основных моральных ценностей — честность, справедливость, равенство и т.д., что не только повышает ценность «мы», но и формирует враждебный образ «они». Это предполагает особую деятельность лидеров сообщества по компрометации представителей администрации.

Фактическая неоднородность и неравенство при формально провозглашаемом равенстве. Привилегированная верхушка, представляя себя выразителем и защитником интересов всего сообщества, старается свои узкогрупповые интересы и цели выдать за общие. Для защиты и оправдания своих привилегий элита нуждается не только в существовании внешней угрозы, но и во внутренних врагах. Таковыми прежде всего выступают «опущенные». Во-первых, в условиях крайнего дефицита материальных благ «опущенные» являются объектом эксплуатации, во-вторых, их социальное положение служит для основной массы осужденных свидетельством ценности собственного статуса и в то же время предупреждением на случай возможных конфликтов с лидерами. Поэтому если в какой-то момент в сообществе не оказывается непривилегированных осужденных или их недостаточно, нормы поведения ужесточаются.

Полное подчинение личных интересов групповым, укрепление сообщества не за счет соблюдения прав его членов, а за счет делегирования этих прав всему сообществу (фактически привилегированным группам); тотальный контроль за распределением и потреблением материальных благ; жесткая централизация и субординация, нормирование поведения во всем. Все эти особенности социальной структуры сообщества и его нормативной системы прямо влияют на характер поведения его членов.

ანტონიანი ე. ა

მოსკოვი, ხაჩვრამწიფო სერბიკული აკადემია

ინფორმაცია კრიმინალურ წეს-ჩვევებსა და ტრადიციებში

კრიმინალური სამყაროს წეს-ჩვევებში თავს ისენს გარკვეული ნორმები, რომლებიც მეტად მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ პიროვნებათა შორის კომუნიკაციაში.

ფუნქციური დანიშნულებიდან გამომდინარე ეს ნორმები კლასიფიცირებულია ხუთ ნაწილად:

- ა) პირდაპირი მოქმედების შემკაცქმირებული და შემოსლუდეული ნორმები,
 - ბ) მოტივაციური და წამახადისებული ნორმები,
 - გ) ქონებრივი ნორმები,
 - დ) პროცესუალური ნორმები
 - ე) რიტუალური ხასიათის სპეციფიკური ნორმები.
- მოსხენებაში ეს ნორმები განხილულია.

¹ См.: Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975. С.170.

Ю.М. Антонян

*Заслуженный деятель науки Российской Федерации
Научно-исследовательский институт МВД России*

Архетип как хранитель информации

Понятие архетипа введено в науку К.Г. Юнгом как некий изначальный образ, возникший на заре человечества и переходящий из поколения в поколение. Этот образ вечен, но это не один образ, их огромное множество и они цементируют, поддерживают, определяют и направляют нашу жизнь. Юнг никогда не был уверен относительно биологического наследования архетипов, но некоторые исследователи полагают, что они именно наследуются человеческим путем, что человек рождается уже с определенным набором архетипов. Эта позиция мне представляется неверной. Генетически наследуются не архетипы, а способность их усваивать и эта способность обеспечивается человечески мозгом.

Архетипы являются единицами коллективного бессознательного, которое представляет собой невоспоминаемый опыт человечества. Он в ряде случаев возвращается, так же как и индивидуальный, невоспоминаемый опыт к отдельному человеку. Коллективное бессознательное, как особый уровень бытия общества, есть нечто, что формирует установки отдельного человека, государства и социальных групп, их готовность действовать и реагировать в определенном направлении. В свою очередь, установки тех и других своей основой или источником могут иметь архетипы. Это позволяет раскрыть своеобразие сложных состояний народов или конкретного человека. Установка обязательно включает в себя архетип или сочетание различных архетипов.

Архетип играет разную роль в культурах разного типа. Для человека, принадлежащего к одной из культур, «жить» означает жить согласно моделям, находящимся вне его власти, а именно архетипам. Следовательно, это означает жить в само реальности, поскольку истинно реальными для него являются только архетипы. Жить в соответствии с архетипами означает почитать правила и определенные модели.

Перечислить все архетипы нет никакой возможности. Но можно и нужно назвать хотя бы основные. Это архетип бога (божеств), святых или дьяволов, матери (Великой Матери), отца (Великого Отца), трикстера (шута и пройдохи), героя (героини), мессии, предков, человека, души человека, злодея. Можно, видим, назвать и другие основные архетипы. Следует подчеркнуть, что вообще архетипы многоаспектны и виртуальны, всегда связаны с символами и выражаются в них. Архетипы формируются у каждого человека и наряду с сознанием и индивидуальным бессознательным направляют поведение и всю жизнь. Но, конечно, чтобы играть такую важную роль, они должны обладать определенным содержанием, т.е. обладать информацией, передаваемой и индивиду, и обществу от поколения к поколению. Эту же мысль можно выразить иначе: архетипы воплощаются в нормы нравственности, обычаи и традиции, передавая им свое содержание. Понятно, что если бы у них не было бы соответствующей информации, они не смогли бы это сделать.

Так, любовь к Родине и преданность ей есть признание архетипа Великой Матери. Информация, содержащаяся в нем, прививается путем воспитания.

Архетипы усваиваются человеком в процессе социализации, обретая при этом индивидуализированные черты. Они, следовательно, проявляются в индивидуальности, в индивидуальных установках ценностных ориентаций, влечениях и представлениях.

Архетипы являют себе в виде отдельных архетипических образов, но и сами являются образами, только гораздо более широкого плана. Например, существует

архетип героя, который как образ состоит из некоторых особенностей и структур, затем проявляющихся в конкретных мифологических или мифологизированных персонажах. Таким является, скажем, Аякс, который на архетипическом уровне известен как фигура, совершающая подвиги и защищающая правое дело, т.е. в конечном итоге – интересы людей. В этом заключается идея данного архетипа, воплощенная в конкретной ипостаси. И герой, и Аякс являются архетипами-образами – носителями идеи. Аякс – лишь более конкретное его проявление, хотя его образ состоит из достаточно типичного набора компонентов, присущих герою вообще в разных культурах.

И архетип героя, и Аякс обладает очень ценной информацией: это храбрость, сила, умение, желание служить людям и правому делу. Поэтому они становятся идеалами для неопределенно широкого круга людей, образцами для подражания. Современные Аяксы – это герои Шварценеггера, Сталлоне и других мускулистых, мужественных и бравых героев. Без них невозможна никакая культура.

Архетипы выступают в качестве знаков, проявлений и в то же время единиц коллективного бессознательного, именно по ним мы можем судить о содержании, значении и функциях конкретных архетипов. Сам знак тоже есть носитель и хранитель информации. Когда он ялицо, иногда нет необходимости объяснять, чем он наполнен. Так, христианский крест вполне и информативен: ясно, что он представляет собой архетип бога-спасителя и в то же время выступает символом страдания. Как трансцендентальные сущности, архетипы осваиваются и усваиваются психологически в ходе взаимодействия с социальной средой, их генезис, поэтому носит социально-психологический характер. Личностный опыт составляют как архетипы, так и индивидуальное бессознательное. В первую очередь состоящее из вытесненных впечатлений.

То, что архетипы не носят биологически врожденного характера, попробуем продемонстрировать на примере архетипа матери, на который часто ссылаются в юнгианской психологии. На первый взгляд, этот архетип позволяет говорить о том, что у человека есть врожденная способность понимать и ощущать материнскую заботу и ее потерю. На самом деле у новорожденного человека, как и у животного, есть биологически обусловленная, врожденная потребность в защите и попечении (включая кормление) в самый хрупкий период жизни – после рождения. Поэтому если родную мать заменила другая женщина, ребенок этого не поймет и не заметит. В поведении он может оставаться всю жизнь, но как раз в процессе жизни им будет интегрирована вся информация об архетипе матери, которая отнюдь не всегда совпадает с образом настоящей матери.

Мать у конкретного человека может быть очень плохой, но на вопрос о ней он, скорее всего, ответит, что она была хорошей, поскольку бессознательно ориентируется на информацию, которая содержится в названном архетипе, который, следовательно, определяет именно этот сегмент его мировосприятия. Вместе с тем, если он говорит так, значит, пытается вытеснить свой психотравмирующий опыт детства в индивидуальное бессознательное. Вытесненная информация тоже, как мы видим, не пропадает и способна детерминировать поведение. Плохая мать составляет часть страшной женщины (страшной матери), архетип которой имеется в мифологии многих народов, например в Индии он сконцентрирован в образе Кали. Информация о страшной матери может восприниматься и как отношение к конкретному человеку Родины, которая для него стала не матерью, а злой мачехой. Так происходит, когда Родину ассоциируют, например, с тоталитарными государствами.

Из этого примера можно сделать вывод о том, что архетипы представляют собой нашу связь с миром. Поэтому, чем больше они насыщены и информативны, чем глубже

они усваиваются человеком, тем больше он адаптирован к среде и поступает в соответствии с ее нормами и указаниями. При этом его адаптация может быть как с положительным, так и с отрицательным знаком, т.е. он способен усваивать и такие архетипы, которые вредны и для него, и для общества, например, архетип злодея.

Поскольку архетипы порождаются потребностями человека в деле его адаптации к социальной среде и служат их удовлетворению, отношение его к ним всегда субъективно и обычно бессознательно. Что касается общества, то и оно редко оценивает какие-то явления или вещи в их архетипическом качестве, предпочитая рассматривать их в категориях культуры и общественной ценности, пользы или вреда. Архетипы, освоенные личностью или обществом, могут не только не соответствовать каким-то материальным объектам, но и полностью противоречить им, что особенно замет на уровне виртуальных ценностей. Так, какое-нибудь мифологическое явление может полностью противоречить тому, что неопровержимо доказано наукой. Это означает, что архетипической информацией следует подходить с некоторой осторожностью, но при этом помнить, что даже такая информация, которая полностью мифологична и виртуальна, не есть обман или ложь. Мифологическая часть архетипа никогда не бывает намеренным изобретением, она складывается стихийно, служа человеческим потребностям.

Любой архетип имеет собственное содержание, причем достаточно конкретное, что и позволяет отличить один архетип от другого. Это не исключает схожести и даже частичного совпадения разных архетипических образов, например, духовного учителя и пророка, мессии и пророка, первопредка и героя. Содержащаяся в архетипе информация открывается сознанию через архетипические образы и ценности. Вначале познаются они, а затем та общая основа, которая цементирует их.

ანტონიანი ი.მ

რუსეთის ფედერაციის მეცნიერების დამსახურებული მოღვაწე, იურიდიულ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, რუსეთის ფედერაციის სრულიად რუსეთის შინაგან საქმეთა სამინისტროს სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტი

არქიტყვი, როგორც ინფორმაციის შემნახველი

ამაშიან არქიტყვებს განთავსებს სოციალისტური პროცესში, ამასთან იძენს ინდივიდუალურ ხასიათს, ამდენად, ისინი ინდივიდუალურებაში, ინდივიდუალურ ღირებულებათა ორიენტაციების განსწობილებაში, მისწრაფებასა და წარმოდგენებში ელახებიან.

Мари Гелаяна Бандзелаძე

Социологические исследования, как коммуникационное средство для PR

PR – это искусство взаимоотношений с обществом и, разумеется, он подразумевает установление выгодных отношений с целевой аудиторией.

Исходя из того, что организация имеет дело с различной аудиторией, для успешных взаимоотношений с нею необходимы выбор различных контактно-коммуникационных технологий и специальные знания и опыт, нужные для этого, что и поручено PR-специалисту современным плюралистическим обществом.

Для того, чтобы организация принимала рациональные решения и функционировала эффективно, согласно официальному положению американского общества PR, она должна уметь создавать атмосферу взаимопонимания и гармонии.

Для этого же необходимо, чтобы PR: учитывал бы мнение и настроения «своего» общества; преобразовывал частные цели в понятные для общества; осуществлял бы прогнозирование общественного мнения, настроений и проблем общества; консультировал бы организацию при принятии важных решений на всех ступенях руководства: исследовал бы программы деятельности организации и информационную политику (маркетинг, накопление ресурсов из фондов, формирование взаимоотношений); намечал, планировал бы цели организации, формировал бюджет, подбирал и обучал персонал и т.д., что требует изучения общественного мнения.

С учетом того, что общественное мнение постоянно меняется и легко поддается влиянию, постоянное наблюдение над ним весьма важно для PR-специалиста. PR-специалист должен хорошо разбираться в технологиях исследования общественного мнения, что даст ему возможность независимого ведения исследования и анализа социологической информации.

В то же время необходимо отличать друг от друга профессионала-социолога и PR-специалиста. Американский PR-эксперт Фред Палмер несколько лет назад дал такую формулировку: «Функция исследователя-социолога – изучить, измерить, проанализировать и взвесить общественное мнение, а функция PR-специалиста – помочь людям в конструктивном подходе к силе общественного мнения».

Изучение и использование результатов опросов общественного мнения приводит PR-специалиста к целому ряду проблем, которые выходят за рамки его непосредственной специальности.

Так что, какими бы ни были особенности PR-деятельности, она в любом случае начинается с исследовательской деятельности и анализа сформировавшейся ситуации, что возможно путем использования методов социологического исследования. Оно признано одним из важнейших этапов PR-деятельности, поскольку исследователи должны обеспечить PR-политику теоретической и информационной базой.

Автор: докторант Мари Гелавина Бандзеладе
Sociological Studies as Communication Means for PR

PR is a mastery of interrelation with the society and naturally it implies establishment of advantageous relations with the targeted audience.

Proceeding from the fact that the organization deals with different audience, selection of various contact-communication technologies and essential special knowledge and experience are necessary for successful interrelation with it. This task is committed by modern plural society to PR-specialist.

Therefore, regardless of the peculiarities of PR-activity, in any case it begins with research activity and analysis of current situation that is possible by means of the methods of sociological studies. It is recognized as one of the important stages of PR-activity, since researchers should provide PR-policy with theoretical and information base.

კონფლიქტების სისტემურ-ინფორმაციული კვლევების პრობლემა

ინფორმაცია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს რთული სისტემების ურთიერთქმედებისას. კონფლიქტებში ის განსაზღვრავს ოპონენტთა დაპირისპირების სიტუაციის წარმოშობას, განვითარებასა და დამთავრებას. მესამე მხარესზე სემოქმედება, კონფლიქტის დარეგულირების მიზნით ასევე ძირითადში ატარებს ინფორმაციულ ხასიათს.

ინფორმაცია ახდენს გადამწყვეტ სემოქმედებას კონფლიქტოლოგიის, როგორც მეცნიერების განვითარებაზე. ამიტომაც საინფორმაციო მიდგომის შემუშავება შეადგენს კონფლიქტოლოგიის პერსპექტიულ ამოცანას.

ინფორმაცია – კიბერნეტიკის ერთ-ერთი ძირითადი მცნებაა. უკანასკნელი ათწლეულები ამ კატეგორიის სულ უფრო ფართოდ გამოიყენებენ სხვა მეცნიერებებიც. გამომდინარე მისი საერთო მეცნიერული მნიშვნელობიდან. მძლავრი ახსნითი პოტენციალი, რომელსაც ფლობს „ინფორმაციის“ კატეგორია, მნიშვნელოვანია გამოყენებულ იქნას კონფლიქტოლოგიის ინტერესებში. კონფლიქტის ყველა ტიპები სწორედაც რომ, განეკუთვნება მოვლენათა იმ კლასს, რომელთა თვითგანვითარებასა და კვლევაში ინფორმაცია თამაშობს საკვანძო როლს.

ინფორმაცია თავდაპირველად გატარებული იყო, როგორც ცნობები, რომლებიც ადამიანთა მიერ გადაიცემოდა სუბიერ, წერილობითი და სხვა ხერხებით. ამასთან ინფორმაციად ძირითადში ითვლებოდა არა მონაცემთა ხარისხი და მათი შინაარსი, არამედ მათი რაოდენობრივი მახასიათებლები: მოცულობა, ორგანიზაციის ხერხები და სხვ.

გასული საუკუნის შუა წლებიდან მოვლენათა წრე, რომელიც აისახებოდა „ინფორმაციის“ მცნებით, არსებითად გააფართოვდა. ინფორმაციის ქვეშ უკვე იგულისხმებოდა ცნობები, რომელთა ურთიერთგაცვლასაც ახდენენ ადამიანები; ადამიანები და ტექნიკური დანადგარები; ტექნიკური დანადგარები, სიგნალების გაცვლა ცხოველთა და მცენარეთა საშუალოში; ნიშნების გადაცემა უჯრედიდან უჯრედში; ორგანიზმიდან ორგანიზმში; ინფორმაცია მჭიდროდა დაკავშირებული ახახეასთან (არეკვლასთან). თუკი ობიექტზე ხდება ცვლილებები არეკვლითი (ახახეთით) სემოქმედება სხვა ობიექტისა, მაშინ შეიძლება ითქვას, რომ პირველი ობიექტი არის ინფორმაციის მატარებელი მეორე ობიექტის შესახებ. ყველა ის ცნობები, რომელთაც პრინციპში შეიცავს ინფორმაციის წყარო, იწოდება პოტენციალურ ინფორმაციად. ყველა ის ცნობები, რომლებიც ნებისმიერი სახით ფიქსირდება ინფორმაციის მიმღების მიერ, შეადგენენ აქტუალურ ინფორმაციას.

კონფლიქტოლოგიაში ინფორმაციული მიდგომა ჯერ-ჯერობით არაა დასაბუთებული, მისი მნიშვნელობა და აუცილებლობა არაა გაცნობიერებული, რაც ბუნებრივია. კვლევის ობიექტზე ინფორმაციული ასპექტები მეცნიერ-სწავლულებს დააინტერესებს მას შემდეგ, რაც მეცნიერება გაიგლის თავისი განვითარებისას საკმარის ხანგრძლივ გზას. ვიდრე შეეფასებდეთ ინფორმაციის როლს, საჭიროა შესასწავლი მოვლენების არსის გახსნა და მათი ტიპოლოგიის შემუშავება, სტრუქტურის, ფუნქციისა და გენეზისის დადგენა.

კონფლიქტოლოგიაში მნიშვნელოვანია მეცნიერების ჩამოყალიბების დასაწყისიდანვე, განისაზღვროს ის სფეროები, სადაც ინფორმაციულმა მიდგომამ შეიძლება მოგვეცეს კარგი შედეგები. სასურველია ასევე მოხდეს შესავალი მთხოვნების ფორმულირება, რომლებიც უსრულველყოფენ კონფლიქტის ინფორმაციული ანალიზის სისტემურობას. კონფლიქტების შესწავლისა და დარეგულირების პრობლემაში არსებობს ოთხი ძირითადი სფერო: ყოველ მათგანში ინფორმაციული მიდგომის გამოყენებას გააჩნია თავისებურებები: რეალური კონფლიქტის სფერო, სადაც ყოველი მათგანი შეიძლება მოექცეოდეს სისტემურ – ინფორმაციული ანალიზის ქვეშ.

ცენტრალურ რეკულაციურ რგოლად კონფლიქტის წარმოშობაში, განვითარებაში და დამთავრებაში არის სიტუაციის ფიქტიური მოდელი, რომელიც არსებობს კონფლიქტური ურთიერთქმედების მონაწილეთა ფიქტივიაში. კონფლიქტის ბირთვი შეადგენს მის ობიექტს. მას გააჩნია მრავალი მახასიათებლები: კონფლიქტის ყოველ მონაწილეს უქალებდება საკუთარი, სუბიექტური შეხედულება კონფლიქტის ობიექტზე, მისი მოდელი. ერთდროულად წყარო კონფლიქტის ობიექტის მოდელის ჩამოყალიბებისა არის ინფორმაცია – კონფლიქტის მონაწილეები თავიანთ საქციელს აგებენ არა კონფლიქტის რეალური ობიექტიდან გამომდინარე, არამედ მის ინფორმაციულ მოდელსე დაერდნობით.

კონფლიქტის ობიექტის მოდელის ჩამოყალიბების კანონზომიერებები ოპონენტებისათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ხალხთა შორის ბრძოლის მიხედვების გასაგებად. ეს კანონზომიერებები ატარებენ ინფორმაციულ ხასიათს. მთავარია ვიცოდეთ თუ როგორია ინფორმაცია, რანაირად და რატომ მოქმედებს კონფლიქტის ობიექტის მოდელის ფორმულირებაზე. კონფლიქტის ობიექტზე არსებული და არსებითი ინფორმაციის ნაწილი ოპონენტების მიერ მხედველობაში არ მიიღება, როგორია ეს ინფორმაცია, რატომ არ მოქმედებს ის კონფლიქტის ობიექტის მოდელზე? პასუხი ყველა ამ მნიშვნელოვან კითხვაზე შეიძლება მოვეძებნო კონფლიქტის სისტემურ-ინფორმაციულმა ანალიზისა.

კონფლიქტის მონაწილეებს კონფლიქტური სიტუაციის ინფორმაციული მოდელი უქალებდებოდათ მთლიანობაში; მოტივები და შესაძლო მოქმედებები საპირისპირო მხარისა კონფლიქტში; თავისი მოტივები და შესაძლებლობები კონფლიქტში; ცარშემომყოფი შეხედულებები კონფლიქტზე; კონფლიქტში მონაწილე ყველა მხარის მიხედვით და სხვ.

თვითონ პროცესი კონფლიქტური ურთიერთქმედებისა სხვა არაფერია, თუ არა ინფორმაციის გაცემა კონფლიქტურ სიტუაციაში მონაწილე ყველა ძირითად და მყოფეხარისხოვან მონაწილეებს შორის. კონფლიქტის მონაწილეთა მიერ ურთიერთზე ინფორმაციული შემოქმედება ხორციელდება მხარეთა ქმედებების კორექტირებისათვის საჭირო მიმართულებით. კონფლიქტის გავების გასაღები დეცა ინფორმაციული გარემოს გამაქვეყვაში, იმ პირობებში, რომელთა შემოქმედებითაც ისინი წარმოიშობიან, ვითარდებიან და მთავრდებიან.

კონფლიქტებში ადამიანთა ქცევის სტერეოტიპები არის შედეგი იმ გამოცდილების ინფორმაციული შემოქმედებისა, რომელიც წინ უსწრებდა ადამიანის ცხოვრებას და მდლავაწობას. ცხოვრების პროცესში ჩამოყალიბებული სტერეოტიპები ხშირად გადაამყვეტ როდს თამაშობენ კონკრეტულ სიტუაციაში მოქმედების ხერხის (ფორმის) არჩევისას. როგორი ინფორმაცია და როგორი სახით მოქმედებს სოციალური საქციელის განისაზღვრული სტერეოტიპების გამტკიცებაზე? როგორ როდს თამაშობს ადამიანის პირადი

ცხოვრებისეული გამოცდილება? როგორ შემოქმედებას ახდენს სხვა ადამიანების აღმოჩენილი გამოცდილება? როგორია ინფორმაციული როლი კულტურისა, ხელოვნებისა, რელიგიისა, ადამიანების კონფლიქტური საქციელისას?

მრავალი სპეციალისტი (გ. ყვრემოვა, ვ. მელნიკოვი) სამართლიანად საუბრობენ იმაზე, რომ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ახდენენ შესამჩნევ შემოქმედებას მოსახლეობის შიშზე, აყალიბებენ შეხედულებებს ძალადობის და შეგებულობაზე ან მის დაგმობაზე. ინფორმაციების ნაკადმა რუსეთის ტელევიზიის ეკრანებზე მკვლელობების, სისხლისა და ძალადობის დემონსტრირებით გადააჯარბა ყველა გონიერულ სახედრებს. როგორ აისახება ეს სასოგადოების კონფლიქტურობაზე? შესაძლებელია თუ არა ინფორმაციის დახმარებით პროვოცირება მოხდეს, ან პირიქით, თავიდან ავიცილოთ კონფლიქტები? როდის და როგორ კეთდება ეს? როგორ მოვახდინოთ შემოქმედება მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებზე, ცალკეულ ადამიანებზე, სოციალურ ჯგუფებზე და მთლიანად სასოგადოების კონფლიქტურობაზე მისი დესტრუქციული შემოქმედების მინიმალიზაციის მიზნით? ყველა ამ კითხვაზე პასუხი შეიძლება მოგვეცეს კონფლიქტის გარეგანი გარემოს, კონფლიქტური სიტუაციის წარმოშობის ობიექტურმა და ორგანიზაციულ-მმართველობითი მიზეზების სისტემურ-ინფორმაციულმა ანალიზმა.

მესამე მხარის შემოქმედება კონფლიქტზე მისი კონსტრუქციულად გადაჭრის მიზნით ატარებს ინფორმაციულ ხასიათს. მთელი საქმიანობა ხელმძღვანელობისა, კონფლიქტოლოგებისა, სხვა შუამავლებისა კონფლიქტების თავიდან აცილებისა და დამთავრებისათვის წარმოადგენს ამის მონაწილეებს ინფორმაციულ შემოქმედებას. კონფლიქტების მართვის ეფექტურობა მალდება, თუკი ვეცდებით - მთელი ინფორმაცია, როდის, როგორი ფორმით, კონფლიქტის რომელ მონაწილეს ეცნობოს მისი მოქმედებების აუცილებელი კორექტირების მიზნით. კონფლიქტოლოგმა ასევე უნდა იცოდეს, რომელი ინფორმაცია უნდა შეაგროვოს აუცილებლად, იმისათვის, რომ მისმა ხარვეამ მოკლენათა განვითარებაში არ მოიტანოს ზიანი, იქონ დასაბუთებული კონფლიქტის მართვის ხარისხიანი ინფორმაციული უზრუნველყოფა - ესაა მნიშვნელოვანი პირობა კონფლიქტოლოგის წარმატებული მუშაობისა.

თავად კონფლიქტოლოგია წარმოადგენს მეცნიერულ ცოდნას კონფლიქტებზე, რომელთა განვითარება, ემორჩილება ინფორმაციის მიღების, გადაცემის და შენახვის კანონებს. კონფლიქტოლოგიაში მეცნიერულ ინფორმაციაზე სისტემური მუშაობა ჯერ-ჯერობით არ წარმოებს. კონფლიქტოლოგიურ კვლევებში არ გამოიყენება ის ფასეული ინფორმაცია, რომელიც დაგროვილია სოცოლოგიაში სამეცნიერო კვლევების მეთოდოლოგიის პრობლემაზე, მის ეტაპებზე და პროგრამაზე.

ლიტერატურა

1. მ. ცაცანაშვილი, ინფორმაციული სასოგადოება და ინფორმაციის სამართლებრივი რეგულირება. თბ. 1999.
2. Прангишили И. В. Системный подход и общесистемные закономерности. М. 2000.
3. Красное Б. И. Роль средств массовой информации в политической жизни. М. 2002.
4. Прангишили А. И. Прокопьев С. В., Конфликтология. 2007.
5. Здравовишлов А. Г Социология конфликта. М. 1995.

6. ჰ. კუპრაშვილი. შინფორმაციო პოლიტიკის სტრუქტურული ასპექტები პოლიტიკური მოდერნიზაციის პროცესში. 2001.
7. ჰ. კუპრაშვილი, საინფორმაციო პოლიტიკის ზოგიერთი ასპექტი. 1999.
8. Маклюен М. Понимание медиа. М. 2003
9. Расторгнуев С. Философия информационной войны. М. 2001.

Maia Guramishvili

Информационный подход к изучению и регулированию конфликтов

Информация играет важную роль во взаимодействии сложных систем. В конфликтах она определяет возникновение, развитие и завершение ситуации противодействия оппонентов. Воздействия третьей стороны с целью урегулирования конфликта также носят в основном информационный характер.

Maia Guramishvili

Information approach to study and regulation conflict

Information play important role interaction complex system in conflict her define beginnings development and completion situation resistance opponent influence third sidepieces off target settlement conflict also carry in fundamental information character.

კონსტანტინე დობნაძე

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

კომუნიკაციური აგრესიის გამოვლენის ფორმები ოჯახურ ურთიერთობებში

საკვანძო სიტყვები: კომუნიკაციური აგრესია, ოჯახური ძალადობა, გამოვლენათა ფორმები

საქართველო ტრადიციების ქვეყანაა. თუმცა დროს, თანამედროვე გლობალიზაციის პროცესებს, ახალი სოციალურ-კულტურული ღირებულებების დამკვიდრებას თავისი კორექციები შეაქვს. ზოგიერთი ძირითადი ნეუულეზა ირეკვა, იკარგება კიდევ. ოჯახური მდგომარეობა, მისი სიწმინდე და კეთილდღეობა ოდითგანვე პრიორიტეტული იყო ქართველისთვის. ქართული ოჯახის საფუძველს ადათობრივი სამართალი ქმნიდა.

ქართული მენტალიტეტით, ოჯახი ღვთისმშობელი ერთობაა, სულისა და ხორცისა. უფაღმა ღვთაებრივი სახე შეუნარუნა ოჯახს. კაცი – თავი ოჯახისა, განასახიერებს ქრისტეს, რომელსაც უნდა უყვარდეს ცოლი და ზრუნავდეს მასზე, ხოლო ცოლი, როგორც ყოველი ჩვენგანი ემორჩილება ქრისტეს, ემორჩილებოდას ქმარს და უყვარდეს ის. ამიტომაც შეიძლება საიდუმლოთაგან ერთ-ერთის, ჯგერისწერის მადლით შეუღლებული ცოლ-ქმრის გაყრა სარწმუნოებრივთან ერთად ტრადიციების დალატადაა მიჩნეული.

XXI საუკუნეში ქართული ოჯახის საფუძველებიც შეატორტმანა. სოციალურმა სიდეზიტემ ოჯახურ ურთიერთობებში აგრესიულობა გაამძაფრა. იმატა ოჯახურმა ძალადობამ. „საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს მონაცემებით 2007 წლიდან დღემდე საპატრულო პოლიციის

მიერ დაფიქსირებული ოჯახური ძალადობის ფაქტები ასეთია: 358 მოძალადე და, შესაბამისად, 358 მსხვერპლია. აღსანიშნავია, რომ ეს მხოლოდ იმ ფაქტების სტატისტიკაა, რომლებზედაც პატრული გამოიძახეს. სხვა მხრივ, ქვეყანაში არ არსებობს ერთიანი და ზუსტი კვლევა ოჯახური ძალადობის ფაქტებს (გაზეთი „პრეს-ფორუმი“, 18.06.09)“.

ძალადობის მიზნები და საფუძვლები, ცხადია, სხვადასხვაა. ფულის შემომტან მამაკაცებს ცოლისა და მონის ფუნქციები ერთმანეთში ერევათ. ბევრი ფიქრობს, რომ ქალმა უნდა გაუძლოს ყველა სიძნელეს, მოთმინოს ქმრის მხრიდან უპატივეცემულობა მხოლოდ იმიტომ, რომ ოჯახი არ დაინგრეს. „ქალი რომ გათხოვდება, ყველაფერი უნდა აიტანოს“, „ცოლ-ქმრის ჩხუბი რეგენს მართალი ეკონაო“, „დღეს ინხუბებენ, ხელ შერიგდებიან“, „წესიერი ქალი ოჯახს არ დაანგრევს“ – აი, ასეთია ქართულ ანდასებში შთაბეჭდილი ქართული მენტალიტეტი. ამ თვალსაწიერის მომხრენი, სამწუხაროდ, არ ითვალისწინებენ იმ რეალობას, რომ ძალადობასთან შეგუება მეტ ძალადობას გამოიწვევს. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ეს პრობლემა ქართული ტრადიციული ოჯახის წინაშე არასოდეს მდგარა და მისი კვსეცები თანამედროვე გლობალური პროცესებით არის განპირობებული.

ვერ ვიტყვი, რომ ქართული სინამდვილე ოჯახური პრობლემებისადმი ახიური მისუმატების პოლიტიკით გამოირჩევა. ოჯახისა და ქალის პრობლემები წყვენიერად ირეგულაციის ინტენსიურად შეისწავლებოდა. მაგალითად, არჩილ ჯორჯაძესა და გრიგოლ რობაქიძეს პქონდათ მცდელობა, ხმაღლა ესაუბრათ ქალთა საკითხებს, გაეანალიზებინათ და განეყრცოთ იგი. იშვამად ამას დიდი რესონანსი არ მოჰყოლია, ისევე და ისევე სასოგადოებრივი ნაკეტილობისა და ტაბუსადმი ეროვნული მიდრეკილების გამო.

„ჩვენი სასოგადოებისთვის ქალთა საკითხის ფსიქოლოგიურ-ფილოსოფიურ ნიადაგზე დაყენება სრულიად ახალი საგანი იყო, თუქცა ექვის თვალთ, მაგრამ ყურადღებით უსმენდა გრიგოლ რობაქიძის ლექციებს სქესისა და სიყვარულის შესახებ და წვენმა ინტელიგენციამ თითქოს იგემა ამ საკითხების მნიშვნელობა. მას სჯა-ბაბახის სურვილიც აღეძრა“ [სტილი არჩილისა], – წერდა 1911 წელს არჩილ ჯორჯაძე „ქართლის სევდაში“.[1.169] ოჯახურმა ძალადობამ პიქს მიადწია. გამოთვლილია, რომ ყოველ 15 წამში ერთი ქალი მაინც განიცდის ძალადობას. საქართველოში ქალებს თავიანთი უფლებების დაცვის მექანიზმი არ გააჩნიათ. სასოგადოება, პოლსიცია და სასამართლო კაცის მხარესეა, ქალს კი რევე-დარიგებებით „ანუბეშებენ“, ურჩევენ, რომ ყველაფერი მითმინოს და ოჯახი არ დაანგრეოს, ოჯახის ხაქმე გარეთ არ გამოიტანოს.

ქართული მენტალობა ოჯახურ ურთიერთობებში ძალადობის შინაარსსაც სხვაგვარად აცნობიერებს. ფსიქოლოგების განმარტებით, „ძალადობა არის ყოველგვარი ქმედება ან სიტყვა, რომელსაც შეუძლია ადამიანი შეურაცხყოფს, სიანი მოუტანოს, ან შელახოს კანონით მინიჭებული უფლებები. ძალადობის დროს ითრგუნება ადამიანის ნება, შელახულია მისი ხელშეუხებლობა, ღირსება, თავისუფლება“

საქართველოში ოჯახური ძალადობის პრობლემა 2006 წლის 25 მაისს აღიარა და მიიღო კანონი „ოჯახური ძალადობის აღკვეთის, ძალადობის მსხვერპლთა დაცვისა და დახმარების შესახებ“

საქართველოში მოქმედი კანონის მიხედვით, ოჯახური ძალადობა გულისხმობს „ოჯახის ერთი წევრის მიერ მეორის კონსტიტუციური უფლებების დარღვევას“ (თავი 1, მუხლი მე-3).

ქალს ვაღდეგებულადაც კი მიიხვევს, ოჯახის მთელი სიმძიმე იტვირთოს. ეს ხშირად აიძულებს ქალს არაადამიანური, მისთვის შეუფერებელი, დამორტუნავი საქმე აკეთოს, რაც მისგან დიდ ენერჯიას მოითხოვს, სოფჯერ ჯანმრთელობად და ცხოვრების საუკეთესო წლებად უჯდება. ესეც ერთგვარი ძალადობაა.

ოჯახური ძალადობის აღმოფხვრის საშუალებებს შორის ერთ-ერთია იმგვარი დაწესებულებების დაარსება, სადაც ძალადობის მსხვერპლნი რეაბილიტაციას შეძლებენ. უნდა მომსაღდეს რაც შეიძლება მეტი სოციალური მეშაქი. პოლიციისა და მედიცინის მუშაკებმა აიმაღლონ კვალიფიკაცია, დაიხვეწოს სამართლებრივი ნორმები, შემუშავდეს მოძალადეებთან მუშაობის მეთოდები, უარყოფილი იქნას მოსაზრება, თითქოს ოჯახი სახელმწიფო კონტროლის გარეთ არსებული კერძო სფეროა. დანაშაულად უნდა ჩაითვალოს არა მარტო ფიზიკური სეწოლა, არამედ სიტყვიერი შეურაცხყოფაც, მუქარაც; ამუშავდეს გამოძიების დროს ოჯახური ძალადობის მსხვერპლთა და მოწმეთა უსაფრთხოდ დაცვის მექანიზმი.

ამჟამად ოჯახური ძალადობისას ხისხლის სამართლის საქმე მხოლოდ დაზარალებულის საწიერთ აღიძვრება, შერიგების შემდეგ კი შეწყდება, რაც არ არის მართებული. თუ დანაშაულის ნიშნები ხაყუყა, ხისხლის სამართლის აღძვრის საქმე უპირველესად სახელმწიფოს პასუხისმგებლობა უნდა იყოს. ოჯახური ძალადობის მსხვერპლს კი მხოლოდ უნდა ეთხოვოს. პროცესში მოწმის სტატუსით მონაწილეობდეს. ეურწიით წყვილს, მიმართონ ფსიქოლოგს. სასოგადოება გვერდში უნდა ამოუდგეს მარტოხელა დედებს. გააქტიურდეს მედია, საგანმანათლებლო და სოციალური ცენტრები. გაკეთდეს ვადეორეკლემები ოჯახური ძალადობის ფაქტებზე. ქალის პატივისცემაზე. ფსიქოლოგებმა ტელეკონრანებიდან ხშირად ისაუბრონ ოჯახურ ძალადობაზე და მოუწოდონ ქალებს, არ დაკარგონ ღირსების გრძობა. ცოლმა და ქმარმა უნდა გაიზარონ ერთმანეთის ასრი და არ იბრძოდონ პირველობისთვის; შეიგნონ, რომ ოჯახი ბედის საწუქარია და ეკადონ შეინარჩუნონ, მაგრამ თუ არ მოისპო ოჯახური ძალადობა, ხმაზაღლა განაცხადონ; არ დაუჯერონ მშობლებს, რომლებიც მოთმენას სთავაზობენ; არ უნდა გაიზარონ ასრი, რომ დამცირების, ღალატის ატანით ღეთისა და სასოგადოების წინაშე მართალი იქნებიან. არც სასოგადოებას სჭირდება გატანჯული ადამიანი. ადამიანი თავისუფალი, მოაზროვნე არსებაა. მას უფლება აქვს. ისე იცხოვროს, როგორც სურს. არაყინ უნდა მიეწვიოს ბრმა მორწილებას. ძალადობა დანაშაულია და მასთან შეწინააღმდეგება – მართებული ნაბიჯი.

ლიტერატურა:

1. არწილ ჯორჯაძე წერტილები, თბ., 1989წ.,
2. კონსტიტუცია თავი I, მუხლი III
3. საქართველოს კანონი ოჯახური ძალადობის აღკვეთის, ოჯახური ძალადობის მსხვერპლთა დაცვისა და დახმარების შესახებ;
4. ოჯახური ძალადობა ქალზე – მრავალკომპონენტური კვლევა, საერთაშორისო სამართლებრივი სტანდარტები და უცხო ქვეყნების კანონმდებლობა ოჯახური ძალადობის სფეროში, კავკასიის ქალთა კვლევითი და საკონსულტაციო ქსელის პუბლიკაცია, თბილისი, 2006 წ.

Konstantin Dohnadze
Georgian Technical Universiti

Violence in Family and Discusses Mentality

The paper how mentality becomes the reason of family violence. For eradication of violence it is inevitable disscuse to change consciousness.

Константин Дohnадзе

Формы проявления коммуникационной агрессии в семейных отношениях

В статье рассмотрены вопросы проявлений коммуникационной агрессии в семейных отношениях. Указывается, что причиной этого является традиционная ментальность, хотя в традиционной грузинской семье гендерная проблема никогда не стояла. Ее эксцессы навевании современными глобализационными процессами.

Исходя из этого, ставится проблема изменения традиционной этноментальности в данной сфере.

ლ. კახანაძე
ქ. აბაშიძე

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

PR და რეკლამა მსუბუქ მრეწველობაში

საკვანძო სიტყვები: რეკლამა, ბრენდი, პიარსი, კრეატივი, წარმოება.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, სადაც დომინირებს კონკურენტუნარიანი გარემო, მნიშვნელოვანია სარეკლამო კომუნიკაციების გამოყენება. რეკლამა ადამიანის ფსიქოლოგიაზე ზემოქმედების ყველაზე ეფექტური საშუალებაა და ამიტომაც მასზე მოთხოვნილება ყოველდღიურად იზრდება. რეკლამაზე გაზრდილი მოთხოვნილება გამოწვეულია როგორც შემოქმედებით სტრატეგიის პროციკიდან, ასევე სარეკლამო საშუალებების პროციკიდან [1].

რეკლამის შექმნა არის შემოქმედებითი მუშაობის შედეგი. კრეატიულობა ანუ შემოქმედებითი მიდგომა ორიგინალური, ყველასაგან განსხვავებული ახალი ბრენდის შესაქმნელად მოითხოვს ამ მიმართულებით სარეკლამო სტრუქტურების აქტიურ მუშაობას. ხშირად გვეხმის ახალი ტურმინი: კრეატიული მიდგომა, კრეატიული სტრატეგია, კრეატიული განყოფილება ყველაფერი ეს დაკავშირებულია რეკლამასთან და სარეკლამო სააგენტოსთან. სადაც ყველაფერი უნდა იყოს კრეატიული. სარეკლამო სააგენტოების შემოქმედებითი მუშაობის მიზანია გაუწიოს რეკლამირება ახალ ბრენდს, და არა უკვე ცნობილ "მოძველებულ" ბრენდს. რეკლამა უნდა ასოცირდებოდეს ახალთან და ორიგინალურთან. რეკლამის მიზანია მომხმარებლის დარწმუნება იმაში, რომ რეკლამირებულ ბრენდი არის ახალი საქონლის ნიმუში და ამ პროდუქციისთვის შექმნილი რეკლამა არის ახალი სიტყვა სარეკლამო ხელოვნებაში. მოუნდება თუ არა მომხმარებელს რეკლამირებული საქონლის ყიდვა, თუ მას მოეწონება მისი რეკლამა ეს უკვე მეორე საკითხია, რომელიც დამოკიდებულია იმაზე თუ რა დონით მოხდა მომხმარებლის დარწმუნება. ხშირად ბრენდის რეკლამა და თვით

ბრენდის სასაქონლო სახე ერთმანეთისაგან მკვეთრად განსხვავდება. ამ შემთხვევაში მომხმარებელი უფრო ენდობა თავის ინტუიციას და ირჩევს უკვე ამოცანებზე საჭიროებს ან ისეთს, რომელსაც თვლის პრაქტიკული და გარეგნული თვალსაზრისით უფრო საინტერესოდ. შესაძლოა ასეთი საჭიროების რეკლამა არ იყოს ჯეროვნად მიმზიდველი. მიუხედავად ამისა ირჩევს იმას, რაც მას მეტად მოსწონს. ამიტომ დიდი მნიშვნელობა აქვს რეკლამის კრეატიულობას, რადგან საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფები თანაბარი სიძლიერით არ აღიქვამენ რეკლამის შინაარსს. პირდაპირ რეკლამას უფრო მეტად ექვემდებარებიან თინეიჯერები, რომელთაც მოსწონთ სარეკლამო კლიპები და ყოველგვარ სიახლეს დებულობენ გაანალიზების გარეშე. რაც შეეხება შუა ასაკის მომხმარებელს, იგი სარეკლამო კლიპებში მოითხოვს უფრო დამაჯერებელ არგუმენტს. თუ იგი ამას ვერ დებულობს კრეატიული რეკლამიდან, მაშინ მისთვის რეკლამა შეიძლება გადაიქცეს ანტირეკლამად. ხშირად რადიო და ტელეარხებზე ერთი და იგივე რეკლამა გადის დროის მცირე ინტერვალებში და ჩართულია რეიტინგულ გადაცემებში, რაც ავალდებულებს მსმენელს იძულებით მოუსმინოს სარეკლამო კლიპს. ბუნებრივია მაკურებელთა ნაწილში ეს მომენტი იწვევს გაღიზიანებას. მეორეს მხრივ ასეთი რეკლამები ემსახურება როგორც ბრენდის, ასევე რეიტინგული გადაცემის რეკლამირებას. რაც მომგებიანი როგორც სარეკლამო კომპანიებისათვის. ასევე რადიო და ტელეარხებისათვის კომუნიკაციის და ფინანსური თვალსაზრისით. ასეთი რეიტინგული გადაცემის მენეჯმენტი აიძულებს ტელეკადაცემის მაკურებლებს და რადიოს მსმენელებს რაც შეიძლება მეტი მონაწილე ჩართოს რეკლამის საკურებლად.

რეკლამა ჭირდება ახალ პროდუქციას. მას უნდა აქონდეს თავისი სერთიფიკატი, რომლის მისაღებად მიმწოდებელი საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბება, რადიო და ტელეარხებით რეკლამირებული პროდუქცია უმეტესად არ არის ახალი და იგი ემსახურება ბაზარზე მის გასაღებას, რაც ადამიანებში იწვევს ერთგვარ უნდობლობას. ხშირ შემთხვევაში ახალი პროდუქციის შექმნა და საზოგადოებამდე მიტანა დიდ დანახარჯებთან არის დაკავშირებული, ამიტომ ფირმები ახალი ბრენდის შექმნაზე ფულის დახარჯვას ამჯობინებენ ძველი ბრენდის რეკლამირებას, მანამ სანამ ახალი ბრენდი არ მიიღებს საზოგადოებიდან მეორე რეკომენდაციას, მისი რეკლამირება აისრს კარგავს. ამისათვის აუცილებელია PR-ის და რეკლამის სწორი შერწყმა.

მიმდევრული ბრენდის რეკლამირების შემთხვევაში მარკეტინგული პოლიტიკის თვალსაზრისით მას უნდა მიეცეთ ახლებური შეფუთვა, ამ პრობლემის გადაწყვეტა შესაძლებელია PR-ის მეშვეობით და არა რეკლამით. დიდი მნიშვნელობა აქვს ასევე ბრენდის სახელწოდების შერჩევას, იგი უნდა ქმნიდეს ერთგვარ კარმონიას პროდუქციასთან. მომხმარებლის ცნობიერებაში უნდა აღიქმებოდეს როგორც საუკეთესო. თუ მომწოდებელი ბრენდის გაცოცხლებისათვის გამოყენებული საშუალებები არ გვიძლავს დადებით შედეგს, მაშინ ჯობია შევუტოო ბრენდის ჩამორებას და გაითვალისწინო ის შეცდომები რაც არსებული ბრენდის შექმნისას იქნა მიღებული.

მსუბუქი მრეწველობა ეს ის სფეროა, რომელსაც უხდება მრავალფეროვანი პროდუქციის გამოშვება, რაც არ იძლევა იმის საშუალებას, რომ დავემოყვოდეთ ერთი რომელიმე სახეობის რეკლამის გამოყენებით, რადგან ერთ შემთხვევაში თუ იგი მომგებიანი აღმოჩნდება, მეორე შემთხვევაში შეიძლება წამგებიანი აღმოჩნდეს წარმოებისათვის. ბუნებრივია

ასეთი სხვადასხვაობა ბაღებს კითხვას: ახალი პროდუქციის რეკლამირებისას რომელს ენიჭება უპირატესობა PR-ის თუ რეკლამას? რომელია წინმსწრები.

ელი და ლორა რაისები, PR-ის პროფესიონალები, აღნიშნავენ [2], რომ პირველ რიგში უკვე არსებული ბრენდის დასაცავად მნიშვნელოვანია რეკლამა, მაგრამ ახალი ბრენდის ბაზარზე დამკვიდრებისათვის უფრო დადებით ეფექტს იძლევა PR-ის და ფაბლისიტის გამოყენება. სწორედ მათი წყალობით შესაძლებელია ახალი პროდუქციის დამკვიდრება ბაზარზე. ამ იდეის ავტორებმა მთლიანად შეცვალეს მსოფლმხედველობა მარკეტინგის შესახებ. რეკლამა PR-ის გარეშე ცალი ხელით ტაშის დაკერას უფრო ჰგავს და ნაკლებ ეფექტურია.

მეწარმეები და ფირმის ხელმძღვანელები დღესაც თვლიან, რომ საზოგადოებრივი აზრი არანაირ გავლენას არ ახდენს პროდუქციის ბაზართან ურთიერთობაზე. მნიშვნელოვანია მხოლოდ პროდუქციის რეკლამირებისათვის სწორი მენეჯმენტის შერჩევა. ეს აზრი არ არის გამართლებული, რადგან ახალი ბრენდის რეკლამირებას წინ უნდა უსწრებდეს საზოგადოების გაცნობიერება, გაანალიზება, თუ როგორ მიიღებს ახალ ბრენდს მომხმარებელი. არის თუ არა მათხოვნა ასეთი ტიპის საქონელზე. ყოველი რეკლამა დიდ თანხებთან არის დაკავშირებული, რომლის დახარჯვასაც ფირმის ხელმძღვანელები ურთიდან მანამ, სანამ მათ არ ექნებათ დამაჯერებელი არგუმენტები რეკლამირებული ბრენდის შედეგადასახებ.

მსუბუქი მრეწველობის მიერ გამოშვებულ პროდუქციაზე მოთხოვნა დიდია. ეს ფაქტი მეწარმეს ავალებს იყოს მუდმივ კონტაქტში მომხმარებელთან, გაითავალისწინოს მომხმარებლის აზრი და შესაბამისად მთავარი პროდუქციის კვლა. ხშირ შემთხვევაში კი ამ სფეროში პროდუქციის მრავალფეროვანი ასორტიმენტით იმდენად გაჯერებულია ბაზარი, რომ მეწარმე ვერ ასწრებს ახალი პროდუქციის რეკლამირებას, რადგან ბრენდის პოპულარობას განსაზღვრავს სესონურობა. კონკრეტულენარობა გარემოში სამეწარმეო საქმიანობაში წარმატების მისაღწევად მნიშვნელოვანია ხელმძღვანელის პროფესიონალიზმი, რომელიც კარგად უნდა ერკვეოდეს არა მარტო ტექნოლოგიურ პროცესებში, არამედ ასევე თავისი ბიზნესის სწორად წარმართვისათვის მარკეტინგში და მენეჯმენტში. როგორც არტურ კეიჯი აღნიშნავს: "ნამდვილი წარმატება როგორც ორგანიზაციისათვის, ასევე საზოგადოებისათვის მდგომარეობს დიდი ბიზნესის მომსახურებაში საზოგადოების ინტერესების დაცვით, ისე, რომ საზოგადოება მას აძლევდეს თავისუფლებას ყველაფერი მომსახურებისათვის".

მსუბუქი მრეწველობის საწარმოებისათვის მნიშვნელოვანია იმიჯის ფორმირება, რომ ეს საწარმო გახდეს ცნობადი სახე მომხმარებლისათვის, რათა ამ საწარმის მიერ გამოშვებულ პროდუქციას არ დაჭრდეს რეკლამირება. საწარმოს იმიჯის შექმნა დიდ თანხებთან არის დაკავშირებული, მაგრამ პოპულარობა საწარმოსათვის წარმატების საწინააღმდეგოა. ამის უამრავი მაგალითი არსებობს მსოფლიოში, მაგ.: როგორცაა "ქრისტინ დიორი", "ეერსაიჟი", "დოლანე გაბანი", "არმანი", "კოკო შანელი", "პიერ გარდენი", "რობერტო კავალი" და სხვა. რომელთა მიერ გამოშვებულ პროდუქციას საზოგადოება იღებს რეკლამირების გარეშე.

მსუბუქი მრეწველობის საწარმოებმა იმიჯის შესაქმნელად აქცენტირება უნდა გააკეთონ არა მხოლოდ გამოშვებული პროდუქციის რეკლამირებაზე, არამედ ახალ ტექნოლოგიებზე, რომელთა დანერგვით საუკეთესო ბრენდის სახე იქნება მიღებული. ეს კი უნდა მოხდეს მანამ, სანამ ახალი ბრენდი შექმნება, რათა შემდგომ მომხმარებლის მხარდაჭერა მოიპოვოს. აღნიშ-

ნულიდან გამომდინარე რეკლამას და PR-ს ორივეს დამოუკიდებელი ფუნქციები გაანჩნია და აუცილებელია წინასწარ განისაზღვროს მათი მომხახურების პერიოდები ბრენდის მოპულარისაციისათვის.

ლიტერატურა

1. ე. ხახუტაშვილი, ლ. კაპანაძე "ხალხგადიკებათან ურთიერთობა" თბ. 2007წ.
2. Эл. Райс, Лора Райс «Расцвет Пиара», М., 2006 г.
3. ლ. კაპანაძე, ე. ხახუტაშვილი "იმიჯოლოგია" თბ. 2004წ.
4. ო. ქეშელაშვილი "ბიზნესის ორგანიზაცია" თბ. 2005წ.

*Капанაძე Л.А., Абашидзе К.Н.
Грузинский Технический Университет*

Пиар и реклама в легкой промышленности

Применение PR и рекламы – это залог успеха бизнеса в производстве. В статье говорится, что для создания нового бренда необходимо выбрать правильное сочетание пиара и рекламы. Бренды создаются не с помощью рекламы, а с помощью публикаций в средствах массовой информации. Реклама может только поддерживать те бренды, которым уже удалось добиться известности. В будущем можно ожидать бурного роста пиар-индустрии, что изменит отношение профессионалов маркетинга к пиару.

*L.A. Kapanadze, K.N. Abashidze
Georgian Technical University*

PR and Advertising in Light Industry

Practicing public relations and advertising activities is the keys to success in manufacturing business. The article emphasizes the necessity of finding a correct combination between public relations and advertising. Brands are not made by means of advertising, but through support of mass media publications. Advertising can do no more than encourage those brands that have already managed to become famous. A rapid growth of promotional industry may be expected in the future, which in turn will change attitude of marketing professionals towards public relations.

*ლ. კაპანაძე, ე. ხახუტაშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

რუსული PR წარსულში

საკვანძო სიტყვები: სლოგანები, პიარშიკები, ხალხთან ურთიერთობა, თანამედროვე პოლიტექნოლოგიები, კრეატივი.

ჩვენს დეკლარაციონში სიტყვა პიარი განჩნდა 15 წლის წინ, მაგრამ ეს იმას არ ნიშნავს, რომ წინათ არ არსებობდა გენიალური PR სელები, ორიგინალური კრეატივები. რომელსაც დღეს უწოდებენ „პოლიტოლოგიას“ ყველაფერი ეს არსებობდა უძველესი დროიდან. უამრავი ფაქტი არსებობს იმისა, რომ რუსეთში პიარის გამოყენება დაიწყო არა მხოლოე საუკუნეში, არამედ ადრეულ ხანაში. შეუძლებელია XX საუკუნეში „წითელი“ პიარის

იდეოლოგიას მიეწვია თავბრუსდამხვევი შედეგებისათვის, რომ მას არ ჰქონებოდა უდიდესი გამოცდილება ამ ხელოვნების გამოყენებისა წარსულში. ამის დასადასტურებლად საკმარისია ერთი ფაქტის მოყვანა: საზოგადოების მსოფლმხედველობა რუსეთში მარქსის „კაპიტალიზმ“ ან ლენინის შრომებში კი არ შეცვალა, არამედ განსაკვივრებელი ექვეპტური ტექნოლოგიის იდეებმა, რომელიც მარტივად გასაგები ფორმით იყო მიტანილი თითოეულ მოქალაქემდე. ხოლო თავად შრომები იძლეოდა PR ტექნოლოგიების განხორციელების საშუალებას სასურველი მიმართულებით.

PR ტექნოლოგიების სწორად წარმართვის ან შეცდომების გამო ხდებოდა ქვეყნის აყვავება ან დაცემა. როგორც ამჟამად, ძველადაც არსებობდნენ წარმატებული და წარუმატებელი PR სპეციალისტები. კომუნიკაციის გზით საზოგადოების მართვა მნიშვნელოვანი იყო ქვეყნის გაძლიერების და სტაბილურობის შესანარჩუნებლად. რუსეთის ისტორიაში ამის ბრწყინვალე ნიმუშებია ელადიმირ მონომახიდან დაწყებული იოსებ სტალინით დამთავრებული. მართალია მათ არ იცოდნენ პიარის თანამედროვე ტერმინები, მაგრამ ძალიან კარგად ფლობდნენ ადამიანების დამორჩილებისა და წარმართვის ხელოვნებას. ამჟამად, იმ ექველაფერზე, რაზედაც თავს იმტერვენ მადალანაზღაურებადი „პიარშიკები“ – ეს უკვე დიდი ხნის წინ არსებობდა. დროთა განმავლობაში ბევრი მათგანის სახელი უკვე აღარ გაქრა, მხოლოდ ერთი-ორი შემორჩა ისტორიას თავისი სასიკეთო ან ბოროტი საქმეების გამო.

X-XV საუკუნე იყო რუსეთისათვის წარმატებული მმართველობის, ბრწყინვალე მებრძოლების და ბრწყინვალე პიარმენების საუკუნეები. ბუნებრივია ისინი მუშაობდნენ იმიჯის შექმნაზე, ჰქონდათ ინფორმაციული ომები, ახდენდნენ საზოგადოებრივი აზრის მანიპულირებას, ატარებდნენ რთულ საინფორმაციო ინტრიგებს გარე მტრებთან და მოკავშირეებთან, აძლევდნენ პოლიტიკურ შეკვეთებს PR-ის სპეციალისტებს.

სეიატოსლავის მმართველობის პერიოდი (957-972წ.წ.) მოიცავდა სამ ეტაპს: ლეგენდალურს, ისტორიულს და საკუთრივ PR-ს. სეიატოსლავი იყო პირველი რუსი მმართველი, რომელმაც გამოიგონა სლოგანები: „არ შევარცხენით რუსულ მიწას!“ „ვიდგებით მყარად!“ ამ სლოგანებით შეიქმნა კრეატიული პოეზიის ნიმუშები, სახატბო სიმღერები, რომელთა შესრულება როგორც წესი ხდებოდა მხიარულ ნადიმებზე და სასუიმო თავყრილობებზე. შემდეგ კი იგი კრეატიული ხალხში როგორც ხალხის მიერ შექმნილი ნიმუშები. ამის თაობაზე წერილობითი წყაროები დღემდე არ არის შემორჩენილი. იგი სუპირი გამოცემით მოიოვა დღევანდელობამდე. ასევე კრეატივის შემქმნელი ავტორები დღემდე უცნობია, მაგრამ მათ მიერ შექმნილი სლოგანები დღემდე მისაღებია რუსეთის საზოგადოებისათვის. თვით სეიატოსლავი შემორჩა რუსულ ისტორიას როგორც საოცარი მეომარი და ორიგინალური პიარმენი. ისტორიიდან ცნობილია, რომ იგი ბევრს ომობდა. ბრძოლის დროს სეიატოსლავი ინარჩუნებდა იმ ცხოვრების წესს, რასაც მისი ქვეშევრდომი მეთმრები. იგი ბრძოლის დროს მოხარულ ხორცს არ მიირთმევდა. ნაჩადირვე ხორცს ჭრიდა წვილ ნაჭრებად და ნახშირის ცეცხლზე წვადა. იგი არ სარგებლობდა კარვით, დაძინებისას მიწაზე იფენდა საოფლეს და ბალიშად კი იყენებდა უნაივრს. ასეთი ცხოვრების წესით ცხოვრობდა მისი ექვედა მეომარი. სეიატოსლავი თავისი კრეატიულობით გარკვეულ წილად ითავსებდა PR-ის ფუნქციას და ორიგინალური PR ტექნოლოგიის გამოყენებით იწვევდა მეომრების პატივისცემას. მისი იდეები სამაგალითო იყო არა მარტო მეომრებისათვის, არამედ ხალხისთვისაც. იგი

ომის დაწყებამდე ელნის მეშვეობით ოფიციალურად ატყობინებდა მტერს, რომ აპირებდა მასზე თავდასხმას. რაც იმ დროისთვის უცნაურობას წარმოადგენდა. იგი წინასწარ ამცნობდა ხალხს ომის შესახებ შემდეგი სიტყვებით: „მოვიფარე თქვენს წინააღმდეგ“ და ყოველთვის სინდისიერად იცავდა მეფურ ღირსებას. ორგინალურმა მოქმედებებმა მას შეუქმნა განუმეორებელი იმიჯი და საყოველთაო აღიარება.

სოციალურად PR მოდელის უბედური საქმის გამგრძელებლად შეიძლება ჩათვალოს უწმინდესი ელადიმერი. მას ქონდა უნარი თავისი უბრალოებით და სათნო მოქცევით დაემორჩილებინა გამოუცდელი ადამიანები. მისი იმიჯის ნამოყალიბებაზე სრუნიდნენ სპეციალისტები, რომლებისთვის ნაცნობი იყო რიტორიკის კანონები და PR კომუნიკაციებით საზოგადოების მართვის ხელოვნება. საიდან ჩამოვიდნენ PR-ის სპეციალისტები რუსეთში? უნდა ვივარაუდოთ, რომ ისინი ჩამოვიდნენ მაღალი ცივილიზაციის მქონე ბიზანტიიდან. (კუდი არ იქნება, თუ რომელიმე ქართველ PR სააგენტოს დაერქვეა „ბიზანტია“). PR კომუნიკაციის იდეოებისა და ლოგიკური ასრულების გამოყენებით მან შეძლო რუსი ხალხისთვის შესაფერისი რელიგიის შერწყვა, რომელიც საერთო სახალხო ინტერესებს დაემთხვა. მართლმადიდებელი სარწმუნოების გზაზე ხალხის წარმართვა უამრავ წინააღმდეგობებთან იყო დაკავშირებული. წინააღმდეგობები იქნებოდა როგორც სხვა რელიგიის მქონე სახელმწიფოებიდან, ასევე გავლენიანი დიდებულებიდან, რომლებიც რელიგიის გაძლიერებას მათი ინტერესების შესუსტებით აიგივებდნენ. რუსეთში PR-ის დიდ წარმატებად უნდა ჩათვალოს რუსი ხალხის მართლმადიდებლური რელიგიის ქსეშ მოქცევა.

ქველა სახელმწიფოს აქვს აღმაშენებისა და დაცემის წლები. სახელმწიფოთა შორის დაპირისპირების და შინაური და გარეული მტრების არსებობის პირობებში ქვეყანაში ურთიერთობის დასარკვევლიერებლად ყოველთვის დაგებული PR სპეციალისტების გამოყენების საჭიროება. რომელთაც ევალებოდათ არა მარტო სამეფო კარის სამსახური და მეფეების იმიჯის ამაღლება, არამედ ასევე კომუნიკაციის გზით საგარეო და საშინაო კონფლიქტების დარეგულირება. XI საუკუნის რუსეთი თავისი შიდა და გარე პრობლემებით ძალიან წააგავდა XX საუკუნის 90-იანი წლების რუსეთს. ავტორიტეტის მქონე დიდებულებს შორის თავი ისინი ასრთა სხვადასხვაობამ. რომელთა განმეხტვისათვის მნიშვნელოვან როლს დაქრავებული ქალები ასრულებდნენ, რომელთა შეთარალება დაპირისპირებული დიდებულებისა და ბანდიტური „ავტორიტეტების“ დახმარებით ხდებოდა. მიმდინარეობდა ინფორმაციული ომები. იმ დროს, როცა ხალხის ცხოვრების დონე საგრძნობლად დაეცა, დიდებულები უსარმაზარი სიმდიდრის მფლობელები გახდნენ. სწორედ ამ პერიოდში გამოიხდნენ სრულფასოვანი PR სპეციალისტები, რომელთაც ქრინდათ საქმარის ცოდნა, რთა მოუხდინათ საზოგადოების მართვა კომუნიკაციის გზით. PR კამპანიის გაძლიერების ხელი შეუწყო 1054 წელს ქრისტიანული ეკლესიის დაყოფამ დასაქლეთ-რომაულ კათოლიკურად და აღმოსავლეთ-მართმადიდებლურად, რამაც უფრო გაამძაფრა ურთიერთობები საზოგადოების სხვადასხვა ფენებს შორის. ინტერესთა სფეროს სხვადასხვაობამ და საერთაშორისო აღიარების სურვილმა უფრო მეტად დააყენა დღის წესრიგში PR-ის მასშტაბური გამოყენების აუცილებლობა. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ გარდატეხის პერიოდში PR-ის სპეციალისტს ევალებოდა იმპერიისა და მეფეების მხარდაჭერა, რისთვისაც საჭირო შეიქმნა სისტემის იდეოლოგიის, ეფექტური

მიზეზების შემქმნელების და გლობალური მოაზროვნების ქვეყნის მმართველობაში გამოყენება. იქმნებოდა PR კონცეფციები. ერთ-ერთი ასეთი კონცეფცია ცნობილია სახელწოდებით „ბორისი და გლესი“

XII საუკუნეში კომუნიკაციის სოციალური პრინციპები ისეთივე იყო, რაც დღეს არსებობს, მაგრამ მას ქონდა ხალხთან ურთიერთობის განსხვავებული სპეციფიკა. კერძოდ, მნიშვნელოვანი გახდა მემატიანეობა. მწიგნობარი ადამიანები საეკლესიო საქმიანობად თვლიდნენ ეპიტაფიურებას. ისტორიული მსოფლმხედველობისა და ისტორიული მრედელების ფურცლებზე გადაჭრანა ითვლებოდა ხელოვნების საუკუნის ნიმუშებად. ეპიტაფიურება-რელობის სამსახური იყო სასოციალურების სულიერი ამბლებებისა და ღმერთის ნების აღსრულების კეთილშობილური საქმიანობა. ნოველები, მოთხრობები, ლოცვები, მიმართვები, რომლებიც შეიქმნა მწიგნობარი ადამიანების მიერ და შევიდა მათიანეში, რამაც საშუალება მოგვცა გვეჩვენებოდა სრული წარმოდგენა თუ როგორ ცხოვრობდნენ იმდროინდელი ადამიანები და რა კრიტიკები იყო მათთვის მნიშვნელოვანი. ეს ნაშრომები არის თანამედროვე კულტურის და რიტორიკული წერილები. უამრავმა ფაქტმა ჩვენამდე მოაღწია სუბიტი გადმოცემით. ხმაოდალი კითხვით. სუბიტი გადმოცემის ოსტრები იყვნენ რიტორიკული ფიგურები. რომლებიც კარგად ფლობდნენ ორატორულ ხელოვნებას და შეეძლოთ არა მარტო მსმენელის ყურადღების მიპყრობა, არამედ ასევე მათგან მიეღოთ ემოციური გამახსოვრება.

ძირითადად სამეფო კარზე მომუშავე PR სპეციალისტები დაკავებული იყვნენ მეფის იმის აღმდებით. ამის ნათელი მაგალითია ივანე მესამეს მეფობის დროს კრემლის ტერიტორიაზე მნიშვნელოვანი ნაგებობის უსპენსკის ტაძრის აგება. რომელიც მოსკოვის სოფის ტაძრის სახელწოდებით შევიდა ისტორიაში. 1326 წელს უსპენსკის ეკლესიის საძირკველს ნაყარა საფუძველი, მის მახლობლად დროებით აშენდა ხის ნაგებობის ეკლესია, სადაც ივანე მესამემ ჯვარი დასწრა სოფიასთან. რამაც დიდი გავლენა მოახდინა სასოციალურებაზე. ენდა აღინიშნოს, რომ ვ. ლენინის ბრძანებით 1918 წელს უსპენსკის ეკლესიამ ღვთის სამსახური შეწყვიტა. 1941 წელს როცა ფაშისტური ვერმანია თავს დაესხა ხსრკ-ს, არსებობს გადმოცემა იმის თაობაზე, რომ ი. სტალინმა ნება დართო ნაეტარებინათ ღვთის მსახურება სოფიას ტაძარში და ელვით ქვეყნის გადარუნისათვის. ამის უტყუარი დოკუმენტები მართალია არ არსებობს, მაგრამ ნათლად ნახს PR-ის აქტიური მუშაობა ხალხის გასაერთიანებლად მტრის წინააღმდეგ.

ყოველგვარი მტკიცების გარეშე შეგვიძლია დავასკენათ ყველა დროში და ყველა ეპოქაში სახელმწიფოს მართვაში აქტიურად იყო ნაბმული PR-ის სპეციალისტი. ამის ნათელი მაგალითია ის, რომ ვახილ მესამეს და ივანე მეოთხეს პაყადა მრწყელი - (პიარმენი) ფილფუი, აღექსანდრე პეტროვლ-კარაკაზინი, აღექსანდრე მეთრეს და მესამეს უყაროვი და ტუტშევი. უნდა ვიყარადოთ, რომ რუსეთის ამჟამინდელი ხელმძღვანელებიც იმართებიან PR-ის სპეციალისტების დახმარებით.

ლიტერატურა

1. Шнишкина М.А. Публичное коммуникации в истории цивилизации, СПб., 2005.
2. Рыбаков Б.А. Мир истории. Начальные века русской истории. М. 1987.
3. Скрынников Р.Т. Третьий Рим. СПб., 1994.
4. Греков Б. Д. Киевская Русь. М. 1959.

*Капанაძე Л. А., Хахуთაშვილი Е. Е.
Грузинский технический университет*

Русский PR в прошлом

В статье рассмотрены вопросы русского пиара. Искусство управления общественными коммуникациями существовало всегда, и русская история дает его превосходные образцы-от Владимира Мономаха до Иосифа Сталина.

Интуитивные гении PR, первые профессионалы PR- наемники, классические избирательные кампании в средние века с полным набором современных политехнологий, оригинальный креатив – всего это было вдоволь за десять веков русского PR.

Russian PR in the Past

Some questions of Russian public relations are considered. The art of management public communications has always existed, and Russian history gives its excellent samples from Vladimir Monomah to Joseph Stalin.

მაქცარია ნინო

შთის მკვხახ სუგდაის ხახელმწიფო ხახწავლო უნივერსიტეტი

საშუალო ფენა საზოგადოების სოციალურ სტრუქტურაში

საშუალო ფენას მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს საზოგადოების სოციალურ სტრუქტურაში. დასავლეთ ევროპაში XIX-ის შუა წლებში „საშუალო ფენის“ კატეგორიამ პირველად მიიღო მეცნიერული დეფინიციონა, რომელშიც მოიაზრებოდა მაშინდელი საზოგადოების შუალედური ფენები-წერილი მეწარმეები, მოსელები, ვაჭრები. ეს იყო ხანგრძლივი ისტორიის მქონე ტრადიციული საშუალო კლასი. ევროპული სოციოლოგია დიდხანს იმყოფებოდა კლასიკური ეკონომიკური თეორიის გავლენის ქვეშ. საზოგადოების კლასებად დაყოფა გახდა კამპიტალისტური საზოგადოების კომპლექსური ანალიზის პირველი ცდა. აღსანიშნავია, რომ აშშ-ში კლასობრივი დაყოფის გავლენა ევოლუციის სუსტი იყო. მარქსიზმის მძლავრი ადტერნატივა გახდა სტრატეფიკაციის თეორია, რომელიც სათავეს იდებს მაქს ვებერის ნაშრომებიდან. ის მოწოდებული იყო გაენეიტრალებინა საზოგადოების კლასებად დაყოფის მარქსისტული იდეა. ამ თეორიათა უმეტესობა უაყოფოს საზოგადოების გახლენას ანტეაონისტურ კლასებად. ამის ნაცვლად წინა პლანზეა წამოწეული მისი დაყოფა მადალ, საშუალო და დაბალ კლასებად. ვებერიანული და ნეოვებერიანული თეორიების თანახმად, ადამიანის ადგილი საზოგადოებაში განისაზღვრება არა საქარმოო (როგორც მარქსიზმში), არამედ განაწილებითი ფაქტორებით, როგორიცაა განათლება, საკუთრების ფლობა, ფსიქოლოგური ფაქტორები და ა. შ.

საშუალო ფენის მეცნიერული კვლევა გააქტორდა XX საუკუნის დასაწყისიდან ინდუსტრიული განვითარების კვალბახე ტრადიციული საშუალო ფენა თანდათან იცვლება „ახალი ფენით“- რეგულარულ ხელფასზე მყოფთა ხახით. თანამედროვე პირობებში არაერთი მკვლევარი ხახს უხვამს ამ კლასის გაახალგაზრდავებას და მას „ახალ საშუალო კლასს“ უწოდებს. შეიძლება დავეთახნხოთ, რომ თანამედროვე საშუალო ფენა არაა ძეული, მისი კლასიკური გაგებით, არამედ ის ახალი სოციალური მოვლენაა. მთავარ

განსხვავებას მათ შორის ხედავენ იმაში, რომ ადრე ის შედგებოდა წერილი მეწარმეებისაგან, რომელთა უმეტესობა ფლობდა საკუთრებას და აქედან იღებდა შემოსავალს, ის იყო ეკონომიკურად დამოუკიდებელი. დღეს ის მხოლოდ მესაკუთრეთა კლასის წარმომადგენელია როდია, თუმცა ფლობს დანაშოვებს, რომელიც ინდივიდუალური ინვესტირების საშუალებით მას მესაკუთრეთა კლასად გადააქცევს. XXს. შუა წლებისათვის აშშ-ში საშუალო ფენა აღწევდა მოსახლეობის თითქმის ნახევარს. „შესავსებლობის“ წილი ეცემა. შესაბამისად, ისრდება მომსახურების და გონებრივი წილით დეკლემულია წილი. ჩარდს მილსი, რომელიც იკვლევდა აშშ-ს მოსახლეობის სოციალურ სტრუქტურას, ე.წ. „ეთერსაყვლიანებისაგან“ შემდგარ ახალ საშუალო ფენას მიიჩნევდა თანამედროვე საბაზრო სისტემისათვის განმსაზღვრელად, რომელიც გამოირჩეოდა მოსახლეობის სოციალურ სტრუქტურაში ფარდობითი წილის სტაბილური ზრდით. კლდეიგ ურბარდის ასრით „საშუალო კლასის ნიშნებს წარმოადგენს: საკუთარი ღირსების გრძნობა; მყარი და სტაბილური სოციალური მდგომარეობა.“¹

სასოგადოება წარმოდგება, როგორც სხვადასხვა სოციალური ფენის სისტემა: მათი რაოდენობა სხვადასხვა ავტორთან განსხვავებულია. თუმცა, თანამედროვე ტიპური სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში ყალიბდება სასოგადოების სოციალური სტრუქტურის მოდელი. რომელშიც მოცემულია დარბით, საშუალო და მდიდარი ფენა. ის შეიძლება წარმოვიდგინოთ რომბის სახით, რომლის ორი პოლუსი უჭირავს სიმდიდრესა და სიღარიბეს, ხოლო შუა ნაწილი, რომელიც ყველაზე მეტია- საშუალო ფენაა. თავდაპირველი მნიშვნელობითაც ეს ფენა გამოხატავდა რაოდენობრივად ხაკმაოდ დიდ სოციალურ ჯგუფს; დღეს ის განვითარებულ ქვეყნებში შეადგენს მოსახლეობის 60%-ს და სოციალურად ორიენტირებული ეკონომიკის ქვეყნებში გაცილებით მეტსაც.

საშუალო ფენისათვის მიკუთვნების უმთავრეს კრიტერიუმად შეიძლება მივიჩნიოთ ადამიანის შემოსავალი, მიმდინარე ხარჯებისა და დაგროვილი დანაშოვის სიდიდე; როგორც სოციალურ-სტრუქტურული ფენო-მენი ის ხასიათდება არა ერთი ნიშნით, როგორცაა შემოსავლებისა და კუთვლადლეობის დონე. რომელიც თანამედროვე ცხოვრების წესისა და სოციალური სტანდარტის რეალიზაციის შესაძლებლობას იძლევა; ეკონომიკური სტატუსის შედარებითი სტაბილურობა და მყარი ეკონომიკური თვით-უსრუნველყოფა; ამა თუ იმ სფეროში ცოდნის, მაღალი კვალიფიკაციისა და ინფორმაციის ფლობა, ორგანიზაციისა და მართვის სფეროების შესაძლებლობა; რაოდენობრივი მასშტაბურობა.

ამ ნიშნებიდან გამომდინარე დღეს საშუალო ფენას მიეკუთვნება: საშუალო და მცირე კაპიტალის მესაკუთრეები; დაქირავებით მომუშავე პირები; მაღალკვალიფიციური სპეციალისტები, როგორცაა მენეჯერები; ადამიანები. რომლებიც ახორციელებენ ტექნიკურ და ფუნქციონალურ ხელ-მძღვანელობას; მაღალკვალიფიციური მუშები თანამედროვე კვალიფიკაციის ტიპით; არასაწარმოო პროფილის მაღალკვალიფიციური სპეციალისტები; ხელისუფლების წარმომადგენლები და პირები, რომლებიც უსრუნველყოფენ ან ხელს უწყობენ მათ საქმიანობას; მეცნიერებისა და თავისუფალი პროფესიების, შემოქმედებითი ინტელექტუალური წარმომადგენლები და ა. შ. ამრიგად, საშუალო ფენა ძალზე მრავალფეროვანია, როგორც წარმოების

¹ Эрхард, Л. Благополучие для всех. Таллинн. 1998. с.108.

საშუალებებთან, ასევე შემოსავლის წყაროებთან (დაწყებული კაპიტალიდან, დამთავრებული დაქირავებული შრომის შემოსავლით) ურთიერთობებით. ამიტომაც, „საშუალო კლასის“ ცნება თანამედროვე მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში აღნიშნავს რთულ სოციალურ-სტრუქტურულ კონგლომერატს.

არის თუ არა ხარისხობრივი მანვენებელი, რითაც შეიძლება ადამიანები მიეკუთვნოთ სხვადასხვა სოციალურ ფენას? როცა საუბარია ხარისხზე, ეს ყებება ასევე საცხოვრებელ ნორმატივებს, საკვების ხარისხსა და ნორმებს. თუ ეკონომია კეთდება საკვებზე, - ეს პირდაპირ მიუთითებს, რომ აქ საქმე არა გეაქვს საშუალო ფენასთან. ხარისხობრივი მანვენებელია აგრეთვე დასვენება. გეაძლევს თუ არა სახსრები საშუალებას დასვენების დღეები გავატაროთ სახლს გარეთ, გარკვეული თანხა დაეხარჯოთ კინოში, მაკდონალდში? შეგვიძლია თუ არა ოჯახური სადილი მივირთვათ რესტორანში? - და თუ კი, - ჩვენ მიეკუთვნებით საშუალო ფენას.

საშუალო ფენისათვის მიკუთვნების სასდერები - ესაა სასდერები სიმდიდრესა და სიღარიბეს შორის. სად მთავრდება ერთი და იწყება მეორე? როგორ ქონებრივ სასდერებშია მოქცეული საშუალო კლასი? სასდერი ამ შემთხვევაში მკუთრად კრიტერიუმია, რომელიც იცლება დროში. ყველა ქვეყანაში თავისი სასდერებია, თუმცა შეიძლება მონახოს ყველა ქვეყნისთვის საერთო ნიშნებიც. საერთაშორისო კრიტერიუმთან სიდატაკედ ითვლება დღევანდელში 2 დოლარზე ნაკლები შემოსავალი ადამიანისთვის. ხოლო სიღარიბე - 4 დოლარზე ნაკლები. ჯერ ერთი, ეს კრიტერიუმი მოძველებულია; მეორეც, ის ეინც მიეკუთვნება მსოფლიოს მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში საშუალო ფენას, სვეს სინამდვილეში მთიასრება, უფრო მაღალ სოციალურ სტრუქტურაში. ამის საპასუხოდ შეიძლება ჩამოეყალიბოთ შემდეგი, რომ მსოფლიოში ჯერ-ჯერობით არსებობს საშუალო ფენის სამი ტიპი: - ესაა განვითარებული ქვეყნების საშუალო ფენა, განვითარებადი ქვეყნების საშუალო ფენა და პოსტ-სოციალისტური ქვეყნების საშუალო ფენა. აქედან გამომდინარე მისი ერთი ტიპის ჩამოყალიბება მსოფლიოში დაკავშირებულია ქვეყნების განვითარების დონის მეტ-ნაკლებად გაზოთანაბრებასთან. მანამდე კი ცალკეულ ქვეყანაში საშუალო ფენისადმი მიკუთვნების კრიტერიუმებში საკმაოდ მნიშვნელოვანი იქნება ადამიანის სოციალური სტატუსი, თუ სხვა არაეკონომიკური ფაქტორები.

საინტერესოა ფსიქოლოგიურად რა განსხვავებაა მდიდარ და საშუალო ფენას შორის: როგორც მომხმარებელი, საშუალო ფენის წარმომადგენელი მომხმარებლისას ორიენტაციას აკეთებს ოპტიმალურ არხეანზე(ნაკლები დანახარჯებით მეტი შედეგი), მდიდრები, ძირითადად - საუკეთესო არხეანზე. მაგალითად, თუ ეს ავტომანქანის ყებება - პრესტიჟულ მარკაზე, თუ საკვებია - მნიშვნელობას ანიჭებენ არა მხოლოდ ხარისხს, არამედ შესაბამის ატმოსფეროს, თუ ტანსაცმელია - უპირატესობას ანიჭებენ ცნობილ ბრენდს და სხვ.

საშუალო ფენა სასოგადოებაში ასრულებს სპეციფიკურ ფუნქციებს, ის არის სასოგადოების სტაბილიზატორი. საშუალო კლასი თავისი მრავალრიცხოვნობის წყალობით მნიშვნელოვანი გამაწონასწორებელი სოციალური ძალაა განვითარებულ ქვეყნებში. რაც უფრო ნაკლებია ის, მით მეტია იმის შესაძლებლობა, რომ სასოგადოებას შეარყევს რევოლუციები. სოციალური კატასტროფები. იგი შედგება იმთგან, ეინც თავისი ბუდი თვისონვე შექმნა. საშუალო ფენა - ესაა ძირითადი ეკონომიკური დონორი: ბიუჯეტი იქმნება გადახდულების ფართო ფენის გადასახადებისგან. საშუალო კლასი თავისი

მრავალრიცხოვნობის გამო გამოდის ცხოვრების წესის კანონმდებლის როლი. ის ყველაზე ფართო სამომხმარებლო ბაზარია წერილი და საშუალო ბიზნესისთვის და შესაბამისად, ადგენს მოხმარების სტანდარტებს. რაც უფრო მრავალრიცხოვანია ეს კლასი, მით უფრო მეორად დგას ფეხზე მცირე ბიზნესი. მოხმარების მეშვეობით ის იმაღლებს თავისი ცხოვრების ხარისხს. მოთხოვნის ეკონომიკა სტიმულს აძლევს წარმოებას, წვეუტს დასაქმებას და სხვა ამოცანებს, ხოლო ღარიბი მოსახლეობის მაღალი წილი ამცირებს შიგა ბაზრის მოცულობას, რომელიც, თავის მხრივ, ინვესტიციებისა და წარმოების შემაფერხებელია.

როგორია საშუალო კლასის ფორმირების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში? XX საუკუნის 90-იანი წლების დასაწყისში ნატარებულმა რეფორმებმა გამოიწვია მოსახლეობის მკვეთრი პოლარიზაცია, მისმა უდიდესმა ნაწილმა დიდი ეკონომიკური და სოციალური დისკრედიტაცია განიცადა. ინტელიგენციის მნიშვნელოვანი ნაწილი სიღარიბის ზღვარს მიღმა არმონდა. დემოკრატიულ საზოგადოებაზე წარმატებულად გადასვლის უმთავრესი ფაქტორი – მოსახლეობის შემოქმედებითი რესურსი იმის ნაცვლად, რომ აქტიურად ნაბმულიყო ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის პროცესში, უმეტესწილად გარყეული არმონდა მისგან. შემოსავლების მხრივ საშუალო ფენაში თანდათანობით ადგილი დაიმკვიდრეს საბანკო-სადასწლევეო დაწესებულებების მუშაკებმა. კერძო ყიორმებსა და სავაჭარო დაწესებულებებში დასაქმებულებმა; მდიდართა ფენაში გადაინაცვლეს იმ პირებმა, რომლებმაც სამსახურეობრივი მდგომარეობით თითქმის უფასოდ შეისყიდეს ან დაიტაცეს სახელმწიფო ქონება, ბუნებრივი სიმდიდრეები, ხელთ იგდეს ბანკები და სადასწლევეო კომპანიები. პროფესორ მესხიას მიერ 2000წლისთვის წარმოდგენილი იყო სემთაღანიშნული პროცესების ამსახველი მოსახლეობის საკმაოდ ჭრელი სოციალური სტრუქტურა. რომელშიც გამოყოფილია ექვსი ჯგუფი:მდიდრები(5%), შეუძლებლები(10%), საშუალოდუსრუნეულოყოფილები (10%), ნაკლებად უსრუნეულოყოფილები(20%), ღარიბები(45%), დატაკები(10%).² ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების შემდგომ ეტაპზე ნაკლებად ჭრელია ეს სტრუქტურა. ამასთანავე, დატაკების ხარჯზე თანდათანობით გაიზარდა ღარიბების ფენა. ხოლო ამ უკანასკნელის ხარჯზე – საშუალო ფენა. თუმცა, ჯერ-ჯერობით ის დასაქმებულთა მცირე ნაწილია.

რეფორმების წარმატებაზე საბოლოოდ მსჯელობენ იმის მიხედვით, თუ მის შედეგად რა მოხდა მოსახლეობის ცხოვრების დონესთან დაკავშირებით. საშუალო კლასის მომწიფებას და ჩამოყალიბებას ხანგრძლივი პერიოდი სჭირდება. სუბიექტების ადაპტაციის შეფასების დინამიკას იძლევა პასუხები ისეთ კითხვებზე, როგორცაა: როგორია დანაშოვის მოცულობა(უმეტესობა ამბობს, რომ არა აქვს დანაშოვი), როგორია მოხმარების დონე(საკმარისია მხოლოდ საკვებსე. საკვებსა თუ ტანსაცმელზე, ყველაფერზე უძრავი ქონების გარდა. თუ საკმარისია ყველაფრისათვის). დარწმუნებული ვართ ამ შეკითხვებზე პასუხი მოგვეცემს საშუალებას ვთქვათ, რომ ადაპტაციის პროცესში საქმე გვაქვს კრიზისულ მოვლენებთან..

საკვებით ცხადია, რომ საქართველოში საშუალო ფენა ჯერ კიდევ შორსაა მისი დასაყვალის ანალოგისაგან, ისეთი ეკონომიკური პოლიტიკის პირობებში, როცა ქვეყანაში მუდმივად ხდება ეკონომიკური განვითარების წრაფი ტემპების დეკლარირება, ურთიერთგამომრიცხავია სიღატაკის ფენის

² ი. მესხია, სიღარიბის დაძლევა, როგორც სოციალური უსაფრთხოების მთავარი ინდიკატორი, ეურნ. სოციალური ეკონომიკა, 2000წ. №5, ვ.23.

არსებობა და ისიც ესოდენ მნიშვნელოვანი წილით. მეტად პოლარიზებული და დაუბალანსებელი სოციალური სტრუქტურის არსებობისას საშუალო ფენის სიმცირესთან ერთად, სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ ცხოვრობს მოსახლეობის დიდი ნაწილი.

რა უნდა გაკეთდეს იმისათვის, რომ ქვეყანაში ჩამოყალიბდეს საშუალო ფენა, როგორც სოციალური სტრუქტურის მნიშვნელოვანი მესოლონე. საბაზრო სისტემაში სახელმწიფოს გააჩნია არა ერთი ქმედითი ეკონომიკური ბერკეტი, იმისათვის რომ შესამჩნევი იყოს საშუალო ფენაზე შედამივი ორიენტაცია, ესაა ცივილიზებული შრომითი კანონმდებლობა, საგადასახადო სისტემა, ანტიმონოპოლიური საქმიანობა, მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობა და სხვ; ამასთანავე, ლიბერალიზაცია არ უნდა იქნეს გაგებელი, როგორც პასუხისმგებლობის თავიდან ჩამოშორება. მდგრადი ეკონომიკური განვითარება უნდა ემყარებოდეს საზოგადოების ისეთ სოციალურ სტრუქტურას, რომლის ხერხემალი სწორედ ძლიერი და მრავალრიცხოვანი საშუალო ფენაა.

Middle class in social structure of society

Middle class is very diverse both in terms of means of production and sources of revenue. That is why, in contemporary highly developed countries, the concept of "middle class" is marked as a complicated social and structural conglomeration.

A long period of time is needed for middle class to become mature. A lot is to be done in the country in order to establish a middle class as a standard of social structure. This process is connected with the resolution of socio-economic issues. Economic policy should be directed to the conditions when there will not be two sharply separated poles - wealth and poverty. Stable society cannot orientate on rich and very poor minority.

С.И. Сеидов

Азербайджанский университет языков

Творчество в суфизме и психоанализ

Возможно, ни в одном философском направлении вопрос психологии творчества, творческого акта, творения не анализировался столь тщательно, не ставился во главу угла так, как в философии суфизма. Этому способствовала сама суть философского учения, которая обожествляла человека и вследствие этого приписывала ему фундаментальную божественную способность, а именно – способность творить. "Суфизм утверждал возможность для каждого человека достигнуть личного общения с божеством. Средство для этого суфии видели в нестяжании, самоотречении и в долгой созерцательной и аскетической жизни под руководством наставника – "старца" Суфии считали возможным достигнуть даже полного слияния с божеством. Необходимым условием для этого считалась "фана" (араб.: исчезновение), т.е. полное отречение от своей личности... и "растворение" ее в божестве" [1,157].

Несмотря на то, что одним из условий слияния с божеством, как это было сказано выше, являлось "растворение" личности в божестве, суфизм, как и большинство философских течений этого периода (хуруфизм, махшбандизм, нуктавизм, бекташизм и др.), определял весьма четкие взгляды на природу

самосовершенствования человека. Этот процесс разделялся на определенные стадии, или ступени. Большинство представителей вышеперечисленных школ придерживалось наличия 4-х ступеней: шариат, тарикат, маарифат, хагигат. Человек должен был, по их мнению, начать свое совершенствование с воспитания в себе чувства чести, достоинства, справедливости, преданности, доброжелательности и т.д. Действуя в начале сообразно шариату, в дальнейшем он должен был через тарикат продолжить свое развитие. "Путь... совершенствования в тарикате лежит через самопознание, самоуглубление, которое помогает человеку постепенно и окончательно отделиться от всего дурного, полностью морально очиститься от скверных пороков – лжи, лицемерия, зависти, алчности, сладострастия, ненависти, он приближается к богу, постигает, что он носитель божественной сущности, либо единая сущность с богом, сам бог. На этой стадии совершенства человек с высоты своего положения познает относительность всех моральных норм и ценностей, их единство, познает, что и добро и зло... все от бога, все в боге" [2,148]. Что касается высшей ступени самосовершенствования – хагигата, то она характеризуется подлинным величием человека, его способностью быть всемогущим, всевластным, всеильным, богоподобным, богом. "На этой стадии – в единстве, единении с Единым... и есть (добавлено нами) подлинное счастье. На этой стадии человек божественен, он бог, славу и воле которого покорно все, он демиург Вселенной, его разуму и воле должен повиноваться мир" [3,149].

Из характеристик этих эталов выкристаллизовывается совершенно новая постановка вопроса самосовершенствования человека и его творческой активности в арабо-язычной философии. Так, если в индийской философии, где эта проблема особенно тщательно исследовалась, познание всевышнего, абсолюта, бога Кришны есть верхний предел, к которому должен стремиться человек. Согласно учению Вед, познание Абсолюта предполагает его понимание, приобретение к нему, принадлежность ему, но не становление им. И, соответственно, творческая активность человека проявляется как средство достижения Абсолюта. Иными словами, человек, согласно индийской философии, самосовершенствуясь, проявляет творческую активность и, проявляя творческую активность, самосовершенствуется. Это вечный процесс приближения, познания Абсолюта.

В отличие от этих представлений, философия суфизма предполагает не просто познание Абсолюта, не только "растворение" в Нем, но и становление Им. И весь процесс самосовершенствования человека должен быть направлен именно на это. Таким образом, процесс самосовершенствования – это активный процесс приобщения к Истине, но творческий, созидательный характер эта активность приобретает лишь после достижения хагигата, т.е. после подлинного приобщения к «Богу». Особенно важным, как нам представляется, является тот факт, что впервые, именно в арабо-язычной философии человек представляется как существо, имеющее творческое начало, могущее творить; создавать, и воссоздавать, управлять и организовывать. Как справедливо отмечает по этому поводу проф. А.Байрамов: «Рассматривать самого себя как творца в арабо-язычной философии, было совершенно незнакомо ни средневековью, ни даже античности» [4,36]. Ведь одно дело, когда человек понимает истину, но не может создавать новую, и совершенно другое, когда, поняв ее, он начинает творить Сам, ибо Сам приобретает качество Творца. Именно подобное понимание природы человека явилось, как нам кажется, одной из основных философских и психологических предпосылок великих творений Низами, Хагани,

Марагеи, Шабустари, Насими, Физули и многих других гениев восточной философии и литературы.

Анализируя проблему творческой активности в суфизме, необходимо также обратить внимание на так называемый мистический экстаз, “при котором человек перестает ощущать свое тело и свое существование отдельно от божества, *который* (добавлено нами) достигался различными средствами, от молчаливого созерцания и самоуглубления до громких криков и бурных телодвижений” [5,115].

По мнению суфиев, благодаря этому экстазу было возможно достижение двух великих целей: 1. Слияние с божеством. 2. Становление божеством и творение нового, подобно божеству. Связывание творческого акта с мистическим экстазом, с определенными движениями, позами, словами, ритмами, музыкой было не случайным. В понимании суфиев творчество невозможно просто так, спонтанно. Хотя оно может и весьма часто проявляться именно как спонтанный процесс, это совсем не означает отсутствия его предварительной детерминации. Для того чтобы творить, согласно суфизму, нужны как минимум два условия:

1. Самосовершенствуюсь, пройти от стадии шариата к тарикату, затем к маарифату и через них к хагигату, что означало сознать божество, стать божеством и приобрести фундаментальную божественную способность – способность творить.
2. Использовать мистический экстаз, чтобы эту способность творить воплотить в продукт творчества.

Таким образом, психология творчества сделала еще один крупный шаг в своем историческом развитии. Впервые в арабоязычной философии был поставлен вопрос не просто о детерминированности творческого акта, но и вопрос стимуляции творчества. Правомерность и правомоточность «стимулирования» творческой активности человека доказывается в арабоязычной культуре формой философствования, которой являлась “философская поэзия... использующая почти все поэтические жанры, начиная от рубаи и кончая написанными в форме месневи теоретическими трактатами” [6,26]. Низами, Шабустари, Насими, Физули и многие другие гении восточного ренессанса были, в той или иной степени, подвержены влиянию суфистской доктрины стимуляции творчества. И если даже отрицать ценность их философских и психологических воззрений (что, конечно же, невозможно), то невозможно отрицать ценность их поэтического творчества, мощнейшего развития их литературного гения.

Подводя итог сказанному выше, еще раз хотелось бы отметить наиболее важные для психологии творчества моменты, получившие свое развитие в суфизме. Это, во-первых, представление человека не как пассивного, а как активного существа, имеющего творческое начало, могущего творить (как Бог) искусства, науки, ремесла и изменять мир. И во-вторых, возникновение, и развитие концепции стимулирования творческой активности у человека.

Отталкиваясь от сделанных выводов и держа их «в уме», перейдем к одной из наиболее известных и наиболее спорных концепций творческой активности человека в истории психологии, которой является концепция Зигмунда Фрейда. Исследование мифов и мифотворчества, фундаментальное знание истории, изучение психологии суеверия, тотема и табу, психологии острот, анализ литературных произведений, анализ личностей великих художников (Леонардо да Винчи), писателей (Достоевского Ф.М.), поэтов (В.Шекспира), политиков (Вудро Вильсона) с позиций созданной им теории психоанализа позволил весьма своеобразно, плодотворно и небезынтересно толковать творческий процесс, его стимулы и мотивы.

Столь значительный исторический скачок от философии суфизма XII века к психоанализу, возникшему на рубеже XIX и XX веков, осуществлен нами не случайно. Во-первых, именно психоанализ одним из первых в новейшей истории поставил вопрос творческой активности личности - как самостоятельный. Во-вторых, нами было обнаружено удивительное сходство некоторых фундаментальных положений суфизма и психоанализа.

В основе тождества человека и бога в философии суфизма стоит любовь. Именно благодаря воспеванию любви, обожествлению любви человек приобщается к богу. При этом особо подчеркивается, что эта любовь есть движущее начало в человеке. По своему содержанию любовь в суфизме мистическая, платоническая. Однако и здесь есть весьма важные нюансы. Дело в том, что суфизм не был однородным течением. Огромное количество школ и направлений существенно отличали одно течение от другого. И довольно часто в некоторых из них "отвлеченная и удаленная от плотской жизни любовь в конце концов превращается в свою противоположность" [7,258]. Нематериальная, божественная любовь представлялась часто в наиболее привлекательных материальных, эротических образах красоты. Эта отличительная особенность наиболее ярко проявляется в азербайджанском, иранском (персидском) и среднеазиатском направлениях суфизма, а также на территории Малой Азии. Как справедливо отмечает проф. Дроздов: «Персидские мистики зачастую не делали разграничения между божественной и человеческой любовью, то есть влюбленный мог обращаться к земной красоте – объекту своей любви – как к богу. Поклонение же красивому земному существу было необходимым элементом божественной любви и вовсе не являлось богохульством» [8,130]. Эта же тенденция проявляется в произведениях Хагани, Низами, Физули и других гениев азербайджанской поэзии, где проявления любви носят не только мистический характер, но и светский, плотский. "...В мире сегодня нет никого, кто не питал бы страсти к книге о страсти", – писал Низами, давая оценку своей поэме "Хосров и Ширин", в которой любовные сцены оказывают на человека значительное эмоциональное воздействие. Так же и у Физули: почти во всех своих касидах он пишет о сильном влечении к существу небывалой красоты, о страданиях на пути к соединению с предметом своей любви. По данному вопросу проф. Е.Э.Бертельс пишет: "Поэт обуреваем безумной страстью... Любовь – единственная цель его в этом мире, который он глубоко презирает. Он верен своей красавице (или красавцу), и все беды, которые сыплются на его голову, переносит покорно, более того, он готов даже идти им навстречу и находит утладу в этих бесконечных испытаниях" [9,258].

Теперь обратимся к психоанализу, в понимании З.Фрейда. Так он писал: "В психической жизни каждого человека с момента его рождения действует активная сила, которую мы называем либидо и определяем так энергию Эроса" [10,56]. Эта сексуальная энергия – движущая сила, сообразно ей, ее энергии человек устанавливает свои отношения с реально окружающим его миром и с самим собой. Мы прекрасно понимаем, что сексуальная энергия по Фрейду – это полная противоположность мистической любви суфиев. Также не вызывает сомнений, что аскетизм, освобождение от собственного «Я» и приобщение к божественному «Я», растворение в нем и становление Им являются характеристиками мистической, а не плотской любви суфия. Однако, как это было сказано выше, мистификация любви, ее обожествление, превращение в Абсолют у суфиев шло от глубокого чувственного самоанализа. Возвышенная любовь, описываемая красками человеческих чувств, приобретала, особенно в Азербайджане естественный, глубоко

эротический оттенок. Мистицизм любви часто заменялся чувственной, эротической любовью к другому объекту.

С точностью наоборот, плотская, эротическая, несущая в себе огромный заряд сексуальной энергии фрейдовская любовь, возведенная им в ранг Абсолюта, начинала приобретать определенные мистические характеристики. Не случайно Фрейд так внимательно изучал традиции, культуру и историю народов, пытаясь найти в них доказательства своей правоты. Его гениальному ученику и последователю – К. Юнгу – это удалось в большей степени. Его мистификация любви, как всеобщей жизненной энергии, наиболее близко подошла к суфийскому пониманию этого феномена. Мистицизм юнговского психоанализа есть по сути первая попытка «европеизации» суфизма, при чем его азербайджанского, малоазиатского крыла.

Обратимся еще к одной фундаментальной категории психоанализа – “Эдипову комплексу”. Все лица мужского пола, по Фрейду, используют один метод решения дилеммы Эдипова комплекса: отождествление с отцом. Этот всемогущий, всемудрый, обладающий всеми добродетелями отец детства в результате интроецирования ребенком становится, согласно психоанализу, “внутренней психической силой”, которая называется Супер-Эго. “Во многих случаях такое преувеличение столь велико, что тот отец, с которым маленький мальчик отождествляет себя, образ которого становится его Супер-Эго, превращается в самого всемогущего Отца-Бога. Такое Супер-Эго... постоянно требует: мы можем сделать невозможное возможным. Ты являешься любимым сыном Отца! Ты сам являешься Отцом! Ты – Бог!... Психоанализ может подтвердить, что отождествление отца с Богом является обычным, если не общим явлением в психической жизни. Когда сын отождествляет себя с отцом, а своего отца – с Богом и делает такого отца своим Супер-Эго, он чувствует, что внутри него есть Бог, что он сам станет Богом. Все, что он делает, должно быть справедливым, так как сам Бог делает это” [11,56]. Это написал З.Фрейд, но если эти же слова пересказать в суфийской терминологии, то мы получим, описанную выше точку зрения суфиев на процесс становления божеством. Кратко покажем это. Все суфии должны отождествлять себя с “муршудом”, мудрым старцем, учителем, духовным отцом под руководством которого необходимо самосовершенствоваться. Этот всемогущий, всемудрый “отец” становится частью суфия, дает ему внутреннюю силу для самосовершенствования. Его образ превращается для него в Бога. Так, к примеру, Насими писал, что его духовным отцом и одновременно Богом для него является Фазлуллах Наими, возвыситься до уровня, которого он всегда желал и которого “чувствовал” в себе [12,58]. Таким образом отождествляя себя с “отцом”, а отца своего – с Богом, суфии и хуруфисты чувствовали, что внутри них есть Бог, что они сами есть Бог.

Конечно, связь психоанализа с суфийской и хуруфийской доктринами требует еще своего доказательства. Здесь лишь высказана догадка, однако эта догадка приобретает веское подспорье, ибо и З.Фрейд, и К.Юнг не только специально занимались историей мифов, религией, культурой, но, как они неоднократно об этом говорили, искали в них подтверждения собственным концепциям.

Использованная литература

1. *Пигулевская Н.В., Якобович А.Я.* и др. История Ирана с древнейших времен до конца XVIII века - Л., 1958.
2. *Кули-Заде З.А.* Закономерности развития восточной философии XIII-XVI вв. и проблема Запад – восток- Баку, Элм, 1983.
3. *Кули-Заде З.А.* Закономерности развития восточной философии XIII-XVI вв. и проблема Запад – восток- Баку, Элм, 1983.
4. *Байрамов А.С.* Психологические этюды. Баку. Азернешр. 1989.
5. *Бартольд В.В.* Сочинения. – М., 1966- Т. VI.
6. *Кули-Заде З.А.* О некоторых особенностях развития восточной философии XIII-XVI вв. // Из истории средневековой восточной философии. Баку, Элм, 1989.
7. *Бертельс Е.Э.* Низами и Физули // Избранные труды. – М.: 1962.
8. *Дроздов В.А.* Мистическая любовь в иранском суфизме. Востокведение: Филологические исследования. Вып. 26:Сб. Статей – СПб: Изд-во С. –Петербург. Ун-та, 2005.
9. *Бертельс Е.Э.* Низами и Физули // Избранные труды. – М.: 1962.
10. *Фрейд З., Булит У.* Томас Вудро Вильсон- 28-й Президент США. Психологические исследования. – М., Прогресс, 1992.
11. *Фрейд З., Булит У.* Томас Вудро Вильсон- 28-й Президент США. Психологические исследования. – М., Прогресс, 1992.
12. *Насими.* Рукописный диван. Рукописный фонд АН Азерб. Шифр М 227/11671.

ს. სეიდოვი
აზერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი

შემოქმედება სუფიზმში და ფსიქოანალიზი

გახსილულია სეიქსის ფსიქოანალიზთან მიმართების საკითხები.

S.I. Seidov
The academician of Academy of educational sciences of Georgia, doctor of psychological sciences, professor
(The Azerbaijan University of Languages)

The Analysis of Creativity of Personality in Sufizm

The article explores the analysis of creativity of personality in sufizm. The author comes to conclusion, that sufizm for the first time in the history of psychology has presented the personality not as passive, but as an active creator. According to the author the concept of stimulation creativity comes from sufizm. Interesting historical analogues between sufizm, in particular its Azerbaijan representatives, Z. Freud's psychoanalysis and K. Yung's analytical psychology have been made.

ნინო თეიმურაზის ასული კუპრაშვილი
სტუ

**საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) მნიშვნელობა
თანამედროვე სივრცეში**

PR, ანუ Public Relations საზოგადოებასთან ურთიერთობას ნიშნავს და ამა თუ იმ ადამიანის, კომპანიის, საზოგადოებრივი მოძრაობის, პოლიტიკური პარტიის და სხვათა ცნობადობის უზრუნველყოფისათვის განხორციელებულ

ღონისძიებათა კომპლექსს წარმოადგენს, რომელიც სახურველ შედეგს საზოგადოებისათვის ინფორმაციის მიწოდების გზით აღწევს.

წინამდებარე თემის მიზანს წარმოადგენს საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR) არსებული ტრადიციების დამკვიდრების შესაძლებლობის განსაზღვრა ჩვენს ქვეყანაში.

“საზოგადოებასთან ურთიერთობა” თანამედროვე ტერმინია, რომელიც მე-19 საუკუნის დასაწყისში დამკვიდრდა. თავდაპირველად ის ხალხისა და ხელისუფლების შორის ურთიერთობის, კომუნიკაციის დამყარების საშუალებას წარმოადგენდა. საუკუნის ბოლოს “საზოგადოებასთან ურთიერთობის” მნიშვნელობა გაფართოვდა და ბიზნესის სფეროშიც გადაინაცვლა.

პრ-ის ფარგლებში შეიძლება ნაწილობრივ გამოყენებული იქნას ცალკეული ხერხები, რაც უფრო აკტიუიზისა და პროპაგანდისთვისაა დამახასიათებელი. მაგრამ მთლიანობაში PR-ის ტექნოლოგიები მოტყუებასა და ფაქტების ფალსიფიცირებაზე პრინციპულად აშბობს უარს და გულისხმობს რეკომენდების კომუნიკატორთან ურთიერთკავშირების არსებობას.

ასეთი პრინციპული მიმართულების წყალობით, PR-ის ტექნოლოგიები მიზნად ისახავენ რეკომენდებისთვის არსებული პრობლემების აღწერას, მათ თვალში კომუნიკატორის დადებითი იმიჯის შექმნას, დაგეგმილი მოქმედებების განსახორციელებლად ხელსაყრელი საზოგადოებრივი ატმოსფეროს შექმნას.

პრ-ის ძირითადი პრინციპებია:

- ინფორმაციის ყვლობა;
- კომუნიკატორისა და რეკომენდების ორმხრივი სარგებელი;
- დაყრდნობა საზოგადოებრივ აზრზე, საზოგადოებისადმი

პატივისცემაზე დამყარებული დამოკიდებულება.

PR-ის ტექნოლოგიებს განახლებებზე იმისდა მიხედვით, თუ რა ამოცანებს ასრულებენ. ეს ამოცანები მეტად მრავალფეროვანია:

კომუნიკატორის კავშირების უზრუნველყოფა სახელმწიფო და საზოგადოებრივ ორგანიზაციებთან (public affairs);

პიროვნების დადებითი სახის ფორმირება (image making);

მასმედიასთან ურთიერთობის აგება (media relations);

აუდიტორიის მიერ ინფორმაციის აღქმის მართვა (massage management);

საინფორმაციო ცენტრების პერსონალთან, კადრებთან მუშაობა (employee communications);

საზოგადოებრივი კავშირების (public involvement);

ინვესტირებასთან ურთიერთობა (investor relations);

პრესენტაციული ღონისძიებების ჩატარება (special events);

კრიზისული სიტუაციების მართვა (crisis management).

PR-ის თითოეული დასახელებული მიმართულება წარმოადგენს ინფორმაციის მართვის სისტემას, რაც უკავშირდება ახალი ამბების წარმოების, აუდიტორიის ყურადღების მიზიდვის, კრიზისების ინტერპრეტაციის ამა თუ იმ ხერხს და ა.შ. ეს მიმართულებები ორიენტრებულია კომუნიკაციის სუბიექტი და პოლიტიკური გარემოს კონსტრუირებაზე. მთლიანობაში.

თანამედროვე ადამიანისათვის PR ასოცირდება ტელევიზიასთან, რადიოსთან და ინტერნეტთან, რეკლამასთან, მარკეტინგთან, პრესრელიზთან,

საინფორმაციო ბუკლეტებთან, ბილბორდებთან და ა.შ. ეს ყველაფერი PR-ის ინოვაციური საშუალებების წარმოადგენს.

ვინაიდან ეს სფერო ადამიანის სუბიექტურ აღქმასთან მოდის თანხვედრაში და არ არსებობს ერთიანი თეორიული საფუძველი, რაც გააერთიანებდა პიარის უმთავრეს პრინციპებს, მსოფლიოში სასოციალურებასთან ურთიერთობის 600-ზე მეტი განსახლება არსებობს. ამ მხრივ, გამონაკლისი არც წვენი ქვეყანაა, სადაც რამდენი ადამიანიცაა, PR-ის იმდენივე განმარტება გეხველება. სწორედ ამიტომ არის მნიშვნელოვანი ამ სფეროსადმი სხვადასხვა მიდგომის ცოდნა.

სასოციალურებრივი ურთიერთობების ამერიკის სასოციალურებამ (RSA) 1982 წელს გააკეთა ოფიციალური განმარტება PR-ის შესახებ, რომელიც მდგრადობის შემდეგში:

"შუქდია რა ურთიერთობების მიღწევა სხვადასხვა ჯგუფებსა და ორგანიზაციებს შორის. PR ხელს უწყობს წყნეს რთულ კლურალისტურ სასოციალურებას მიიღოს გადაწყვეტილება და იმოქმედოს ეფექტურად. ის უსრუფელყოფს პირშინის კერძო და სასოციალურებრივ საქმიანობაში".

სასოციალურებასთან ურთიერთობის საერთაშორისო ასოციაციის ავტორიტეტული მიღება. ისტორიული მეცნიერი სემ ბლეკი ასეთ განმარტებას ვეთავსებს: "PR ეს გახლავთ ორგანიზაცია/პირივნებისა და სასოციალურების შორის პარშინის მიღწევის ხელაუნება და მეცნიერება, რომლის მიზანია ხომარტლება და ხელ იხფორმირებულობაზე დაქარებული ურთიერთობების წამოყალიბება."

ვინაიდან სასოციალურებასთან ურთიერთობის სამსახურში დასაქმებული არიან სპეციალისტური სხვადასხვა სფეროებიდან, საჭიროა სპეციალისტების მომსახურება ისეთი სასწავლო გეგმით, რომელშიც შეტანილი იქნება შემოთაღნიშნული სფეროებიდან შესაბამისი მეცნიერული დისციპლინები სასწავლო კურსებით და სპეცკურსებით.

"სასოციალურებასთან ურთიერთობის" კურსის შესწავლის მიზანია გლობალიზაციისა და ინფორმაციზაციის პირობებში, თანამედროვე გამოწვევების შესაბამისად, სასოციალურებასთან ურთიერთობის (PR) კონკრეტული საფუძვლების გაცნობა (შესწავლა). აგრეთვე სასოციალურებასთან ურთიერთობის პროგრამის მიზანია მოამსახურეს სპეციალისტები სასოციალურებასთან ურთიერთობის მრავალპროფილიანი კუთხით, რადგან მათ შემდგომ აქონდეთ შესაძლებლობა თავისი ცოდნა გამოიყენონ სხვადასხვა ტიპის ორგანიზაციებში და უწყებებში. ვინაიდან ცხადია, რომ წარმატების უპირველესი საწინდარია სასოციალურებასთან ურთიერთობების ეფექტიანი მართვა. აქედან გამომდინარე, სახურველია გაეყვინოთ ამ პროფესიის ფართო შესაძლებლობებს, რათა შეუძლოთ მიღებული ცოდნისა და გამოცდილების წარმონიშნება და გამოყენება.

ამ ამოცანის დადებითად გადასაწყვეტად და გადაუტრელი პრობლემების მოხაგვარებლად, საჭიროა თანამედროვე ტექნოლოგიების შემოტანა სხვა სახელმწიფოების გამოცდილების საფუძველზე. სადაც პრ-სპეციალისტების მომსახურება და გადამსახურება უფრო სრულყოფილია.

სამწუხაროდ საქართველოში პრაქტიკულ კვლევას ნაკლები ყურადღება ეთმობა, რაც არახასაქრველია, რადგან სასოციალურებასთან ურთიერთობა ისეთი მეცნიერებაა, რომლის თეორია პრაქტიკული კვლევიდან უნდა გამომდინარეობდეს.

PR სპეციალისტის მოვალეობებში შედის: თავისი ორგანიზაციის ხელმძღვანელობის კონსულტირება მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების

მიღებისას და კერძო და საზოგადოებრივი ინტერესთა შორის თანაფარდობის მიღწევა. ამისათვის PR სპეციალისტი კარგად უნდა იცნობდეს როგორც საკუთარი ორგანიზაციის მიზნებსა და ამოცანებს, ასევე მათი მიღწევის საშუალებებს და საზოგადოების შეკვეთას, რათა თავისი მიზნები გასაგებოთ გახადოს და საზოგადოებრივ ინტერესებსაც მიაღწიოს.

ამ მოვალეობის შესასრულებლად PR სპეციალისტს უნდა შეეძლოს საზოგადოებრივი აზრის, განწყობის, პრობლემებისა და სამოქმედო სტრატეგიის პროგნოზირება და ანალიზი, რისთვისაც ის სოციალურ-ფსიქოლოგიურ კვლევას აწარმოებს.

მოგვსენებათ, რომ დღეს საქართველოში PR ჯერ კიდევ ფეხს იდგამს და მისი ქართული მოდელი ბოლომდე შემუშავებული არ არის, თუმცა საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით შესაძლებელია ძირითადი მახასიათებლების გამოყოფა. საზოგადოებასთან ურთიერთობა, უპირველეს ყოვლისა, საზოგადოების სტრუქტურის ძირულ ცოდნას გულისხმობს. სამუშაოდ საქართველოში პრაქტიკულ კვლევას ნაკლები ყურადღება ეთმობა, რაც არახასურველია, რადგან საზოგადოებასთან ურთიერთობა ისეთი მეცნიერებაა, რომლის თეორია პრაქტიკული კვლევიდან უნდა გამომდინარეობდეს.

PR ეს არის კომუნიკაციური ტექნოლოგიის სისტემა, რომელიც აერთიანებს პრაქტიკულ საშუალებებს. ტექნიკას და მეთოდებს. ის დაფუძნებულია ფსიქოლოგიის, სოციოლოგიის, ჟურნალისტიკის, ეკონომიკის, მენეჯმენტის, მარკეტინგის, რეკლამის, პოლიტოლოგიისა და სხვა მრავალი მეცნიერების ბაზაზე. ამასთან უნდა ითქვას, რომ პიარის არსებულ ტექნოლოგიებს ამომწურავად ვერ ვფლობენ ქვემოთ ჩამოთვლილ სფეროში მოღვაწე სპეციალისტები: ფსიქოლოგები, სოციოლოგები, კულტუროლოგები, ჟურნალისტები, პოლიტოლოგები, რომ არაფერი ეთქვათ ვიწრო სპეციალობების წარმომადგენლებს. PR-ის მთავარი იდენტიფიკაციური გამოხატულებაა ინფორმაციის შექმნა და მისი უფასო გაერკვლება.

უფრო მოკლედ: PR არის მმართველობის ფუნქცია, რომელიც ხელს უწყობს, დაშვარდეს ურთიერთსასარგებლო პარამონიული კავშირი, ურთიერთგაგება და კეთილმოსურნეობა საზოგადოებასა და ორგანიზაციის შორის, რასეც დამოკიდებულია კომპანიის წარმატება და მარცხი.

PR-ის საქმიანობის მეთოდურ-ტექნოლოგიურ მიდგომას გეთაყვა სობს: ან. ნომიკოვი: "PR არის საინფორმაციო-ანალიტიკური და პროცესურულ-ტექნოლოგიური მოქმედების სისტემა, რომელიც მიმართულია პარამონიული ურთიერთობისაკენ რომელიმე პროექტის შიგნით, ასევე პროექტში დასაქმებულ ადამიანებს შორის მოცემული პროექტის წარმატებული რეალიზაციის მიზნით"

ამრიგად, PR-ის მიზანია – შექმნას გარეგანი და შინაგანი სოციალურ-ფსიქოლოგიური გარემო ორგანიზაციის წარმატების სასიკეთოდ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. «PR в образовании» №1 2010 год
2. «PR в образовании» №2 2010 год
3. "Public Relations", ელ. სახეურად, ლ. კაპანაძე
4. შ. მაცაბერიძე, ჟურნალი "ბიზნესი და მანაჯმენტი", 2010 – 02, 11
5. <http://www.scribd.com/doc/22754414/Public-Relations-Manual-for-LocalGovernment>

Паблик рилейшнз, который стал практиковаться в нашей стране в начале 90-х годов, представляет собой новую, динамично развивающуюся теоретическую дисциплину и новую сферу профессиональной деятельности, которые требуют новых подходов к теоретическому обоснованию процессов, происходящих на практике. Более половины времени паблик рилейшнз отводится на установление сети внешних и внутренних коммуникаций, причем внешние коммуникации это преимущественно контакты с представителями массовых коммуникаций. Именно поэтому к разработке и проведению коммуникативной компании специалисты по связям с общественностью должны проявлять серьезное отношение. Объектом исследования в представленной работе является процесс коммуникации в сфере паблик рилейшнз. В качестве предмета исследования выступают внутренние и внешние коммуникации, коммуникативная компания в области PR и взаимоотношения со средствами массовой коммуникации.

The Role of Public Relations in the Modern World

Public Relations (PR), which our country began to practice in the early nineties, represents new, dynamically developing theoretical discipline and new sphere of professional work which demands new approaches to a theoretical substantiation of the processes occurring in practice. More than half of the time of PR is taken away by establishment of a network of external and internal communications, and external communication is mainly contacts with representatives of mass communications. For this reason experts in public relations should show serious concern to working out and carrying out communicative campaigns. Object of research in the presented work is communication process in PR. As an object of research internal and external communication, the communicative company in the area of PR and mutual relations with mass media act.

**თარგმანი, როგორც კულტურათშორისო კომუნიკაციის
საშუალები/Перевод как средство межкультурной коммуникации/
/Translation as a means of cross-cultural communication**

Mansura Tofiq qizi Aliyeva,

Senior Teacher at the Azerbaijan University of Languages

Translation as a means of cross-cultural communication

People always exchange their views, influence mutually and understand each other during joint living and activity. In other words, they communicate. It has always been an important need of all societies. From time immemorial, people have been communicating in different ways: drawing pictures on the walls like Qobustan monuments in Azerbaijan, using smoke, doves, drumbeat to convey secrets during wars and dangers. Nowadays, most of communication process is carried out through phone and internet.

Communication is the exchange of ideas, cultures, information, views between two or more people. In communication process there is a sender who sends the message and the receiver who receives it. Through communication people transmit their views, experiences, knowledge, they get different types of information. At the same time, they acquire new habits, traits that help to understand reality, life and to shape their individuality.²

There are three main types of communication: verbal, non-verbal and visual. Verbal communication is a conversation between two or more entities using words, by non-verbal communication we transmit our thoughts, feelings without words but through gestures, facial expressions, body language, clothes, eye contact etc. Visual communication is the transmission of ideas, information in a way that we can see and read.

Regardless of its types, communication can happen between people of same culture and language or of different cultures. There are more problems in cross-cultural communication which happens between people of different cultures than in communication of the people of the same cultural background.

Culture is a set of beliefs, ideas, attitude, cuisine, clothes style that differ from country to country. Cultural differences influence to the inner life and help shaping national mentality. Each nation has their own cultures. National culture, psychology are reflected in their speeches and usages of words. That is why, if there are significant cultural differences between communicators, misinterpretations, misunderstandings can easily arise. Cross-cultural communication, also called as intercultural communication is a field of study that looks at how people from different cultural backgrounds communicate, in similar and different ways among themselves. Intercultural communication is of importance to

¹ Nida, Eugene "Language, Culture and Translating", the USA 1993, p.7-10

² F.Y.Veysalli, "The Basics of Structural Linguistics", Studia Philologica Baki-2005, p.287:

international businesses as it examines how people from different cultures, beliefs and religions come together to work and communicate with each other.³

In years during and preceding the Cold War, the United States economy was largely self-contained because the world was polarized into two separate and competing powers: the east and the west. However, changes and advancements in economic relationships, political systems, and technological options began to break down old cultural barriers. Business transformed from individual-country capitalism to global capitalism. Thus, the study of cross-cultural communication was originally found within businesses and the government both seeking to expand globally and demands for intercultural communication skills are increasing as more and more businesses go global or international and relations between countries extend. They realize that there are barriers and limitations when entering a foreign territory. Without the help of intercultural communication they can unknowingly cause confusion and misunderstandings. For these intercultural businesses to breach the cultural barriers encountered when stepping into foreign grounds, it is vital for them to fully understand the cultural differences that exist so as to prevent damaging business and governmental relations due to intercultural communication gaps.⁴

Undoubtedly, it is impossible for a human to know all the languages to communicate. Therefore, when people of different languages, cultures are to communicate, they need a common language for understanding each other. Translation is a reasonable way of communication in these cases. As relations among countries grow politically, economically, socially, culturally, the need for translation and translators increase too. Translation is a process of exchanging information from one language to another. All translation must go through the process of comprehension and expression, i.e. to understand thoroughly the content of the original text and then express the same meaning faithfully in another language.⁵

Translation is not only a linguistic act: it's a cultural one, an act of communication across cultures. Translation is a kind of activity which inevitably involves at least two languages and two cultures that "the two cannot be separated" (Toury 1978). It is bi-lingual and bi-cultural process. Translators should pay attention to differences in the source and target cultures when transferring a text from one culture to another. He/she is the intermediary between languages and cultures. In translation it is not important to know the words and translate the text word by word. It is important to grasp the context, what the text is about, what the author wants to convey and to create the same impression on the target language readers. Meaning is grounded in culture or, in other words, in a way of life of a nation. Therefore, accurate translation and effective cross-cultural communication is impossible if culture is ignored. Otherwise, translation is less likely to be understood in the target language. The answer to the question "What should a translator know" is that he should know the history, culture, geography, political structure, traditions.⁶

As we mentioned above, one of the types of communication is non-verbal communication. We transmit our thoughts, emotions in different ways without using words. Here includes gestures, postures, facial expressions, eye contact, touching, smell etc. According to the latest data obtained from website, we transmit 7% of our thoughts verbally and the remaining 93%-

³ F.K.Davaninezhad, "Cross Cultural Communication and Translation", Translation Journal, Vol.13, №4, October, Iran Islamic Republic, 2009.

⁴ Hariyanto, S. "The Implication of Culture on Translation Theory and Practice", the USA, 2009.

⁵ F.K.Davaninezhad, "Cross Cultural Communication and Translation", Translation Journal, Vol.13, №4, October, Iran Islamic Republic, 2009.

⁶ G.H.Bayramov, "The Art of Translation", "Oka Ofset" Publishing House, Baki- 2008, p. 83

through non-verbal means. Non-verbal means are understood in different meanings in different peoples. We use different systems of understanding gestures, posture, silence, spacial relations, emotional expression, touch, physical appearance, and other nonverbal cues. The same cue may mean something quite nasty and offensive to a person from a different cultural background. Therefore it causes some problems for translators. A good translator should be familiar with their meanings in both source language and target language.⁷

Some elements of non-verbal communication are consistent across cultures. For example, research has shown that the emotions of enjoyment, anger, fear, sadness, disgust, and surprise are expressed in similar ways by people around the world. Differences surface with respect to which emotions are acceptable to display in various cultural settings, and by whom. For instance, it may be more social acceptable in some settings in the United States for women to show fear, but not anger, and for men to display anger, but not fear. At the same time, interpretation of facial expressions across cultures is difficult. In China and Japan, for example, a facial expression that would be recognized around the world as conveying happiness may actually express anger or mask sadness, both of which are unacceptable to show overtly.⁸

These differences of interpretation may lead to conflict, or escalate existing conflict. Suppose a Japanese person is explaining her absence from negotiations due to a death in her family. She may do so with a smile, based on her cultural belief that it is not appropriate to inflict the pain of grief on others. For a Westerner who understands smiles to mean friendliness and happiness, this smile may seem incongruous and even cold, under the circumstances.

Showing the thumb held upwards in certain parts of the world means "everything's ok", while it is understood in some Islamic countries (as well as Sardinia) as a rude sexual sign. In Latin America and France it is considered an insult.

In many cultures all over the world, avoiding eye contact or looking at the ground when talking to one's parents, an elder, or one of higher social status is a sign of respect. In contrast, such body language can be construed as deception, boredom, disinterest or shame (on the part of the doer) in others.⁹

Although most people in the world understand the movement of the head up and down to mean "yes" or "I agree," this is not the case in all countries.

Members of certain cultures are much more likely to use indirection than members of certain other cultures. The Japanese are famous for being indirect, while Americans are famous for being direct. The Japanese are not big on saying things directly. They tend to communicate via nuance and euphemism. They are extremely reluctant to come right out and say "no", a word they generally regard as impolite.

So, it is important to understand something about cultural starting-points and values in order to interpret emotions expressed in cross-cultural interactions. If their meanings are understood impolitely, rudely in target language, translators should give their meanings in a way that can be considered suitable in target language culture.

⁷ Katan, David, "Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators, Manchester-1999, p. 28.

⁸ F.K.Davaninezhad, "Cross Cultural Communication and Translation", Translation Journal, Vol.13, №4, October, Iran Islamic Republic, 2009.

⁹ Carey, Patricia M., "Cross-Cultural Training in the Business World", the USA -1999, p.182.

Literature: source language authors write their literary works, poems, stories, novels for source language readers. They show their cultures, lifestyles in them. Translators translate for target language readers, they take how the readers will receive it into consideration. Sometimes they change some plots, characters which is suitable for target language readers. Translator should try to give the same impression on them. They create new work of their own. They replace some words to appropriate ones in target language, give explanations to be clear to readers.¹⁰

History plays significant role in translation process. There are some idioms, expressions related to history. Therefore, translators should know the historical backgrounds of them. For example, in English when you say "he's met his Waterloo" you're referring to a devastating defeat. The educated people can understand what it means, for uneducated ones, translator should give an explanation: "Waterloo" is a small town in central Belgium where battle (1815) fought nearby in which British and Prussian forces under the Duke of Wellington and Blücher routed the French under Napoleon.

Let's take a Japanese phrase like Odawara hyojo. Some Japanese business people use the phrase, which means "the council meeting at Odawara". It refers to the pre-Tokugawa Period, when the warrior Hideyoshi was moving against the Hojo clan, centered in Odawara. After a debate of many weeks by the Hojo leaders about how best to counter the approaching enemy, they and their forces were besieged in Odawara castle itself by Hideyoshi's troops and finally had to surrender. So any prolonged and futile negotiation is called Odawara hyojo. Without knowing its historical background, it will be difficult for a translator to be successful.¹¹

There are some notions that they don't exist in target language. Most of them are related to the culture of source language readers. This kind of words are called cultural words. Here includes cuisine, clothes, dances and so on. When translator come across with these words, they should either explain it or replace with another word that can be understood and have the same impression on the target language readers. For ex: Father Gury(Karpov) was sent to China to do the complicated work of Bible translation. To perform that task, Father Gury mastered the Chinese language, both spoken and written. Furthermore, he diligently studied the culture and traditions of China. Based on his knowledge of the Chinese language and culture, he translated the New Testament, a service book and other liturgical books from Russian into Chinese. When translating those religious books, he faced the challenge: some important theological categories were absent in Eastern philosophy, in particular the notions of the Trinity, the Mystery of the Incarnation of God etc.

In the Gospel of John, Father Gury had to write "In the beginning was the Tao", while the Russian original said "In the beginning was the Word" The phrase was translated in such a way that its wording had the same impact on its Chinese readers that the original wording had upon Russian readers. He opted for "Tao", because it was the only notion that meant the principle of life in the Chinese culture and was understandable to Chinese people.

The Chinese parish would not understand the Savior's words "I am that bread of life" either. There were no wheat in China in the 19th century and they did not bake bread. So he translated the phrase as "I am that rice of life".

Another example is that there are some parts on the earth that they don't know what snow is. That is why it can be replaced with something which is white like snow.

¹⁰Nida, Eugene "Language, Culture and Translating", the USA 1993, p.7-10

¹¹Carey, Patricia M., "Cross-Cultural Training in the Business World", the USA -1999, p.182.

Cuisine: Each nation has their own meals, dishes. Foods are a way that cultural groups express their way of living. Translators use explanatory, descriptive translation when translating the names of meals. For ex: Dolma - a dish cooked of minced meat, rice and spices wrapped in cabbage, vine leaves, filled into eggplants, tomatoes etc.¹²

Lavangi- stuffed poultry or fish.

Kutab - thin pasty with minced meat or vegetables etc.

Music and dances are intergral parts of culture. There are some musical instruments, music types, dances that belong to a particular nation. In these cases translator again gives explanations to be understood. For ex: Tar is our national string musical instrument of a guitar type.

Kamancha - is a national string musical instrument of a violin type, the bottom of which is placed on the lap and played.

Meykhana - folk song coined spontaneously and sung by the same person very often the authors of such verses hold a competition in song contests.¹³

As language and culture are closely related to each other and both aspects must be considered for translation. When considering the translation of cultural words and notions. Newmark proposes two opposing methods: transference and componential analysis. As Newmark mentions, transference gives "local colour," keeping cultural names and concepts. Although placing the emphasis on culture, meaningful to initiated readers, he claims this method may cause problems for the general readership and limit the comprehension of certain aspects. The importance of the translation process in communication leads Newmark to propose componential analysis which he describes as being "the most accurate translation procedure, which excludes the culture and highlights the message"¹⁴

Nida's definitions of formal and dynamic equivalence may also be seen to apply when considering cultural implications for translation. According to Nide, a "gloss translation" mostly typifies formal equivalence where form and content are reproduced as faithfully as possible and the TL reader is able to "understand as much as he can of the customs, manner of thought, and means of expression" of the SL context.¹⁵ Contrasting with this idea, dynamic equivalence "tries to relate the receptor to modes of behaviour relevant within the context of his own culture" without insisting that he "understand the cultural patterns of the source-language."¹⁶

So, when communication happens between people of different cultures, even if they share a common language, things may go wrong. It is because of significant differences in cultures. As nations have different cultures, they lead misunderstandings between communicators. In this case, translation as a means of cross-cultural communication should minimize "misunderstandings" It is important for a translator to be familiar with source language and target language cultures, to study the similarities and dissimilarities between the two cultures concerned, so that the target language readers will respond to translation as similarly as the source language readers to the original.

¹² <http://www.accurapid.com/journal/36educ/htm/>

¹³ <http://www.proz.com/translation/articles/>

¹⁴ P. Newmark, "A Textbook of Translation" Prentice Hall, 1995, p. 7-10.

REFERENCE LIST:

1. Carey, Patricia M.. (1999). "Cross-Cultural Training in the Business World", 175-182, the USA.
2. F.Y.Veysalli, (2005). "The Basics of Structural Linguistics", 285-287, Studia Philologica. Baki.
3. F.K.Davaninezhad, (2009). "Cross Cultural Communication and Translation", Iran Islamic Republic. Translation Journal. Vol.13, №4, October.
4. G.H.Bayramov.(2008). "The Art of Translation", 80-83, "Oka Ofset", Publishing House, Baki.
5. Hariyanto. S.. (2009). "The Implication of Culture on Translation Theory and Practice". 10- 15. the USA.
6. Katan. David. (1999). "Translating Cultures An Introduction for Translators. Interpreters and Mediators" 25-28. Manchester.
7. Nida. Eugene. (1993). "Language. Culture and Translating" 7-10. the USA.
8. P.Newmark. (1995). "A Textbook of Translation" 10-16. "Prentice Hall"
9. <http://www.accurapid.com/journal/36/educ.htm>
10. <http://www.proz.com/translation/articles/>

მ. ალიევა

ახერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი

თარგმანი როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის საშუალება

ცნობილია, რომ თარგმანი მხოლოდ დინამიკური მიღებაა კი არ არის, არამედ კომუნიკაციის კულტურათშორისი საქმიანობაც. თარგმანი ურთიერთისაგან განუყოფელია და კულტურის სარწმუნოების პროცესია. ამიტომ ეურადღება უნდა მიექცეს შესასწავლი ენისა და მისი წყაროს სხვაობას. ამ სხვაობის გათვალისწინებით არც ისე ადვილია ხარისხიანი თარგმანის მიღება კულტურათშორის კომუნიკაციაში. რამდენადაც მცირე იქნება განსხვავება ორი ენის სისტემაზე და კულტურას შორის, იმდენად ხარისხიანი გახდება თარგმანი.

Перевод как средство межкультурной коммуникации

Известно что, перевод - это не только лингвистическая деятельность, это еще межкультурная деятельность коммуникации. Перевод - это процесс привлечения не отдельных друг от друга языка и культуры. Поэтому нужно обращать внимание на разницу изучаемого языка и его источник. Учитывая эту разницу не так-то просто получить качественный перевод в межкультурной коммуникации. Насколько мала разница в системе и культуре двух языков, настолько качественным и удачным станет перевод.

Tracing Postcolonial in Translation: “Data Tutashkhia”

Abstract

The paper studies English and Russian translations of the Georgian novel “Data Tutashkhia” by Chabua Amirejibi and compares patterns of the political discourse, ideology and gender in them in the postcolonial retrospective. The analysis is based on the selected passages from the SL text and two TL texts, distinctively illustrating linguistic deviations in the RTL and the ETL in contrast from the SL text. The paper argues that the translations reformulate the political discourse optionally, with more currency given to the Empire. The main findings of the study are: (1) Major episodes, describing historical encounters between the two countries are rewritten in the Russian translation by the author-translator, presumably, under the pressure of censors; (2) The English translation of the novel by A. W. Bouis in 1985 was performed from Russian rather than from Georgian, and, therefore, it rewrites the history in the effect; (3) The translations, typically to the colonial practices elsewhere, transform the Russian-Georgian relations into the masculine vs. famine order.

Key words: postcolonial. “Data Tutashkhia”, translation, rewriting, censure

The aim of the paper is to give analysis to the selected patterns from the English and Russian translations of the Georgian novel “Data Tutashkhia” by Chabua Amirejibi in order to observe linguistic transformations in the TL texts characterized to the colonial political discourse and ideology, following the trajectories that the discipline pursues: “Translation studies...investigates the linguistic and textual realizations through which cultural exchange takes place...Translation research maps out the intellectual and linguistic points of contact between cultures and makes visible the political pressure that activate them. (Simon, 1997:463). The postcolonial retrospective of the analysis (“Georgia is a postcolonial state. The ideas and political behaviour of the new elites were profoundly affected by soviet experience...” Jones, 2003: 87), distinctively illustrates linguistic deviations in the RTL and the ETL in contrast from the SL text. The paper points out that the translations reformulate the political discourse optionally, more currency given to the Empire. Arguing from the postcolonial retrospective, hardly any piece of literature could pass without a strict censorship on the language use (as a part of ideology transmission source) during the early colonial regime, which sporadically showed a relatively mitigated policy of language use, especially during the final decade of its existence¹

Gender prejudice compatibility of in SL and TL texts

This passage for the analysis below brings to the novel the complexities of gender, culture and policy. It implicates to the minor role women played in the political scene. The female character’s opening words implicate that women in general were not supposed to be capable of keeping up with the political developments. Another proposition of the gender inequality leaking out of the same sentence points out that women were disintegrated from the socio-political life. This also provides for understanding the political culture of Georgia in the end of XIX c. and early XX-s. It unveils revolutionary spirit of Nano Tavkclishvili who is ready to challenge the existent political situation during the Imperial Russia’s period. Gender hierarchies can be seen to operate: women are given less credit for their political intellect.

¹ “In 60s and 70s I’ve met a few censors, with less sensitive approaches to the job...who’d have turned their blind eye, or a deaf ear, or even lie to save a poem, a short story, a movie, a staged version of a play etc.” (Alkhasishvili <http://alkhaz.ge>)

The gender prejudice intellectually “incapacitate” females to be engaged in politics. Main characters serve mouthpieces of the author: Amirejibi confides his political stance through the main characters: Nano Tavklishvili, one of the main characters of the novel “Data Tutashkhia”:

Table 1

SL (Georgian) text	Literal Translation from the SL text	TL 1 (Russian) text	TL 2 (English)	Literal translation from the TL 1 text
<p>“ქალი ვარ. მართალია. მაგრამ მაინც საკმაოდ კარგად ვიციან ჩვენი დროის პოლიტიკური მიმდინარეობებს არც ერთი არ მკმაყოფილებს ჩემს შეხედულებებს. წარმადგენებს, ოწენებს არც ერთი არ ეშობხვევა მეორე მხრივ. ხორბოტების მებრეცვის. დანახვის უნარი და მის წინააღმდეგ ლაშქრობის თანდაყოლილი ენის არ ნაპეტრები. ეს კვირა კი ბრძოლის, როგორც დ. რაბინ ავტობუსოვს ეს თვლისება კეთილგონიერი, უტყუარი მომედების გეზის ვერ ცვალებადი. გეზის” (Amirejibi 1997:202)</p>	<p>“You see, though I’m a woman. I still have a good grasp of the political movements of our times. But none of them is good enough for me, none expresses exactly my viewpoints, opinions or beliefs. Maybe that’s why I cannot make myself get involved in the struggle, if not for that, I think I could have made good of me at something. On the other hand, I’ve always been so anxious to revolt against the evil - which I’m just incapable not to notice” (Kh. B.)</p>	<p>“— Видишь ли, хотя я женщина, но хорошо разбираюсь в политических течениях нашего времени. Если живешь в Европе, то без этого не обойтись. Надо понимать, что к чему, надо быть в курсе жизни. Да и в нас тоже... Но нет ничего такого, что было бы мне по душе. Что выражало бы именно мои взгляды и представления. Поэтому, наверно, сама я не могу принять участия в борьбе, не то, думаю, могла бы на что-нибудь пригодиться. И вместе с тем мне не ясна никакая способность ненавидеть, кто и против него ополчаться.” (Amirejibi 116)</p>	<p>“You see, even though I’m a woman, I have a good understanding of the political movements of our times. If you live in Europe, it’s a necessity, you must understand what’s what, keep abreast of the times. And here, too. But there is nothing that suits me personally, that expresses my personal views and concepts. That’s probably is why I can’t participate in the struggle. If that weren’t the case, I would be of some use. I believe... I can’t understand myself, or decide how I should live <u>how to find my own form of life</u>, activity, do you get me? (Amirejibi 1985: 227 vol 1).</p>	<p>“You see, though I’m a woman, I still have a good grasp of the political movements of our times. If you live in Europe, you aren’t getting on without that, you have to be aware of what’s and why’s, you have to keep your hand on the pulse of the life. And the same holds true to here too... But none of them is good enough for me, none expresses exactly my viewpoints opinions or beliefs. Maybe that’s why I cannot make myself get involved in the struggle, if not for that, I think I could have made good of me at something. On the other hand I’ve always been so anxious to revolt against the evil - which I’m just incapable not to notice” (Kh. B.)</p>

The patterns from the SL and TL1 and TL2 translations indicate gender hierarchies to operate: obviously, females are given less credit for their political intellect. The gender prejudice intellectually “incapacitates” females to be engaged in politics: “*You see, though I’m a woman*, I still have a good grasp of the political movements of our times”; Meanwhile, both of the TL texts distort the SL text image of the female character as the next statements made by her are violate the equivalence between the SL and the TL1 and the TL2.

The politics resorted to by the English language translation definitely leaves less to appreciate its fidelity to the source. In the passage in Russian Nano’s brave character, her observant intellect which sees the evil through the pretences of the Empire and loathes it, at the extent that she feels herself anxiously striving to stand against that. The English version neglects these traits of her personality. Moreover, the translator depicts Nano as an ego-centric (“*nothing that suits me personally*”), passive (nothing is said about her readiness of revolting against the existent regime) even narrow-minded (“*how to find my own form of life, activity*”) indecisive woman (“*I can’t understand myself, or decide how I should live*”). This negligence of the Russian source in the ETL, not even a far cry of Nano’s character, is as puzzling as the ETL text had never been intended, never been created to cross the borders of the Soviet culture and reach the larger, Western speaking audience (Indeed, through its political rivalry with the West, the Soviet Russia would never give a political approval to the unveiling its real relations with Georgia in the eyes of the West).²

The marketing policy of book-publishing doesn’t permit import of publications from overseas.

Despite the gender prejudice heard in the opening words, the female character serves as a mouthpiece of the author: Amirejibi confides his political stance through her:

Nano is bestowed with the analytical intellect, she analyzes the political movements in comparison to her own clearly formed political views;

Her personal self – confidence in her political standpoint deserves high estimation;

She is an honest person, she cannot adjust to the living next to the evil;

She is brave and sees enough force in herself to revolt against it;

She just needs to find the right political direction for her struggle;

Nano is intellectual, she sees through the pretences of the Empire, at the same time, Nano personalizes Georgian women, whose historical struggle for survival ("Yes, five hundred years under the sway of eastern conquerors!" Amirejibi 1983:264 vol. I) has formed into their innate talent of evil-detection as a mechanism of self-protection (ბოროტების შემწვევის, დანახვის უნარი და მის წინააღმდეგ ლაშქრობის თანდაყოლილი ენის არ მახევენებს (Amirejibi 1997:203).

The analysis of the translated passage offers the Russian version with an addition to the original phrasing of the passage: *Если живешь в Европе, то без этого не обойтись, надо понимать, что к чему, надо быть в курсе жизни. Да и у нас тоже...* This kind of lexical transformation to the TL text has definitely nothing in common to the sense that Sh. Simon meant while writing on the deficiency of the equivalence between two cultures: "...because there is no total equivalence between cultural systems, the alignment between source and target text is necessarily skewed. And it draws attention to language as a force through which experience is shaped" (Simon 1997:464). To give scholarly assessment to the investigated translated linguistic and textual realization of the Russian translation of the novel, we have to resort to the violence of the colonialism and censorship, rather than to boundaries and differences between the two languages in the focus. Is this addition to the Russian translation a distraction from a more coherent Georgian wording that Nano is negative about the political movements of the time? Is this what should be hidden from the Russian censors by the author-translator? This argumentation would not come as a surprise taken into consideration the path it passed through before even getting permission for publishing in the native language.³

Rewriting of the history: metaphors of "masculine" colonizer ruling over the "feminine" colonized.

SL text: თვით ერეკლეს პოლიტიკაც ვახტანგ გორგასალის ოპერაციის გეოგრაფიულად შებრუნებული განმეორება გახლდათ – საყრდენით ჩრდილოეთში და მახვილით სამხრეთში. მაგრამ ამ ვითარებამდე იმდენად გაჩანაგებულებმა მივალყიეთ. რომ რუსეთმა ქართველთა მოკავშირეობას მათი მფარველობა ამჯობინა, სხვათაშორის, თვით ქართველებმაც მფარველობის ქვეშ ყოფნა ამჯობინეს...(Amirejibi 1997:264).

TL text 1: Впоследствии, уже в новые века, Ираклий Второй хотел совершить операцию, географически обратную той, какую совершил в свое время Вахтанг Горгасали, – с опорой на север, меч повернут на юг, но к этому времени мы были так обессилены, что сами нуждались в покровительстве. И нашли его в союзе с Россией. Грузины пришли к покровительству...(Amirejibi 1977:136).

TL text 2: Later, already in modern ages, Irakli the Second wanted to perform an operation that was geographically the reverse of the one performed in his day by Vakhtang Gorgasali – with support from the north, turn the sword to the south, but by that time we were so weak

³ "Then something that had never happened in Georgian literature before occurred. Eduard Shevardnadze offered "the operational issue of the "Tsiskari" editorial board" to the Central Committee Bureau for consideration along with his own opinion and received a positive response". (<http://www.magicom.ge/magazine/2001-2/2001-2-8.html>).

that we needed protection ourselves. *And we found it in the alliance with Russia.* (Amirejibi 1985:264 vol. I).

The comparative analysis of the above examples points out, that while the SL text doesn't contain at all the statement below, the TL 1 does:

TL1 *самы нуждались в покровительстве*

TL2 we needed protection ourselves

Literal translation of the TL1 into TL2: *"It was necessary for us to get under protectorate"*

Contrary to the SL text, the TL text 1 overemphasizes the urgency of the need for protectorate: protector and suggests the idea that the only expedient, ultimate alternative for the country: Moreover, the back translation of the TL1 suggests that the author-translator implicates that he deems the lexical units: *protectorate* and *alliance* conceptually synonymous:

SL text: რუსეთმა ქართველთა მოკავშირეობას მათი მფარველობა ამჯობინა. თვით ქართველებმაც მფარველობის ქვეშ ყოფნა ამჯობინეს.

Literal translation: Russia found it preferable for herself to act a protector rather than an ally of Georgia. Georgians themselves preferred to stay under the protectorate.

TL1: Грузины пришли к покровительству. И нашли его в союзе с Россией.

Back translation of the TL1: Georgians came under the protectorate. And found it in the alliance with Russia.

TL2: we needed protection ourselves. And we found it in the alliance with Russia.

The implication of the *protectorate* as a conceptual synonym of *alliance* in the above patters of translation elucidates the fact how the contract was corrupted by the czarist Russia against Georgia, and then the same contract terms were fervently followed through centuries by the decedents of the throne, and later by the inspirers of the Soviet Empire. In conclusion, as much as the auto-translation transgresses the loyalty to the original text, the author-translator resorts to the safer avenues (*rewriting of the history*) superintended by the Russian censors. Translation scholars tend to be more tolerant to such transgressions once they are outcome of self-translation: "Since the writer himself is the translator, he can allow himself bold shifts from the source text which, had it been done by another translator, probably would not have passed as an adequate translation. Such bold shifts, if they are systematic, serve as powerful indicators of the activity of norms" (Perry 1981:181: drawing on Toury 1978).⁴ However, he, as the author still retains his professional mandate, since (a) remains loyal to the native audience and delivers the message to the addressees successfully, (b) hypothetically, the author-translator would have realized his primary intention of delivering the same message accurately across the Russian audience provided that it had been a censor-free option. However, the English version of the novel, translated from Russian into English, rather than from Georgian, can be given less credit for accuracy, since (a) the translator traverses one of the key principles of professional translation to not use a tertiary language as a "middleman" between the original work and the translation: hence, (b) in this case less is left of the hypothesis that the ETI, translator's primary intention was to act as a reliable mediator and deliver the SL message to the recipients.

References

- ამირეჯიბი ქ., "დათა თუთაშხია", გახსენებები "თეონი გორგი", ხელნაწი 1997.
Amiredzhibi Ch., *Data Tutashkhia*. English translation, Raduga Publishers, 1985. Translated by Ant. W. Bouis.
Амиреджини, Чабуа Дата Туташхиа Издательство: Мерапи, 1981 г.
Alkhashishvili, G. "Janus the Double Head". <http://alkhaz.ge>

⁴ Routledge Encyclopedia of Translation

Hung, Eva Translation and Cultural Change: Studies in History, Norms and Image-Projection. Philadelphia, PA, USA: John Benjamins Publishing Company, 2005. p. ii.
<http://site.ebrary.com/lib/hilgi/Doc?id=10081775&ppg=2> retrieved: 21/07/2008 06:22
Jones, S. 2003. "The Role of the Cultural Paradigm in Georgian Foreign Policy", in *The Journal of Communist Studies and Transition Politics*, 19, 3, 83-110.
Moore, D. C. 2001. "Is the Post- in Postcolonial the Post- in Post-Soviet? Toward a Global Postcolonial Critique", in: *PMLA*, 116, 1, Special Topic: Globalizing Literary Studies. (Jan.), 111-128. published by: Modern Language Association Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/463645> (Retrieval date: May 28, 2008).
Parsons, J. W. R. 1982. "National Integration in Soviet Georgia" in *Soviet Studies*, 34, 4, 547-569. published by: Simon, Sh. Meta : journal des traducteurs / Meta: Translators' Journal. vol. 42, n° 2, 1997, p. 462-477.
Routledge Encyclopedia of Translation Studies edited by Mona Baker. London, 2001
Taylor & Camp: Francis, Ltd. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/151907> (Retrieval date: May 28, 2008).

სტატიაში პოსტკოლონიალიზმის რეტროსპექტივაშია წარმოდგენილი ჯ. ამირეჯობის რომანის „დათა თუთაშხიას“ რუსული და ინგლისური თარგმანების შეპირისპირებითი ანალიზი. პოლიტიკური, იდეოლოგიური და გენდერული დისკურსის მაგალითებზე დაყრდნობით. ჩამოყალიბებულია არგუმენტები, რომ ავტორთარგმანი რუსულ ენაზე, ისევე როგორც ინგლისური თარგმანი (შესრულებული ა.ვ. ბუისის მიერ 1985 წ.) იმპერიის აუდიტორიისათვის პოლიტიკური დისკურსის რეფორმულირებას ახდენს. კვლევის მთავარ მონაპოვრად მიიჩნევა, რომ (1) რუსეთ-საქართველოს პოლიტიკური ურთიერთობების ამსახველი, არსებითად მნიშვნელოვანი ისტორიული ეპიზოდები რუსულ თარგმანში, ცენზურის ზეგავლენით, ისტორიის ხელახლა წერას წარმოადგენს; (2) რომანის ინგლისურენოვანი თარგმანი შესრულებულია რუსული ენიდან და შედგება, ისიც ისტორიის ხელახლა წერას წარმოადგენს; (3) ორივე თარგმანი ლიტერატურაში კოლონიური ჩარევის პრაქტიკის ტიპური ნიმუშია და ქართულ-რუსულ ურთიერთობებს აგებს პრინციპით: „მასკულინიზებული ფემინიზებულიის წინააღმდეგ“

В статье представлен сопоставительный анализ русского и английского переводов романа Ч.Амиреджиби «Дада Тутуашхия» в ретроспективе постколониализма с опорой на примеры политического, идеологического и гендерного дискурсов: сформулированы аргументы, что авторперевод на русский язык, так же как и английский перевод (выполненный А.В.Буисом в 1985 г.), осуществляет реформулировку политического дискурса для аудитории империи. Основным достижением исследования можно считать то, что (1) исторически важные эпизоды, описывающие русско-грузинские отношения в русском переводе, под влиянием цензуры, является новым написанием истории; (2) англоязычный перевод романа выполнен с русского языка и, следовательно, он тоже представляет собой новое написание истории. (3) оба перевода являются типическим примером вмешательства в литературу колониального режима и строит русско-грузинские отношения по принципу: «маскулинизированное против феминизированного».

3. გუაშიშვილი, В.Сидამონიძე
Грузинский технический университет

Принцип стилистической обработки текста при техническом переводе

Известно, что язык возникает, функционирует и развивается только в обществе, и поэтому все новейшие технические и технологические достижения, информация политического, экономического и культурного характера, общественные ценности, перспектива их дальнейшего развития и совершенствования, являющиеся основными стилеформирующими экстралингвистическими факторами в момент их возникновения, приобретают языковые аналоги.

Основным уровнем языка, где наиболее ярко проявляется стилевая индивидуальность, является лексика. Язык располагает большим арсеналом средств, однако главное требование к хорошему тексту таково: из всех языковых средств для создания определенного текста должны быть выбраны такие, которые с максимальной полнотой и эффективностью и выполняют поставленные задачи общения, или коммуникативные задачи.

Среди многочисленных сложных проблем, которые изучает современное языковедение, важное место занимает изучение лингвистических аспектов межкультурной речевой деятельности, которую называют «переводом» или «переводческой деятельностью».

Перевод – это, несомненно, очень древний вид деятельности, но основы научного перевода стали разрабатываться лишь к середине 20^{го} века, когда переводческая проблематика привлекла внимание языковедов, так как в этот период начал выдвигаться перевод политических, коммерческих, научно-технических и прочих «деловых материалов», где особенности индивидуально-авторского стиля, как правило, мало существенны.

В связи с этим все более четко стали осознавать, что основные трудности перевода и весь характер переводческого процесса обуславливаются расхождениями в структурах и правилах функционирования языков, участвующих в этом процессе. Ну, а если речь идет о каком-то соотношении языков, то его изучением должны, естественно, заниматься языковеды. Кроме того, возросшие требования к точности перевода также подчеркивали роль языковых единиц. При переводе материалов подобного рода уже нельзя было довольствоваться верностью перевода «в целом». Однозначностью воздействия на читателя оригинала и перевода. Перевод должен был обеспечить передачу информации во всех деталях, вплоть до значения отдельных слов, быть полностью аутентичным оригиналу. Все яснее становилась языковая первооснова переводческого процесса. Необходимо было выяснить, в чем состоит лингвистический принцип этого процесса, в какой степени он определяется собственно лингвистическими факторами, в каких пределах такие факторы ограничивают точность передачи информации.

Основная задача переводчика, несомненно, это сам перевод и его последующая обработка – адаптация. Текст требует некоторой обработки, которая, в свою очередь, затрагивает и информационный состав переводимого текста, и его стиль.

Одной из методик адаптированного перевода является стилистическая обработка текста. Ввиду того что переводимый текст не всегда совершенен, его качество, на финальном этапе, зачастую страдает. Именно в этом случае задача переводчика состоит в том, чтобы улучшить текст по стилю, сделать его более удобоваримым для восприятия. Текст, при стилистической адаптации, делается покороче, логичнее, убираются или добавляются лингвистические обороты. На деле это можно назвать литературной обработкой, которая предусматривает полное восстановление стиля и выравнивает логику содержания.

Это в полной мере относится и к научно-техническому переводу, переводу самой разной специализированной технической литературы.

От обычного литературного перевода, перевод технической литературы отличается использованием узкоспециализированных профессиональных терминов, стилистическими особенностями и применимостью нормативных стандартов к написанию технических текстов.

Возникнув в сфере переводческого замысла, перевод научно-технического текста становится явлением социальной действительности. В этом плане от переводчика зависит, будет ли его перевод востребован в научном сообществе. Отсюда

вытекает проблема научного перевода, поскольку последний всегда должен быть осмысленной интерпретацией.

Поэтому технический перевод предъявляет высокие требования к своим исполнителям. Для выполнения качественного перевода необходимо отчетливо представлять предмет переводимого текста и владеть используемой терминологией. После перевода технический текст должен быть максимально понятным читателю и иметь минимум расхождений с оригиналом (некоторые расхождения неизбежны из-за различий в грамматическом и лексическом строе языков). И, наконец, перевод технических текстов требует знания установленных нормативов для технической литературы: как для русской, так и для иностранной.

Для перевода текстов технической тематики, как и любой другой, необходимо владеть средствами языка, уметь стилистически выстраивать текст и овладеть литературной грамотностью. Однако основная сложность перевода технической документации заключается, конечно, в четкой передаче значений терминов и смысла текста. Как правило, одно и то же слово имеет множество вариантов перевода, и точно передать его смысл может только человек, хорошо знающий используемую техническую терминологию, и одного лишь лингвистического образования здесь недостаточно. В таком случае обилие вариантов перевода в двуязычном словаре может только запутать: специалист по переводу должен хорошо ориентироваться в определенной технической сфере. В противном случае перевод окажется лишеным смысла.

Для перевода текстов технической тематики, как и любой другой, необходимо владеть средствами языка, уметь стилистически выстраивать текст и обладать литературной грамотностью. Однако основная сложность перевода технической документации заключается, конечно, в четкой передаче значений терминов и смысла текста.

Модификация понятия коммуникации в условиях научного перевода заключается в том, что в отличие от монологической научной коммуникации, в рамках которой адресант является активным членом коммуникации, в межязыковой научной коммуникации автор оригинала и переводчик меняются своими ролями: переводчик стремится создать «образ самого себя как исследователя». Это значит, что созданный переводчиком текст, воплощающий личностные признаки, перерастает из субъективного вида в объективный, поскольку в конечном счете он выполняет социальную функцию, т.е. объективируется. Возникнув в сфере переводческого замысла, перевод научного текста становится явлением социальной действительности. В этом плане от переводчика зависит, будет ли его перевод востребован в научном сообществе. Отсюда вытекает проблема качества научного перевода, поскольку научный перевод всегда должен быть осмысленной интерпретацией.

Перевод научно-технического текста должен верно передавать смысл оригинала в форме, по возможности близкой к форме оригинала. Отступления должны быть оправданы особенностями русского языка, требованиями стиля.

Перевод в целом не должен быть ни буквальным подстрочником, ни вольным пересказом оригинала, хотя элементы того и другого обязательно присутствуют обязательно: если буквальный перевод какой-то фразы хорошо передает ее смысл и хорошо звучит по-русски, нет оснований изменять его; и наоборот, можно (и должно) пересказать содержание своими словами, если иначе «никак не получается». Важно лишь не допускать потери существенной информации или, наоборот, привносить от себя то, чего нет в тексте (или хотя бы в достаточно явном подтексте) оригинала.

Верность научного перевода определяется тем, настолько хорошо переводчик знает язык оригинала и предмет изложения. Однако верный смысл должен быть передан ясно и доходчиво.

В своей статье мы не будем касаться сугубо специального вопроса научной, в том числе терминологической точности (для этой цели издаются глоссарии – списки часто встречающихся терминов с готовым переводом, которые представляются переводчикам в целях обеспечения единообразия используемой технической терминологии).

Рассмотрим лишь вопросы ясности и доходчивости, которые определяют смысловую однозначность, ведь слово играет ответственную роль в любом жанре, и слова в предложении или в словосочетании должны подбираться с надлежащей смысловой и стилистической сочетаемостью.

Обратим внимание на основные категории стилистических дефектов, которые лишают текст однозначности.

Ошибка может возникнуть, если пишущий употребил слово без учета присущего ему в литературном языке значения (неправильное или неточное словоупотребление). Выбор слова определяется также его стилистическими особенностями: учитывается то окружение, в которое попадает слово – в пределах фразы и в более широком контексте. Мы исходим из того, что определенные единицы образуются той или иной жанр, объединяются общим характером своего содержания и назначения, а это предполагает наличие у них общих стилистических черт.

Часто перевод научно-технической литературы грешит неоднозначностью предложений, когда при построении последних грамматические отношения становятся ясными лишь при учете смысла. Такая неоднозначность, несомненно, подлежит устранению, так как не всегда ясно, как понимать фразу.

Уменьшение коэффициента съема стимулирует пропускной способности грузового движения.

Трудно ответить на вопрос: где подлежащее, где дополнение.

Порядок слов – не решающий признак, т.е. возможна инверсия. Даже если смысл этой фразы понятен, легче читать, если выразить грамматические отношения однозначно.

При уменьшении коэффициента увеличивается пропускная способность грузового движения.

Что касается предложений, осложненных придаточными предложениями, оборотами, развернутыми определениями, то все эти элементы структуры надо рельефно выделять.

Таковы поезда без постоянной массы групп, не прикрепленные к определенным расписаниям, наиболее распространенные на практике, и требующие особо четкой информации для подготовки попутных станций к замене групп.

Фраза трудна из-за однотипности (причастные обороты). Исправленный вариант.

Поезда без постоянной массы групп, не прикрепленные к определенным расписаниям, наиболее распространены на практике и требуют особо четкой информации для подготовки попутных станций к замене групп.

Неоднозначность предложений нередко обусловлена тем, что из его построения не ясно, на каком слове следует делать логическое ударение.

Железнодорожные разъезды также относятся к промежуточным станциям («наряду с другими» или «помимо прочего»). Есть два варианта:

Также железнодорожные разъезды относятся к промежуточным станциям.

Железнодорожные разъезды тоже относятся к промежуточным станциям.

Частая ошибка в переводах – неправильное логическое ударение и порядок слов. Сильное место – это обычно конец фразы.

Проводную оперативную телеграфную и электронную вычислительную технику часто используют для управления движением поездов на железнодорожных станциях.

Правильный вариант. *Для управления движением поездов часто используют проводную оперативную телеграфную и электронную вычислительную технику.*

Частое повторение неправильных расстановок логических ударений может нарушить логику изложения.

Одним из стилистических дефектов является неудачное построение фразы, которое может привести к значительному искажению смысла.

Создание благоприятных для этого вида условий влажности...

Добавление в этот раствор аминокислот...

Смешение разных по значению слов может возникнуть в результате сложных ассоциаций. Часто это ошибки, связанные с неразличением паронимов.

Некоторые переводчики путают слова:

проблемный – проблематичный,

основание – обоснование,

экономичный – экономический и т.д.

Такое смешение следует расценивать как непонимание словообразовательных элементов в составе слова, что приводит к затемнению высказывания.

К дефектам стиля относятся также смешение слов и канцеляризм, которые, будучи не извращая смысла, делают изложение унылым, трудным для восприятия, портят его язык и вкус.

Вот некоторые способы их исправления.

Не имеется никаких оснований – нет никаких оснований

Имеются экспериментальные данные, свидетельствующие о том, что

- Как показали эксперименты...

Оказывает влияние – вливает... и т. д.

Но следует отметить, что категорически выступать против первого варианта не стоит. Речь идет только о неуместности их употребления в тех случаях, когда естественнее звучат более простые варианты.

Без надобности не стоит злоупотреблять пассивными и возвратными формами, которые делают язык скучным и вялым.

Как было доказано Дарвином – Как доказал Дарвин.

Итак, основным принципом стилистической обработки текста является верность научного перевода, его ясность и доходчивость, недопущение потери существенной информации.

Что же касается нарушения стилевого использования лексических единиц, то оно всегда:

а) к нарушению лексического корпуса русского языка;

б) к возникновению трудностей при коммуникации;

в) к искажению смысла при переводе.

Литература

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение. - Академия. 1999.
2. Альбер Сеше. Программа и методы теоретической лингвистики. Психология языка. Едиториал УРСС. 2003.
3. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. - М., 2000.
4. Двойнина Е. В., Пиввуева Ю. В. Пособие по теории перевода. - Филоматик, 2004.
5. Одинцов В. В. Стилистика текста. - М., 1980.

ზ.გურამიშვილი, ვ.სიდამონიძე

ტექნიკური თარგმნის დროს ტექსტის სტილისტიკური დამუშავების პრინციპი

სტატიის მიზანია განხილულია ისეთი მნიშვნელოვანი პრობლემა, როგორცაა სამეცნიერო-ტექნიკური ტექსტის თარგმანი. არის განსხვავებები სამეცნიერო-ტექნიკური და ლიტერატურული ტექსტის თარგმანში.

ნამოთხადილია ნორმატივები, რომელთაც უნდა ფლობდეს მეცნიერულ-ტექნიკური ტექსტის თარგმანი საჭირო შედეგის მისაღებად.

განხილულია ადაპტირებული თარგმანის ერთ ერთი მეთოდიცა ტექსტის სტილისტიკური დამუშავება, ამასთან განხილულია მეცნიერულ-ტექნიკური თარგმნის დეფექტები და მათი გამოსწორების გზები.

Z. Guramishvili, V. Sidamonidze

Concept of Stylistic Processing of the Text When Translating Technical Text.

The very important problem - translation of scientific-technical text is considered in this article. There are some differences between translating scientific-technical text and literary text.

Standards, which are important for a person who translates scientific-technical text to get a good result are given in this article

Here we study one of the methods of adaptive translation - stylistic processing of the text. We also point out some defects of translating such texts and methods of their correction.

Humbatova Aytan

Baku State University

Translation of neologisms

Therefore in the 21st century, when effective communication has become the center of our professional lives, the importance of finding better ways of translating is increasing. Due to globalization and establishment of transnational corporations, new criteria appear of what can be regarded as an adequate translation. Introducing neologisms and borrowings into translation of articles from magazines and scientific journals might be viewed as a modern and "open-minded" approach; however translators should be extremely careful about not overloading fiction with unnecessary foreign expressions. It is important to remember at whom the translation is targeted and what communicative effect it is supposed to produce. The debates about what can be considered an equivalent translation give rise to a new stage of development of Applied Linguistics and other linguistic sciences, which are becoming more and more concerned about achieving communicative excellence in the modern world.

A problem of translation of new words ranks high on the list of challenges facing translators because such words are not readily found in ordinary dictionaries and even in the newest specialized dictionaries. Neologisms are new words, word-combinations or fixed phrases that appear in the language due to the development of social life, culture, science and engineering. New meanings of existing words are also accepted as neologisms. Therefore, translators have to find out the meaning of very new neologisms mainly based on the context (a sentence, paragraph, chapter or even the whole document) in which the neologism is used.

Neologisms are usually formed on the basis of words and morphemes that already exist in the language. The analysis of these words and morphemes is an additional helpful tool in finding out the meaning of the neologism. For this purpose, the translator should remember

word-formation rules, in particular the following: nonce words are neologisms made up by writers and publicists for a special literary effect. They are rarely adopted into common language.

It is generally accepted that neologism is a word, term, or phrase which has been recently created, often to apply to new concepts, to synthesize pre-existing concepts, or to make older terminology sound more contemporary. Neologisms are especially useful in identifying inventions, new phenomena, or old ideas that have taken on a new cultural context.

Neologisms are words emerging as a result of development of society, creation of new notions, concepts. The most evident examples of neologism may be the English words *straw man*, *paper tiger* and so on. The widely spread types of translation involved to convey the meanings of neologisms are:

1. by using analogues, for ex: *vest* - 1) *an undergarment worn on the upper part of the body, typically having no sleeves* 2) *a garment worn on the upper part of the body for a particular purpose: Municipal Council - relating to a town or district or its governing body; Mayor - the chairman and civic head of a municipal corporation in many countries, etc.*

2. by using transcription or transliteration, for ex: *steel lobby* - *a group of people seeking to influence legislators on a particular issue.*

3. by using calque, for ex: *street people* - *homeless people who live outdoors in a town or city.*

The words which have appeared rather recently can serve in English language as examples of neologisms: *televviewer*; *atomic pile*; *half-life*; *tracer atom*; *to dieselize*. It is obvious that such words are perceived as neologisms only until concepts expressed by them don't become habitual then they are included strongly into dictionary structure and aren't perceived any more as new. The English neologism - verb *to dieselize* is formed of connection of an old word *diesel* and a productive suffix *-ize* (meaning reduction in a certain condition) on the sample of words: *to equalize*, *to organize*.

The problem of correct understanding and transfer of neologisms is connected by that at modern prompt development of a science and technics any dictionary not in a condition to keep up with occurrence of new words and terms in various areas of knowledge. Therefore, if in the text there is a neologism which is absent in the dictionary, the translator is obliged to define independently its value, considering word-formation elements of the given word and leaning against a context, for example: *Jet propelled planes consume enormous quantities of propellant.*

In the given offer we meet a new word propellant which isn't present in the general dictionary and which value is required to be established. We separate in a word a suffix-*ant* and it is found the initial form *propel* (having rejected the second letter *l*). We find in the dictionary a word meaning *propel* as a verb: *to advance, actuate to move*. Considering that the suffix *-ant* forms nouns from a verb, we define an approximate word meaning propellant as: *that actuates*. Proceeding from a context, we select the most suitable value: *fuel*. After that we make transfer of all offer: *Jet planes absorb a fuel large quantity.*

If the neologism represents a usual word, but used in special terminological sense, that, obviously, in the unique way of an establishment of its value there is a support on a context, on the general maintenance of a translated fragment.

Neologisms are by definition "new", and as such are often directly attributable to a specific individual, publication, period or event. The term "neologism" was itself coined around 1800, so in the early 19th century, the word "neologism" was itself a neologism.

The term can also refer to an existing word or phrase that has acquired a new meaning and neologisms tend to occur more often in cultures which are rapidly changing, and also in situations where there is easy and fast propagation of information. They are often created by combining existing words (see compound noun and adjective) or by giving words new and

unique suffixes or prefixes. Those which are portmanteaux are shortened. Neologisms can also be created through abbreviation or acronym, by intentionally rhyming with existing words, or simply through playing with sounds.

Neologisms often become accepted parts of the language. Other times, however, they disappear from common usage. Whether a neologism continues as part of the language depends on many factors, probably the most important of which is acceptance by the public. Acceptance by linguistic experts and incorporation into dictionaries also plays a part, as does whether the phenomenon described by a neologism remains current, thus continuing to need a descriptor. It is unusual, however, for a word to enter common use if it does not resemble another word or words in an identifiable way. When a word or phrase is no longer "new," it is no longer a neologism. Neologisms may take decades to become "old," however. Opinions differ on exactly how old a word must be to no longer be considered a neologism; cultural acceptance probably plays a more important role than time in this regard.

Many neologisms have come from popular literature, and tend to appear in different forms. Most commonly, they are simply taken from a word used in the narrative of a book: a few representative examples are: "grok" (to achieve complete intuitive understanding), from *Stranger in a Strange Land* by Robert A. Heinlein. Sometimes the title of the book will become the neologism, for instance, *Catch-22* (from the title of Joseph Heller's novel). Also worthy of note is the case in which the author's name becomes the neologism, although the term is sometimes based on only one work of that author. This includes such words as "Orwellian" (from George Orwell, referring to his novel *Nineteen Eighty-Four*). Another category is words derived from famous characters in literature, such as "quixotic" (referring to the titular character in *Don Quixote de la Mancha* by Cervantes), a "scrooge" (from the main character in Dickens's *A Christmas Carol*), or a "pollyanna" (from Eleanor H. Porter's book of the same name).

There is a term in linguistics which by its very nature is ambiguous and that is the term neologism. In dictionaries it is generally defined as 'a new word or a new meaning for an established word. Everything in this definition is vague. How long should words or their meanings be regarded as new? Which words of those that appear as new in the language, say during the life-time of one generation, can be regarded as established? It is suggestive that the latest editions of certain dictionaries avoid the use of the stylistic notation "neologism" apparently because of its ambiguous character. If a word is fixed in a dictionary and provided that the dictionary is reliable, it ceases to be a neologism. If a new meaning is recognized as an element in the semantic structure of a lexical unit, it ceases to be new. However, if we wish to divide the word-stock of a language into chronological periods, we can conventionally mark off a period which might be called new. Every period in the development of a language produces an enormous number of new words, or new meanings of established words. Most of them do not live long. They are not 'meant to live long. They are, as it were, coined for use at the moment of speech, and therefore possess a peculiar property - that of temporariness. The given word or meaning holds only in the given context and is meant only to "serve the occasion." However, such is the power of the written language that a word or a meaning used only to serve the occasion, when once fixed in writing, may become part and parcel of the general vocabulary irrespective of the quality of the word. Literary critics, men-of-letters and linguists have manifested different attitudes towards new coinages both literary and colloquial. Ever since the 16th century, literature has shown example after example of the losing battle of the purists whose strongest objection to the new words was on the score of their obscurity.

References:

1. Russell Bitting, Alexandra. *Neologisms in International Development*. 1999

2. Newmark P. Approaches to Translation. Oxford, 1981
3. Arnold I.V. The English Word, M. 1986
4. N. Rayevskaya. English Lexicology. Kiev, 1957
5. Калмыкова Е.И. «Образность как лингвостилистическая категория в современной научной прозе». М. Наука, 1979
6. Федоров А.В. «Основы общей теории перевода». М. 2002
7. Левкоская К.Ф. «Теория слова, принципы ее построение и аспекты изучения лексического материала». М.1962г

ა. შუმბატოვა
ბაქის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ნეოლოგიზმების თარგმნა

განხილულია კულტურათშორის კომუნიკაცებში ნეოლოგიზმების თარგმნის საკითხები.

Перевод неологизмов

Статья посвящена исследованию перевода неологизмов. Здесь проведен сравнительный анализ неологизмов в английском и русском художественном текстах, а также пролиет свет на вопрос о путях их перевода с английского языка на русский язык и наоборот.

T.V. Diasamidze
Shota Rustaveli State University

Nonverbal Communication in Intercultural Context

Key words: intercultural communication, cross-cultural, verbal, nonverbal communication, tone of voice, facial expressions, gestures.

Translation as means of cross-cultural communication

The study of intercultural issues is by no means a new area. People have interacted with others from different cultures throughout our history in wars, religious journeys and exchange of goods. They have also been well aware of the difficulties these encounters may cause. Even though the history of intercultural contact is long, it has never before reached the magnitude of today's world. Earlier it was only people in certain professions or status that had the contact to the foreign cultures. Nowadays even the most isolated and marginal groups of people have the opportunity to interact with people all over the world. Intercultural interaction has become a reality of everyday life for almost everyone. The growth of interdependence of people and cultures in the global society of the twenty-first century has forced us to pay even more attention to intercultural issues.

There are several reasons for the development of the world into a global village of today. The development of technology has enabled a constant flow of information and ideas across boundaries. Communication is faster and more available than ever. Also the development of transportation has increased face-to-face contact with people from different cultural backgrounds immensely. These developments, in turn, have affected the

world economy. The business world is becoming more international and interrelated and international economies face a true interdependence. Widespread population migrations have changed the demographics of several nations and new intercultural identities and communities have been born. Cultural diversity and multiculturalism are the realities of working and domestic life everywhere. In the process of migration and general internationalization the idea of a national identity has changed. International alliances and subcultures inside the nations have caused a de-emphasis on the nation-state.

Communication is a dynamic process. It changes, moves and develops all the time. All the communication situations are unique in nature and the process can be seen as “a sequence of distinct but interrelated steps” (Lusting, Koester 1996:30). Finally, communication involves shared meanings. This means that as people experience the world and everyday activities, they create and share meanings with other people and groups. Communication is interpretive in nature and people actively attempt to understand and organize their experiences in the world.

Intercultural communication refers to the communication between people from different cultures. According to Samovar and Porter (Samovar, Porter 991:10), intercultural communication occurs whenever a message is produced by a member of one culture for consumption by a member of another culture, a message must be understood. Because of cultural differences in these kinds of contacts, the potential for misunderstanding and disagreement is great. To reduce this risk, it is important to study intercultural communication.

The relationship between culture and language has been studied for many decades, but scholars from different disciplines still have not reached consensus on the degree to which culture and language are related to each other. The first argument is that language determines our culture. This approach comes from the “Sapir-Whorf Hypothesis” which claims that language not only transmits but also shapes our thinking, beliefs, and attitudes. In other words, language is a guide to culture. Other scholars argue that language merely reflects, rather than shapes, our thinking, beliefs, and attitudes. Despite these differences in approaches, all scholars still agree that a close relationship exists between language and culture.

Language is one of the most important differences between many cultures, and one of the greatest barriers. Differences in language make intercultural interactions difficult. Even if a person is fluent in a language, several mistakes can still occur. Linguistic conventions may cause significant misunderstandings related, for instance, to speech acts, interaction management, lexicon and politeness forms. As Argyle says (Argyle,1991:34), visitors to another culture should be aware of the impression they are creating by the speech style which they use. A person can indicate a positive or negative attitude to another by shifting towards a more similar or less similar speech style as the respondent, using e.g. a different accent or dialect. This can happen unconsciously.

Argyle(Argyle1991:34). further explains how most cultures have a number of forms of polite usage of language, which can be misleading. For instance, Americans ask questions which are in fact orders or requests (Would you like to...?). In all the cultures there are special features of language, certain words or types of conversation, which are considered appropriate for certain situations, e.g. introducing people to one another or asking someone for a favour. There are differences in the amount of directness/indirectness one chooses and in the structure of conversations. The usual question-answer speech sequence is not used in all cultures and, for example, negations (the word ‘no’) are not used in some Asian countries.

In any case, language fluency is a necessary condition in order to make intercultural communication function.

The paper will limit itself to non-verbal communication or speaking without words, not verbal communication. It will put emphasis on the importance of non-verbal communication concepts, because without them, a real communication can not be conducted smoothly and successfully.

If we don't understand the non-verbal communication from different culture, it is possible that we can make a mistake of reading the other person incorrectly. Some forms of non-verbal signals are the same and universal and they have the same meaning or interpretation. But, the other forms are different and they have different meaning too, or no meaning in the other culture. There are three main categories of non-verbal communication in the cross-cultural context. These are:

- a. Non-verbal behaviors which exist in your own culture and in the target culture which have the same meaning in both cultures.
- b. Non-verbal behaviors which exist in both cultures, but which are assigned different meanings in the two cultures.
- c. Non-verbal behaviors which have meaning in one culture but no meaning at all in the target language.

In addition, just as verbal language differs from culture to culture, the non-verbal language may also differ. One gesture may be common in a certain country and have a clear interpretation; it may be meaningless in another culture or even have an opposite meaning. Take, for example, the cultural interpretations and implications of hand gestures. the ring gesture, the thumb-up and V sign (Lusting, Koester 1996:18-20).

The question now is "Which communication is practiced more in our daily life?" Is it verbal communication or non-verbal communication? Albert Mehrabian as quoted also by Pease found that the total impact of a message is about 7 percent verbal (words only) and 38 percent vocal (including tone of voice, inflection, and other sounds) and 55 percent non-verbal. (.Pease 2006: 9). One study also done in the United States showed that 93 percent of a message was transmitted by the speaker's tone of voice and facial expressions. Only 7 percent of the person's attitude was conveyed by words. Apparently, we express our emotions and attitudes more non-verbally than verbally (Adelman, Levine 1993: 45).

The following are the examples of non-verbal gestures which have the same and different meaning in the United States and other countries.

- When we are happy, we usually smile. In other words, smiling is typically an expression of pleasure. It can also show affection, convey politeness or even disguise true feelings. But, it depends on the situations and relationships. A woman's smile at a police officer does not carry the same meaning when she smiles to a young child. In Asian cultures including Indonesia, smiling is also used to cover emotional pain or embarrassment. When the students are late to come to the class or they can't answer the questions from the teacher, they are possible to smile to cover their embarrassment.

When we are sad or angry, we can frown, scowl, or even cry. In Arab and Iranian cultures, people express grief openly. They mourn out loud, while people from China, Japan, and Indonesia are more subdued.

When we indicate "no" or negation, we usually shake our head from side to side. Shaking head from side to side is also used to show disagreement or have negative attitude. If we have a friend who is arrested by the police officer for the third time

because of his crime, we may shake our head from side to side to show the disagreement or negative attitude towards his crime.

When we do not know or understand what people are talking about, we usually shrug our shoulders.

The "Ring" or "OK" gesture has different meaning in different countries. In the USA and in English speaking countries, the ring or OK gesture means "Everything is OK" In France it can also mean zero or nothing. In Japan it can mean 'money, in some Mediterranean countries, it is used to infer that a man is homosexual. In Indonesia, the ring gesture means zero.

The thumb-up gesture has three meanings in Britain, Australia, and New Zealand. It is commonly used by hitch-hikers who are thumbing a lift, it is an OK signal, it is probably an insult signal meaning "up yours" or "sit on this" when the thumb is jerked sharply upwards. In Greece, its main meaning is "get stuffed" In Italy, when people count from one to five, they use the thumb to mean "one" and the index finger becomes "two" In Australia, America, England and Indonesia, people count "one" on the index finger and two on the middle finger, hence, the thumb will be number five. In Indonesia, the thumb gesture means good job or response to someone who has completed an excellent job. It also means "delicious" when we taste delicious food. In Indonesia, if we want to stop the public transportation to take us to a certain place, we use the index finger to stop it, not the thumb.

The V sign has an "up yours" interpretation in Australia, New Zealand, and Great Britain. The palm faces towards the speaker for the insult version. In USA, the V sign means victory but the two fingers and the palm face out. In Indonesia, whether the palm faces towards the speaker or the palm faces out, the V sign means number two. Scratching the head can mean a number of things-dandruff, fleas, sweating, uncertainty, forgetfulness or lying. It depends on the other gestures or the situations that happen at the same time. If the student scratches his head when he answers the question given by the teacher, scratching the head can mean that he forgets or he is not sure about the answer.

Someone is sitting at a bus terminal with arms and legs tightly crossed and chin down and it is raining, it may mean that he feels cold, not defensive. If the person uses the same gesture while we are sitting across a table from him trying to sell him an idea or product, it can mean In Indonesia, that he is negative or defensive about the situation.

If a boy is introduced to a pretty and charming girl and he winks one of his eyes, it can be interpreted that the boy likes her or the boy is interested in further relationship with her.

If we feel disappointed, we usually put our fist under our chin.

If we want to get the attention of a pretty or charming girl who passes in front of us (a group of boys), we can whistle.

In USA, beckoning people to come with the palm up is common or acceptable, however, in the Philippines, Korea, and parts of Latin America as well as other countries the same gesture is considered rude. In some countries, only an animal which can be beckoned with the palm up. In Indonesia, when we want to beckon someone we extend one arm in front of us and, with the palm down, wave to the person to come.

Eye contact is important because it shows intimacy, attention, and influence. In general, Indonesian makes less eye contact with strangers in big cities than in small towns. In Indonesian small town, it usual for two strangers walking each other to make eye contact, smile and perhaps say "Hi!", "Good Morning" or even "Where are you going"

In England, Scotland and Wales, loud conversation and any form of boisterousness in public places should be avoided. Do not stare at someone in public. If you smoke, it is the custom to offer cigarette to others in your conversation group before lifting up. In Turkey, ask permission before smoking. It is considered impolite to smoke or eat on public street.

In Saudi Arabia, a man accompanied by a veiled woman will probably not introduce her. Among the males, an embrace and cheek-kiss may be added to their greeting. Women are not permitted to drive the vehicle. In Japan, women should avoid wearing high heels so as not to risk towering over Japanese counterparts. In Pakistan Women are kept separated in social situations. Turkish women will not converse with a man in casual conversation until they have been formally introduced.

In conclusion it may say that: every culture has different types of values, believes, customs, norms and taboos. We have to except them and respect them for what they are and who they are. When going to other part of the world and meeting people or when they come to our part of the world and we greet them it is very important to put ourselves in their shoes and not judge their traditions, values and ways of communication.

Bibliography:

1. Adelman, M and L Levine, D. Beyond Language: Cross-Cultural Communication. New Jersey., 1993.
2. Argyle, M. Intercultural Communication. USA., 1991.
3. Larry A. Samovar and Richard E. Porter Basic Principles of Intercultural Communication. USA., 1991.
4. Lusting, M. W. and Koester, J. Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures. USA., 1996.
5. Pease, Allan. Body Language: How to Read Other's Thoughts by Their Gestures. M 2006.

Джафарова К.Г

Университет иностранных языков

Перевод как средство межкультурной коммуникации

Мы живем в эпоху невиданного в истории человечества феномена-становления и формирования общемировой цивилизации. Нет более или менее значительного события в жизни того или иного народа, эхо которого не отдавалось бы во всем мире. Предпосылкой и движущей силой такого сближения народов мира являются существовавшие всегда между народами, ставшие одним из важнейших атрибутов нашей сегодняшней жизни, культурные связи. Хотя это и парадоксально, но правда и то что каждый народ утверждает свое бытие, свою сущность исключительно во

взаимных связях с другими народами, на фоне и в контексте взаимных культурных влияний. Главной формой культурных связей народов является перевод.

Не случайно, что в различные эпохи различные ученые и философы давали высокую оценку переводческому делу, подчеркивали его незаменимую роль в развитии культурных связей. В этом смысле не ошибаются те, кто называют перевод «нравственным мостом, связывающим народы друг с другом в истории человечества».

В конце XX века, характеризующегося трансформацией региональных цивилизаций в общемировую цивилизацию, перевод действительно становится настоящим нравственным звеном между народами. Народы пользуются художественно-литературными достижениями друг-друга, обогащаются художественно-культурными ценностями друг - друга.

Так как наша статья называется «Перевод как средство межкультурной коммуникации» мы хотим вести нашу беседу в четырех аспектах. Язык, культура, общение и перевод. Основная цель статьи показать непосредственную связь с переводом этих трех факторов – языка, культуры и общения и наряду с этим довести до вашего внимания насколько велика роль перевода в межкультурном общении. Но прежде хочу начать свои мысли со слов Фон Гумбольдта. Как Фон Гумбольдт говорит: «В каждом языке существует своё мировоззрение..., каждый язык описывает народ, которому принадлежит...».

Одним из самых великих достояний которыми гордятся и дорожат народы с развитой литературой является их язык. Язык – это то, что лежит на поверхности бытия человека в культуре. В каждом языке лежит своя история и своя культура и имеет многочисленные специфические признаки. Именно языковые барьеры разделили людей. Языковые различия стали самой большой преградой в пути создания и установления общения между различными народами и культурами. Единственным средством, которое способно устранить эту преграду является перевод. Перевод – это основное средство общения в большом географическом пространстве между странами и народами, а также между прошлым и настоящим. Перевод – это также и средство переноса сведений, научно-технологических достижений, художественной красоты, полученных и созданных в одном месте и в одну эпоху – в другие места и эпохи.

В настоящее время в мире существуют тысячи языков. В мире, наверное, не мало людей, знающих только один язык, не знающих других языков, кроме родного. А с другой стороны, нет сомнений, что подавляющее большинство людей не полиглоты. Сын человеческого находится в окружении разных прекрасных культур, народов, с которыми он не может установить общение посредством прямой речи. И то, что снимает эти невидимые преграды - это перевод.

А что же понимается под культурой? Культура — это обычаи, верования, искусство, музыка и другие плоды человеческой мысли определенной группы людей в определенное время. Термин культура заимствован из технического словаря антропологии, в соответствии с которым он охватывает весь образ жизни членов общества, насколько этого требует сообщество. Во всех английских определениях слова *culture* повторяет слово *customs* 'обычаи, традиции'; неоднократно употребляется слово *belief* 'верования', а также словосочетание *the way of life* 'образ жизни'. Определение межкультурной коммуникации очевидно из самого термина: это общение людей, представляющих разные культуры.

Остановимся подробнее на взаимоотношении и взаимодействии языка и реальности, языка и культуры. Эти проблемы играют важнейшую роль. Непониманием этого объясняются многие неудачи в международных контактах.

В основе богатства человеческой цивилизации лежит многообразие культур и языков, которые находятся в постоянной взаимосвязи и взаимодействии. В современном мире проблема взаимопонимания становится очень важной с развитием политических, экономических, научно-технических и культурных связей. Все больше расширяется обмен между странами в области деловых отношений, туризма, науки и искусства, которые требуют адекватных основ общения и взаимопонимания. Как известно, каждый народ обладает определенной сформировавшейся системой культурных и социальных отношений, обуславливающих развитие языка, поэтому культурные различия между народами вызывают интерес в межкультурных отношениях.

Межкультурное взаимодействие может осложняться культурной разницей народов. Исследования установили, что у различных народов память, восприятие, мышление культурно обусловлены, равно как и способ интерпретации различной информации. Поэтому при контактах различных народов необходимо учитывать межкультурную отличительность, использовать знания культурно-специфического значения норм и ценностей, принятых моделей поведения. Этот вывод свидетельствует о том, что межкультурная коммуникация характеризуется многоаспектностью, которая охватывает разные стороны данного процесса, не только лингвистические, но и социокультурные основы межкультурного общения.

А что такое коммуникация?

Слово коммуникация — от латинского: *communication* из *communis* — общий. Итак, слова связывают людей, объединяют их через общение. Без общения нет общества, без общества нет человека культурного, человека разумного. Слова, складываясь в язык, выделяют человека из животного мира. Ни одна наука, ни одна специальность не может обойтись без слов. Они нужны хотя бы для того, чтобы сформулировать знание и опыт, сохранить его и передать следующим поколениям. Именно таким образом язык осуществляет свою важнейшую задачу – помогает познать мир и получать знания. Его Величество Общение правит людьми, их жизнью, их развитием, их поведением, их познанием мира и самих себя как части этого мира.

А что же понимается под переводом? Перевод это художественное творчество, имеющее незаменимую роль в деле объединения культур отдельных народов, доведения литературно-художественных достижений одного народа другому, сближения и взаимного обогащения литератур.

С первых веков возникновения потребности в общении между носителями различных языков и до сих пор перевод был и остается одним из необходимых видов деятельности и нет сомнения в том, что и в будущем это деятельность будет такой же востребованной. В развитие науки и техники, культуры, литературы и искусства, непреодолимый поток информации, а принадлежности всего этого различным языкам говорит о вступлении в новый этап истории перевода.

В межкультурной коммуникации перевод играет, чуть ли не определяющую роль, поскольку перевод представляет собой средство, обеспечивающее возможность общения между людьми, говорящими на разных языках. Перевод это преобразование сообщения на исходном языке в сообщение на языке перевода.

Если мы не обратим свои взоры на историю перевода, то нам будет нелегко понять и оценить изменения, тенденции и течения присущие языку, литературе и культуре. Переводческое дело по всей вероятности, ровесник, современник цивилизации.

За всю более или менее известную нам пятитысячелетнюю историю цивилизации искусство перевода было мостом между различными культурами, обеспечивая установление, возведение каждой последующей культуры на достижениях предшествующей. Как средство общения перевод использовался с давних времен, даже с первых дней жизни человеческого общества. Трудно сейчас дать оценку тому, насколько велики были роль и значение перевода за всю историю развития человечества. Огромна роль, велико общественное значение перевода в развитии культуры (цивилизации). С помощью перевода люди получают возможность ознакомиться с жизнью, помыслами чаяниями других наций, находят глубокое родство и сходство между собой и ими, убеждаются в том, что несмотря на языковые, религиозные и географические различия все человечество живет одними и теми же заботами.

С давних пор, даже и в наши дни некоторые ученые отрицают возможность точного перевода с одного языка на другой. Потому что, точный перевод, по определению, невозможен уже в силу того, что разные языки отличаются как по грамматическому строю, так и по простому количеству слов, не говоря уже о различии культур, что тоже может иметь влияние на способ и результаты перевода. Предполагается, что переводчик в равной степени владеет как исходной, так и переводящей культурами. Между тем, это далеко не так, и в большинстве случаев переводчик весьма приблизительно оценивает, а, следовательно, и переводит те или иные элементы или целые категории исходного текста в сопоставительно-культурном плане.

Перевод – это не механическое дело, а творчество, нужно, чтобы переводчик мог глубоко прочувствовать художественную красоту произведения, чтобы он направил, отдал все тепло, все энергию своей души, в силу своих страстей и свет своей мысли на то, что чтобы перевод удался при том наилучшим образом.

В связи с этим на ум приходится ценная мысль Генриха Гейне: «Всякий, кто хорошо изучил грамматику и обладает словарным запасом может передать в переводе букву, даже точную мысль оригинала». Слова, высказанные великим мастером и сегодня не потеряли свое значение.

Одним из средств, сближающих народы мира, находящих пути в их сердца и обогащающих их в нравственном отношении, являются переводы с литературы различных народов или художественной перевод. Роль художественного перевода в межкультурном общении неопределимо так как с помощью именно этого вида перевода люди осведомляются о культуре и традиция друг – друга и могут устанавливать культурные связи между собой. Благодаря именно художественным переводам народы получают возможность знакомиться с историей, традициями, культурой друг – друга, читать бессмертные произведения мастеров слова на своих языках.

Шедевры искусства, созданные на определенном языке становятся материальными и нравственными (культурными) памятникам для носителей других языков, их художественно–эстетическая ценность находит признание и распространяется не в узком пространстве, а в широких масштабах.

Благодаря именно переводу всякая национальная культура выходит за пределы своей страны. Национальные творения переносят свое первоначальное языковое бытие становятся понятными для людей, говорящих на других языках, вживляются в их нравственную жизнь и таким образом, происходит процесс взаимопонимания и нравственного обогащения народов.

Свое произведение, которое художник хочет довести до своего читателя, он пишет на определенном языке, однако литература общемирового значения не знает ни государственные границы, ни национальный ареал, переступив через всякие границы и барьеры становится достоянием всех.

В разные эпохи разные ученые и философы высоко ценили переводческое дело, отмечали его незаменимую роль в развитии культурных связей. Неслучайно что, М.Ибрагимов называл перевод «нравственным мостом, связывающим народы друг с другом в истории человечества» (М.Ибрагимов. Предисловие к книге «Искусство перевода» Баку. 1990).

Гениальный немецкий мыслитель И.В.Гете, снискавший всемирную известность народу с художественным переводом занимался также и с теорией перевода. Подчеркивая влияние перевода на язык, Гете считал его (перевод) средством обогащающим язык.

Известно, что художественный перевод своей сложностью и сферой охвата отличается от других видов перевода и это естественно, что он соединяет в себе многие свойства и особенности других видов.

Художественный перевод носит двусторонний характер. С его помощью можно перевести образцы национальной литературы на иностранные языки, а также делать переводы на родной язык произведений на иностранных языках. Каждое переведенное произведение есть продукт искусства и мастерства переводчика. Он осуществляет творческую работу с учетом всех уровней обоих языков, обогащает сферу возможностей языка новыми перлами, шедеврами. Кроме знания тонкостей языка, с которого он переводит, переводчик также должен быть хорошо знаком с бытом, нравами, традициями, образом жизни народа, к которому принадлежит оригинал произведения. Только в этом случае он может отобразить в переводе не только картины жизни народа, но и образ его мысли.

Конечно, переводчик художественного произведения должен уметь чутко воспринимать чувства и тревоги автора оригинала, суметь их заново переживать, схватить нюансы и тонкости в сущности образных выражений, иметь талант воссоздать это произведение в передающем его в форму и содержание языке.

Каждая из национальных культур питается не только из своих собственных источников, но и из нравственных источников других народов и в свою очередь, сама на них положительно влияет, обогащает их. В деле создания прекрасного органического единства нравственных достояний народов искусство художественного перевода играет чрезвычайно большую роль. Не случайно, что переводчиков называют мостостроителями между народами.

Переводчик и теоретик перевода Я. Рященцев на вопрос «что является лучшим переводом?» ответил так: «если созданное на втором (ином) языке произведение производит максимально близкое к произведенному оригинальное впечатление, то его можно считать идеальным переводом»

Не зря говорят, что переводчик может как заключить мирное соглашение между двумя нациями, так и объявить войну между ними. Это и намек на то, что какая-

либо неправильно переведенная фраза может решить судьбу какого-либо народа. Поэтому от всех переводчиков требуются высокие умения, способности актерства.

Под конец, хотели бы отметить что переводы во время межкультурного общения могут быть и невербальными т.е., по крайней мере, на одном конце перехода может быть не язык, а другой элемент. К примеру, художник пропуская через фильтр своих мыслей и чувств увиденные им картины мира, с помощью кисти превращают их в картину живописи, в изображение, доступное взору людей, т.е. переводит их. Композитор смешивает звуковые пласты, элементы собранные из различных источников и преобразует их в музыкальное произведение, т.е. записывает с помощью символов, а затем с помощью исполнителей музыка воспроизводится и слушается т.е. исполнители представляют слушателям, а иначе переводят переложенное в ноты произведения.

Мы верим что в деле воспроизведения замечательных произведений мировой классики в этом языке и таким образом, все большого укрепления уз дружбы и братства между народами, развития взаимных связей и влияния культуры и литературы наши переводчики и в дальнейшем будут работать с еще большей активностью и творческой устремленностью.

Без сомнения, все вышеизложенное является мощным стимулом для развития переводческой деятельности. Вообще, современный мир такой, каким он предстает перед нами сегодня, и каким, по нашим предположениям, он станет в будущем, даёт возможность видеть, какое огромное место сейчас занимает перевод в научной, политической и культурной жизни каждой страны и всего мира.

Литერატურა

1. Рехкер И. Теория перевода и переводческая практика. М., Международные отношения, 1974
2. Комиссаров В.Н., Рецкер Я.И., Тарзов В.И. Пособие по переводу с английского языка на русский, М., 1960
3. Семчанский С.В. Некоторые вопросы перевода. Сб. «Вопросы художественной литературы». М., 1955
Newmark, P.A. Textbook of Translation. New York: Prentice Hall 1988.

კ. ჯაფარიძე
ახერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი
თარგმანი როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის საშუალება

განხილულია თარგმანის როლი კულტურათშორის კომუნიკაციაში.

Translation as a Means of Intercultural Communication.

Since our article is called "Translation as a means of intercultural communication" we want to keep our conversation in four aspects. Language, culture, communication and translation. The main purpose of the article is to show a direct relationship of these three factors – language, culture, communication with translation and along with it to bring to your attention the role of translation in intercultural communication.

*Дали Доборджинидзе
Государственный университет Шота Руставели*

ДИАЛОГИЧЕСКОЕ ЕДИНСТВО КАК ЕДИНИЦА ПЕРЕВОДА В ДРАМАТУРГИИ

Ключевые слова: диалогическое единство, единица перевода, аналитическая и трансформационная единица, связь реплик

Мир, в котором живет другой народ, говорящий на другом языке, его культуру, и, в частности, художественную литературу возможно познать посредством перевода – это подтверждено всей историей взаимоотношений между народами разных стран.

Перевод - это сложный и многогранный вид человеческой деятельности. Хотя обычно говорят о переводе «с одного языка на другой», в действительности же в процессе перевода происходит не просто замена одного языка другим. В переводе сталкиваются различные культуры, разные личности, разные складывания мышления, разные литературы, разные эпохи. Разные уровни развития, разные традиции и установки. Переводом интересуются культурологи, этнографы, психологи, историки, литературоведы, и разные стороны переводческой деятельности могут быть объектом изучения в рамках соответствующих наук. В виду этого в науке о переводе – переводоведении могут выделяться культурологические, когнитивные, психологические, литературоведческие и прочие аспекты.

Конечно, не всякий перевод полностью выражает предмет познания, то есть оригинал. Художественный перевод есть воссоздание произведения, написанного на одном языке, средствами другого языка. И переводоведение, исследуя и обобщая живой опыт практики, занимается определением характера этого воссоздания, а также средств, какими поставленная перед переводом задача выполнена.

Для переводчика чрезвычайно важное значение имеет, прежде всего, языковой аспект. Дело в том, что тему, разработку образов, композиции, сюжета, фабулы он получает как бы в готовом виде.

Поскольку творческое своеобразие переводимого произведения, его стиль с наибольшей отчетливостью проявляются в его языке, переводчик, прежде всего, имеет дело с языковым уровнем произведения, который в трудах филологов с полным основанием называется первоэлементом художественного произведения. Для того, чтобы верно воспроизвести литературно-художественный и идейный уровни художественного текста переводчику необходимо предельно внимательно отнестись и каждому слову, каждой строчке, строить фразы, изобразительным средствам. При передаче их на свой родной язык переводчики встречаются со многими трудностями.

Несмотря на то, что исследование художественной диалогической речи имеет уже прочные традиции, изучению внутритекстовых связей драматургического диалога до сих пор уделяется недостаточно внимания. В лингвистике последних десятилетий диалог в драме преимущественно рассматривался в аспекте его соотношения с реальным речевым взаимодействием, в плане речевой характеристики персонажей, кроме того, драматургические тексты и их фрагменты использовались в качестве материала для изучения языковых механизмов сцепления реплик в разговорной диалогической речи.

В настоящее время круг изучаемых в языке драмы явлений заметно расширился в связи с возросшим интересом к феномену живой разговорной речи, ее жанровому многообразию.

Для исследования закономерностей функционирования языковых единиц в художественном тексте, в частности в тексте драмы, в равной степени актуальными являются лингвистический и литературоведческий подходы. Это послужило основанием для обращения как к основополагающим трудам литературоведов о творчестве Чехова-драматурга так и современным лингвистическим работам, в которых по-разному определяются задачи анализа и аспекты изучения драматургического диалога.

В настоящее время в исследованиях доминирует дифференцированный подход к изучению диалога (разграничиваются диалог в сфере естественного межличностного общения и диалог в сфере художественного словесного творчества), но проблема соотношения, драматургического и разговорного диалогов остается актуальной: спорным остается вопрос об использовании единого или различных методов их описания. Между тем представляется очевидным, что в исследовании внутритекстовых связей в драматургическом тексте должны использоваться особые методы, что обусловлено своеобразием организации драматургического диалога, включением всякой языковой единицы (сл Установление единицы перевода представляет собой одну из самых сложных проблем в теории перевода, до сих пор остающуюся остро дискуссионной. Некоторые исследователи отрицают возможность существования такой единицы. Однако вряд ли возможно перевести сразу весь текст оригинала, переводчики всегда надеются, что смогут найти оперативную единицу перевода, чтобы обеспечить успешное воспроизведение оригинала.

Одними из первых единицу перевода пытались определить лингвисты Ж.П.Вине и Ж. Дарбельне: "единица перевода это отрезок высказывания, не поддающийся дальнейшему дроблению при переводе" [Миньяр-Белоручев 1980: 83]. С тех пор, изучая теорию перевода, почти все исследователи затрагивали эту проблему.

В лингвистическом направлении теории перевода самой представительной является точка зрения Л.С.Бархударова. Он выделил эквиваленты перевода на шести уровнях: перевод на уровне фонем (графем), на уровне морфем, на уровне слов, на уровне словосочетаний, на уровне предложений и на уровне текста [Бархударов 1975: 176]. Р.К.Миньяр-Белоручев учитывает не только лингвистические факторы, но и факторы переводчиков и реципиентов, он считает, что "в любых условиях некоторые единицы сохраняют качество единицы перевода. Такими единицами являются: штампы, ситуативные клише, пословицы, термины и образные выражения" [Миньяр-Белоручев 1980: 99]

Из вышесказанного видно, что, во-первых, в теории перевода дискуссия о единице перевода продолжается, существуют самые различные точки зрения на этот счет; во-вторых, дискуссия касается только перевода текста недиалогического. А рассмотрение перевода драматических произведений невозможно без решения вопроса об установлении единицы перевода, это актуальная проблема.

С точки зрения лингвистической теории перевода, единица перевода и языковая единица тесно связаны. Так же, как в недиалогическом тексте, при установлении единицы перевода реплик в драме тоже надо выделять составляющие ее элементы.

Из каких элементов состоит диалогическая речь - объект изучения лингвистики. К настоящему времени сложилось несколько основных подходов в решении вопроса об

основной единице диалога. В соответствии с распространенной точкой зрения реплика считается единицей диалогической речи. И.П.Святогор пишет: "Реплика основная строевая единица диалога. Диалог формируется из реплик, он выступает в виде особым образом организованной цепи реплик" [Святогор 1967: 7].

По коммуникативной функции лингвисты обычно разделяют реплики на два типа: реплика-стимул и реплика-реакция. Доктор Чжан Иджу разделял их на три типа: чисто реплика-стимул; чисто реплика-реакция и смешанная стимул-реакция-реплика [Чжан Иджу 1994: 54]. Третий тип может объяснить такое явление, когда в диалоге говорящий, только что завершив одну тему, тотчас начинает другую. Например:

Вершинин. Федор Ильич, поедемте со мной куда-нибудь! Я дома не могу оставаться, совсем не могу: Поедемте!

Кулыгин. Устал. Не поеду. (Встает.) Устал. //Жена домой пошла?

Ирина. Должно быть. (А.Чехов, Три сестры).

Обычно считают предложение минимальной коммуникативной единицей, но для диалога предложение не может выступать в качестве самой маленькой единицы коммуникации, потому что диалог - это разговор, в котором присутствуют минимум два человека, именно поэтому единица диалога состоит из минимум двух реплик. Лингвисты России определили диалогическое единство как единицу диалога: тесно связанные реплики реплика-стимул и идущая за ней реплика-реакция составляют одну относительно полную единицу, эта единица и есть диалогическое единство [Бабайцева, Максимов 1981: 259].

Диалогическое единство как координата, по горизонтали это длительность реплики, т.е. из скольких высказываний состоит реплика; а по вертикали количество реплик, т.е. из скольких реплик состоит оно. О семантико-структурных особенностях диалогического единства пишут советские лингвисты В.В.Бабайцева и Л.Ю.Максимов: "диалогическое единство состоит из двух, реже трех или четырех предложений-реплик, тесно связанных между собой по смыслу и структурно; при этом содержание и форма первой реплики определяют содержание и форму второй и т.д., так что только в сочетании реплик обнаруживается необходимая для понимания полнота данной части диалога" [Бабайцева, Максимов 1981: 261].

При переводе драматических произведений необходимо разделять аналитическую единицу и трансформационную единицу. Трансформационная единица -- это оперативная единица перевода, именно о ней речь идет в настоящей статье. Мы согласны с Л.К.Латышевым, что единица перевода должна быть грамматически независимой в оригинале, а в переводе она должна иметь свое соответствие.

Мы рассматриваем диалогическое единство как единицу перевода реплик в драме, так как: во-первых, диалогическое единство является одной из единиц перевода. В драматических произведениях так же, как в недраматических произведениях, тоже можно выделять такие единицы перевода, как морфемы, слова, словосочетания, предложения и т.д. Кроме того, в них существуют реплики и диалогическое единство, которые принадлежат только к диалогу; во-вторых, диалогическое единство является оперативной единицей перевода диалога. Мы считаем, что единица перевода диалога должна иметь следующие функции: 1.Она должна помочь переводчику правильно понять значения слов, 2. Она должна помочь в построении перевода, 3. Она должна связывать реплики семантически и структурно, 4.Ею должно быть легко оперировать на практике.

Диалогическое единство это произносимое говорящими по одной теме; по значению оно связанное, а структурно большинство реплик-стимулов определяют реплики-реакции. Видимо, несмотря на то, сколько реплик составляют диалогическое единство, значение их связано одной и той же темой, поэтому вне контекста диалогического единства трудно определить значение единицы меньше реплики, только при рассмотрении диалогического единства как единицы перевода можно обеспечить правильную передачу значения оригинала. Единица меньше диалогического единства не может этого обеспечить, а единицей больше диалогического единства трудно оперировать.

Диалогическое единство как единица перевода может обеспечить связанность реплик. На сцене обмен персонажей репликами должен быть органически связанным, а внутри диалогического единства связанность еще теснее, так как оно само состоит из тесно связанных по форме и содержанию реплик, например: "приветствие-приветствие", "вопрос-ответ", "приглашение-принятие", "предложение-отказа" и т.д. А связанность между диалогическими единствами менее тесная, но в целом существует. При переводе реплик в драме надо обращать большое внимание на связанность. Приведем пример из пьесы Горького "На дне":

Василиса. И может, я тебя, Вася, любила, а надежду мою, думу эту любила в тебе понимаешь? Ждала я, что вытащишь ты меня:

Пепел. Ты - не гвоздь, я не клещи:

Первый вариант: Василиса. wa xia! ye xu, wo ne zhen ai de bu shi ni: ai de shi pan zai ni shen shang de xi wang gen wo ne meng xiang a: ni dong bu? wo yuan shi pan zhe ni ba wo dai chu qu de ya:

Пепел. ni you bu shi yi ge ding zi, wo e bu shi qi ding de qian zi:

Второй вариант: Василиса.: ye xu wo guo qu ai de bu shi ni, wa xia, wo ai de zhi shi wo ne ji tuo zai ni sheng shang de xi wang he men xiang: dong ma? wo yi zhi zai deng zhe ni ba wo ba chu lai:

Пепел. ni you bu shi ding zhi, wo e bu shi qian zhi:

Вопреки тому, что в диалогическом единстве содержание и структура реплик-реакций часто определяются содержанием и структурой реплик-стимулов, при переводе реплика-стимул может определяться репликой-реакцией, при этом только в контексте диалогического единства можно добиться связанности речи. В китайском языке эквивалент "вытащить" является следующими вариантами: "la chu", "tuo chu", "ban chu", "ba chu", "chou chu" и т.д. Какой глагол выбрать, зависит от значения следующей реплики. В первом варианте "dai chu" не сочетается с гвоздей; а во втором варианте переводчик учел связанность реплик и сделал правильный выбор.

Проблема единицы перевода в недиалогическом тексте глубоко исследовалась, но изучение единицы перевода реплик в драме мало кто затрагивал. Драматический текст состоит из диалогов персонажей, их единица перевода отличается от единицы перевода в недиалогических текстах. Поскольку в диалоге обмениваются репликами в рамках одной и той же темы и эти реплики по содержанию тесно связаны и структурно, реплика-стимул часто определяется репликой-реакцией, мы рассматриваем диалогическое единство как единицу перевода, только таким образом можно добиться связанности реплик в переводе.

Использованная литература:

1. Бархударов Л. Анализ переводческих трансформации в русском и английском языках. М.
2. Бабайцева В.В, Максимов Л.Ю. Современный русский язык. М., 1981
3. Латышев Л.К. Технология перевода. М., 2003
4. Миньяр-Белоручев Р.К. Общая теории перевода и устный перевод. М., 1980.
5. Святогор И.П. О некоторых особенностях синтаксиса в диалогической речи М., 1967

Dali Dobordjigidze

Dialogic Unity as a Translation Unit in Drama Plays

D.Dobordjigidze's article discusses the genre specific features of drama texts, consisting of dialogues between the characters; analyzes the transformation process of translation a unit in dialogic and monologic texts. Dialogic unity stands out as a minimal translation unit, ensuring the cohesion of the utterances in drama texts.

*Prof., Doctor of Sciences Nigar Veliyeva
The Azerbaijan University of Languages*

Translation as a Means of Intercultural Communication

Key words: language, translation, intercultural communication, context, transformation.

As it is known, translation is a kind of moral, cultural and spiritual wealth and activity of human. It goes back down to ancient history. It played always a significant role in the cultural history of some nations and the world culture on the whole.

In our days translation activity obtained unprecedented scope thanks to the increased international contacts. That offers ground to some foreign authors writing about the translation to call our century "the age of translation." True is the fact that translation attracted attention of writers and scholars since the old times and were evolved principal considerations which were all shaped in the normative translation concept. Nowadays this interest has been increased with a new force and there appeared necessity to systematize and generalize scientifically the result of the experiences accumulated in this sphere.

In modern philology a new theoretical field of science began to develop as a special discipline about the translation named as "theory of translation" and "science of translation" Along with the names mentioned above there were created specific terms in English for more exact indication of this field of philological science. "translatology" The occurrence of these terms and notions testifies to the fact that the sphere of questions has gained status of definite sphere of science is just the translation itself.

During our investigation about how the translation may be implemented in social life, we come to the following conclusions: 1. from one language into another non-kindred languages closely related; 2. from one literary language into its dialect or vice-versa; 3. from the ancient form of language into the present state of the same language. Naturally, the role of language in translation is just the same which it has always performed "the most important means of human communication".

In translation we have always had two texts. The first is the original text which is created irrespective of the other, the second text is created on the basis of the first with the help of certain operations-interlinguistic transformations. The first text is called the text of the original, the second – the text of translation. The language in which the original text is written is called the source language (SL), the language into which the translation is done is called the target language (TL).

When we speak about the transnational processes and especially the transformation of the phraseological units from English into Russian and Azerbaijani or vice-versa, we must touch upon the lexico-phraseological problems of translation. We know that every language differs not only by its own grammatical structure, but also by its semantic structure. By the semantic structure of the language we mean the field of meaningful units, i.e. words, word combinations, set-phrases to which certain meanings are referred in the dictionaries. Depending on different circumstances each language has its own development, so it is with semantic aspect of all languages. The semantic structure of the language has a direct reference to translation, for the plane of content as the basis of equivalency depends mostly on the semantic structure of the separately taken words. The thing is that not in all cases we find dictionary correspondences for all the words. There are cases that a word of the SL corresponds to a word of the TL in one meaning, but does not correspond in other meanings. For example the Russian word "жертва" or the Azerbaijani word "şəhid" corresponds to the English word "victim" in the meaning of "человек, пострадавший или погибший от чего-либо" or "həyatını fəda edən" but in the meaning of "приносимое в дар божеству предметы или существа или добровольный отказ от чего-либо", or in Azerbaijani "Allah yolunda qurban kəsmək və ya bir şeydən könüllü imtina etmək" it corresponds to the English "sacrifice".

The choice of equivalents for each word becomes more difficult when we begin to deal with polysemantic words, that is one graphical sign corresponds to several referents or meanings. The solution of this problem is connected with context and situation. By context we mean the language environment in which the given language unit is used. By the language environment we mean all the words, grammatical constructions and forms that are related to the given word. Word is not the only language unit that is used in certain language environment. The same can be said about all the language units as well. Contexts may be narrow (microcontext) and broad (macrocontext).

By the narrow context we mean the context of a sentence, i.e. the language units that form the environment of the given word within the boundaries of the sentence. By the broad context we mean the language environment which is beyond the boundaries of the sentence, it is textual context, i.e. the sum of language units that surround the given unit beyond the boundaries of the sentence. It is impossible to define the exact boundaries of the broad context: it may consist of a group of sentences, a paragraph, a chapter or a whole story or novel. The narrow context in its turn may be divided into syntactic and lexical. By syntactic context we understand the syntactic construction in which the given word, word combination or clause is used. By lexical context we mean the sum of concrete lexical units, words and set-phrases that surround the given language unit.

As we had already said, the context is of a great importance in the solution of the problem of polysemy in translation as it is the context that creates favorable conditions for the translator to choose only one meaning out of a lot of meanings of a polysemantic word for the given word. Sometimes the semantic context alone is enough to solve the problem of polysemy and determine the choice of an equivalent. For example, the English verb "to burn" may be translated into Russian as "гореть и жечь" and into Azerbaijani as "yanmaq və yandırmaq". The choice of one of these meanings depends completely on the syntactic context. In an intransitive construction it is translated as "yanmaq – гореть", but in a

transitive construction as "od qoymaq – жечь" Compare: "the candle burns" – "свеча горит – şam yanır", but "he burned the papers" – "он сжёг бумаги – o kağızları yandırdı". The same can be said about the word "to sink – batmaq – тонуть" (intransitive), "to drive – getmək – ехать" (intransitive), "to sink – batırmaq – топить" (transitive), "to drive – sürmək, idarə etmək – водить" (transitive).

But very often the choice of an equivalent is determined with due regard to the lexical context of the given unit, its monosemy is defined within the boundaries of a certain lexical environment. For example, the English verb "to look" in combination with the adjective "angry" means "baxış – взгляд", with the adjective "European" – "görünüş – вид". For instance: The town has a European look. The English word "way" in combination with the words "to the town" means "yol – дорота", but in combination with the words "of doing it" – "metod və ya üsul – способ или метод".

It is necessary to mention that in all these examples we speak of conveying of only referential meanings of the language unit. But if we speak of conveying of pragmatic meanings, then the decisive role in the choice of equivalents belongs namely to the broad context. It does not refer to stylistic characteristics, register and emotional color of the text, but also to the communicative segmentation of the sentence considerably which is mostly determined by the factors of the broad text.

We must remember once more that the object of translation is not the separately taken language unit, but the whole text. Therefore, the role of the broad context in the process of translation is great. The vocabulary of any language is so large and heterogeneous that not any translator, not even the native speaker can know all the words and distinguishes all their meanings. A vague knowledge of the text, the deep meaning hidden under the surface structure obliges the translator to be in constant contact with dictionaries, because they do translators inestimate service in understanding the text more clearly.

The right choice of the word for a complete transformation of the meaning of the word in the text is one of the complicated objectives in the translation process. The difficulty of this task is conditioned by the complex nature of the word and its versatile and semantic value. The word as a lexical unit in Azerbaijani English and Russian languages don't always coincide. Too often one word in the Azerbaijani or Russian may correspond a composite word or a whole word combination of English. For example: "yelləncək – карусель – merry-go-round" or may happen vice-versa. Another example: "to stare gözünü zilləmək пристально смотреть".

As it's generally known the word expresses the notion of a substance or the phenomenon of the reality, the whole complex of forms and meaning. There are a logical meaning, an emotional meaning and the named meaning. Very often even English monosemantic word doesn't coincide with the usage of the Russian or Azerbaijani words and as the result it's translated into Russian or Azerbaijani by different words. For example: "a young child – körpə uşaq – маленький ребёнок; a young man – gənc – молодой человек; a young criminal – təcrübəsiz cinayətkar – неопытный преступник; the night was young – şər qarışmışdır – ночь ещё только наступила." We may illustrate another example from the English vocabulary the word "stale" For example: "stale bread – köhnəlmiş çörək, stale beer – turşumuş pivə, stale news – köhnə xəbər, stale water – iyələnmiş su".

In searching for the necessary word translator applies usually synonymic role in the native language. For example: She was very brave about it. – O bu barədə çox cəsarətli idi. Here we can collect the following synonymic words: "cəsarətli – отважный, mərd – мужественный, güclü – сильный, cəsur – храбрый". The first two meanings of this word don't evidently fit the present case. Therefore, every translator is up to select and enlarges number of synonyms. The meaning of the word "brave" is likely corresponds to: "Qadin bu işin öhdəsindən mərdliklə gəldi. – Она очень мужественно перенесла это." While choosing

the word out of synonymic role, it's necessary to take into account not only the shades of the meaning, but also degree of intensity of meaning. The translator should always apply to the context to uncover the meaning of the word and suggest adequate translation in the process.

As we have very few absolute synonyms in the language that raise special objectives for a translator. Apart from that the synonyms are not always interchangeable: they are sometimes quite non-suitable. As we mentioned above the synonyms differ by their shade of meaning, degree of intensity, emotion coloring and affiliation to various layers of the dictionary. The English language is extremely rich in synonyms and as we know synonyms are used for strengthening the utterance and avoid any repetition. Though identical in some cases the grammatical phenomena of any languages connected and conditioned by the laws of its development differ mostly from those of other languages which evoke certain difficulties in the process of translation both in the fields of morphology and syntax.

It is clear that the aim of translation is not to give a precise reproduction of the grammatical forms of the original. The aim is to convey the sense of original where the planes of expression of the Source Language (SL) and the Target Language (TL) do not formally coincide at all. Grammatical forms play an important role when they fulfill a certain stylistic function. Brevity, parallel arrangement and others directly or indirectly influence the sense or aesthetic aspect of the original, then the translator is obliged to seek for analogical means in the TL in order to achieve adequacy. Disparity between the structure of the source and target languages require grammatical and very often lexical transformations. The disparity in the grammatical structures of the English, Azerbaijani and Russian languages may be complete or partial. Complete non-coincidence is observed when a certain grammatical category of one language is absent in the other, for example, gerund is a category inherent to English, but there are also cases when a category is present in both languages, but they do not fully coincide in content or another example, the category of number which is present in both of them, but the use of singular and plural do not always coincide. For example: "To prevent a thermonuclear war should be the supreme duty of every person of goodwill. Nüvə müharibəsinin qarşısını almaq hər bir xeyirxah insanların müqəddəs vəzifəsi olmalıdır. – Не допускать развязывания термоядерной войны – первейшая обязанность всех людей доброй воли.

Thus, all the enumerated (the absence of corresponding forms, partial correspondence, difference in the character and others) call forth the necessity of grammatical transformations which are the following: transposition, replacement, addition and omission. Transposition arises as a result of difference in the structures of sentences in the SL and the TL. Replacement of the parts of speech is caused by different reasons: by difference in the type of subjects, by difference of corresponding part of speech with desired lexical meaning, requirements of combinability and difference in the usage of words. The above given example is a good illustration of it. Replacement of the type of subject here is conditioned by the requirements of combinability. And it must also be noted that the volume of meaning of the word "writer" as well as usage is broader than that of Russian "писатель" – and Azerbaijani "yazıçı".

It must be noted that in the process of transformation there are such methods as replacement of subordination by coordination and vice versa, breaking and joining up of sentences in translation.

Bibliography:

1. Atford I.C. Linguistic theory of translation, Ldn., 1965.
2. Enkist N.E. On defining style, Linguists and style, L., 1967.
3. Fries Ch. Meaning and Linguistic Analysis, M., 1994.

4. Nida E. The nature of Dynamic Equivalence in Translating, Fn. Acts du VII congers mondial de la FIT, Montiral, 1987.
5. Provic A., Denec I. Translation as Comparison, Nitra, 1977.
6. Savory Th. The Art of translation, Ldn., 1998.

ნ. ველიცევა
აზერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი

თარგმანი, როგორც კულტურული კომუნიკაციის საშუალება

განხილულია თარგმანის, როგორც ენობრივი მოვლენის, კომუნიკაციური როლის საკითხები.

Перевод как средство межкультурной коммуникации

Понятие «перевод» является своего рода культурным и нравственным богатством человеческой деятельности. В наши дни переводческая деятельность занимает широкий ареал благодаря возрастающим межгосударственным и межнациональным связям, что и позволяет нам назвать наш век «Веком Переводов». Языковые барьеры, с которыми сталкиваются многие народы, в том числе и азербайджанский народ в своей культурной и социальной жизни могут преодолеваться именно посредством перевода. Соответственно, роль перевода велика в современное время для всех народов мира.

Ирина Капанაძე
Грузинский университет
им. св. Андрея Первозванного при Патриархии Грузии

Переводческие приемы раннеславянских и современных русских переводов Библии

Ключевые слова: Острожская Библия, лексическая вариантность, переводческий прием «двуязычные дублеты».

На протяжении многих веков религиозные представления, церковные институты и религиозная практика господствовали и радикально влияли на все другие проявления общественного сознания, социальной организации и культуры славянских народов. Именно поэтому воздействие религии на менталитет этих народов исключительно разнообразно, перевод же Библии сыграл решающую роль не только в формировании их религиозного сознания, но и в развитии их языков. Библия относится к самым читаемым книгам и к наиболее часто звучащим текстам. Именно поэтому Библия входит в сознание народа, становясь исключительно устойчивой его частью.

Раннеславянские и современные русские переводы Библии отличаются многообразием реализованных в них переводческих приемов. В этом отношении показательна Острожская Библия – первая полная славянская Библия, в основе которой лежит рукописный свод библейских книг, подготовленный в 1499 г. на книжном дворе новгородского архиепископа Геннадия (так называемая «Геннадиевская Библия» – *Ⲭⲉⲁⲉⲥ# ⲛⲉⲃⲏⲩⲩⲉⲓⲁⲛ Ⲡⲁⲃⲟⲗⲁⲁⲓ ⲉⲓ ⲓⲁⲁⲓ Ⲛⲁⲁⲏⲟⲗⲁ, ⲓⲓ*

данное слово в древнегреческом языке. Согласно древнегреческо-русскому словарю, составленному И.Х. Дворецким [Дворецкий: 1958], слово *θυσία* имеет следующие значения: 1) жертвенный обряд, церемония жертвоприношения, жертвоприношение; 2) празднества с жертвоприношениями; 3) жертвенное животное, жертва.

Наблюдения показывают, что в ветхозаветных стихах в Острожской Библии в соответствии с греческим *θυσία* фигурируют лексические варианты *òðááà-ǰáðòáà*. При этом обращает на себя внимание тот факт, что в 28 и 29 главе книги Чисел, а также в 45 главе книги пророка Иезекииля греческое *θυσία* последовательно передается словом *òðááà*, а в 1 книге Царств – словом *ǰáðòáà*. На первый взгляд такое распределение переводных соответствий греческого *θυσία* в указанных ветхозаветных книгах может свидетельствовать о том, что появление лексических вариантов типа *òðááà-ǰáðòáà* является результатом отражения лексических различий, имевшихся между славянскими языками и диалектами, где эти рукописи переводились и даже только переписывались, как это полагает Н.П. Жуковская [Жуковская 1976: 102].

Можно также допустить, что в процессе сверки редакторы вполне сознательно могли заменять одно слово другим, одну форму другой с целью, как говорит А. Востоков, «быть понятным для народа, среди коего писали» [Львов 1966: 7]. Однако для того, чтобы выявить особенности перевода данного греческого слова в Острожской Библии, необходимо детально проанализировать текст книги Левит, так как именно в этой книге излагаются общие законы о жертвах. В ней говорится о приносимых Богу дарах, кровавых или бескровных, всесожжениях, приношениях хлебных, мирных жертвах, жертвах за грех или жертвах повинности....

Интересно отметить, что в 1 главе книги Левит греческое *θυσία* последовательно переводится словом *ǰáðòáà*, а в 3 главе – словом *òðááà*. Однако показательна 2 глава книги Левит, которая содержит 16 стихов. В указанной главе в Септуагинте (SERTUAGINTA, Stuttgart, 1979; THE GREEK NEW TESTAMENT, Stuttgart, 1994) слово *θυσία* встречается 16 раз. В Острожской Библии данное греческое слово 8 раз переводится словом *òðááà* и 11 раз – словом *ǰáðòáà*.

Показательны следующие стихи из 2 главы книги Левит, в которых лексические варианты *òðááà-ǰáðòáà* расположены в непосредственной близости друг от друга:

Острожская Библия (Лев. 2:3): *ñòà# ñòóõ ^ǰáðòáà ãíü.*

Острожская Библия (Лев. 2:4): *àtàǰá ìðéíáñáò äàð òðááü ìá+íü ä ìámè ^ íuèè ìòáíè+íü, ǰòüòáü òèááü ìðáñíü.*

Острожская Библия (Лев. 2:5): *àtàèè òðááá ñéíáðááíà, äàð òáíè.*

Острожская Библия (Лев. 2:7): *àtàèè ǰòüòáü ìáíè+íuþ ñüòáíðè íuèè ìòáíè+íü.*

Острожская Библия (Лев. 2:8): *èääìðéíáñáò òðááü þǰá àtà òáíððò ^ ñèò äü.*

Острожская Библия (Лев. 2:9): *èää^èíáð ǰáðòóü ^òðááü ìáí#òü á#.*

Уже эти примеры свидетельствуют о намеренности введения переводчиком слова *òðááà* как потенциального эквивалента греческого *θυσία*. Не следует забывать, что любой жанр функционирует как определенная система «запретов и разрешений». И переводчик имеет возможность действовать не сугубо интуитивно, исходя лишь из собственного вкуса и эрудиции. Анализ 2 и 3 главы книги Левит делает очевидным тот факт, что переводчик, являясь высокообразованным человеком, мог исходить из

хорошо отработанной в греческом языке практики интерпретации иноязычных слов. И роль лексической вариантности в данном случае может объясняться тем, что «сущность предмета нелегко поддающаяся пониманию, может обозначаться целым рядом имен, и чем сложнее предмет, тем в большем количестве имен он нуждается. Ни одно имя не может охватить целиком «значимую силу» (...) предмета, которая проявляет себя только частично в тех или иных именах» [Тахо-Годи 1979: 99].

Показательно также и то, что лексические варианты *òðááà-жáððáà* фигурируют в Острожской Библии и в словосочетании *мирные жертвы*. При этом оба соответствия слова *θυσία* вводятся в следующих стихах 3 и 7 главы кн. Левит в непосредственной близости друг от друга:

Острожская Библия (Лев. 3:1): *àtàèè жðýðáà ñîàñáíç# áúááð ààð ááí áú.*

Острожская Библия (Лев. 3:3): *èàà ìðèíáñóð ^òðááú ñîàñáíç# ìðèíñú áú.*

Аргументом в пользу неслучайности, намеренности введения слова *òðááà* как потенциального эквивалента греческого *θυσία* является и тот факт, что в Острожской Библии фигурирует не только слово *òðááà*, но и его производные *òðááéèú* и *òðááètà*. В результате этого в тексте Острожской Библии появляются и начинают функционировать дублетные пары *òðááíèèú - ìèðàðú* и *òðááètà - èàìètà*.

Функционирование в Острожской Библии слов *òðááíèèú* и *òðááètà* свидетельствует о том, что слово *òðááà* сознательно употреблялось первыми славянскими переводчиками как дублетная пара слова *жáððáà*.

Наличие столь стройной, единой системы вариантов дает нам основание полагать, что дублетные пары не могли появляться в Острожской Библии в результате замены редакторами и правщиками одного слова другим, тем более, что следует иметь в виду и особое отношение первых переводчиков библейских книг к «слову божьему». Ведь историки науки определяют культуру средних веков как «комментаторскую культуру, в которой слово – ее начало и ее конец – все ее содержание» [Рабинович 1979: 99]. Однако следует заметить, что лексическая вариантность в меньшей степени характерна в Острожской Библии для новозаветных книг, поэтому греческое *θυσία* последовательно передается в них словом *жáððáà*.

Интерес представляют также данные Русской Библии. Наблюдения показывают, что греческое *θυσία* последовательно передается в Русской Библии словом *жáððáà*. С нашей точки зрения, такой выбор обусловлен следующим. Во-первых, важно отметить, что для Русской Библии не характерен переводческий прием «двуязычные дублеты», хотя в ней встречаются отдельные дублетные пары типа *àèðàðú-жáððáííèèú*. Во-вторых, выбор слова *жáððáà* как переводного соответствия греческого *θυσία* в значительной степени обусловлен индивидуальными свойствами переводчика как творческой личности. Следует помнить, что каждый конкретный элемент текста требует от переводчика комплексного подхода. Естественно полагать, что из лексических вариантов *òðááà-жáððáà* переводчик выбирает то слово, которое наиболее полно отражает особенности мировидения русского народа, то есть то ключевое слово, в котором отразилась исторически сложившаяся и отстоявшаяся коллективная творческая мысль. Этот выбор, на наш взгляд, объясняется и внутренней формой слов *òðááà* и *жáððáà*. Так, по М. Фасмеру, церковнославянское *òðááà* может быть понято как «исполнение долга». Показательно, что данное слово М. Фасмер дает с отсылкой к

ковчегъ (Мф. 24:38; Евр. 9:4; 11:7; 1 Петр. 3:20). И только в кн. Откровения (11:19) фигурирует словосочетание *ѣвъѣдѣу ꙗааѣдѣ*.

Как видим, дублетная пара *киоть-ковчегъ* не могла появиться в Острожской Библии в результате сознательной замены редакторами и правщиками одного слова другим. В основе данного явления лежит хорошо отработанная в греческом языке практика интерпретации иноязычных слов. Что же касается Русской Библии, то в ней вообще не встречается слово *киоть*.

Картина двуязычных дублетов весьма разнообразна в Острожской Библии. Наиболее показательны для нее функционирование таких дублетных пар, как *киоть-ковчегъ*, *евангелие-благовестие*, *апостоль-посланникъ*, *алтарь-требникъ*, *идоль-кумиръ*. Причем члены дублетной пары часто бывают расположены в пределах одного стиха.

Перевод греческих библейских книг в ряде случаев обусловил совместное функционирование равнозначного славяно-русского материала, семантически эквивалентного приходящим иноязычным религиозным терминам. Исконное слово, часто привлекаемое как семантический ориентир для иноязычного слова с целью облегчить его вхождение в новую лексическую систему, зачастую вытеснялось из языка Библии иноязычным словом, целиком перенимая на себя его функции. Дублетные отношения иноязычных религиозных терминов к исконно славянским словам были одним из источников определенной словарной избыточности. Тенденция к упразднению этой избыточности была причиной многих перемен в сфере складывающейся на славяно-русской почве христианской терминологии.

Распространение христианства и связанная с этим необходимость перевода греческих библейских книг повлекли за собой существенные перемены в составе, семантических свойствах, стилистических и экспрессивных качествах как самих славянизмов, так и заимствованных слов, изменили их взаимные отношения и структурную организацию.

Наблюдения над функционированием лексических дублетов *треба-жертва*, *алтарь-требникъ*, *киоть-ковчегъ*, *евангелие-благовестие*, *апостоль-посланникъ*, *идоль-кумиръ* в Острожской и Русской Библии показали, что происходит выпадение из круга религиозной терминологии исконного слова и его замена иноязычным. При этом для русского языка характерно семантическое наполнение заимствованных религиозных терминов. Появление в заимствованных сакральных словах нового значения, не разрушало ни семантического единства слова, ни словообразовательного гнезда, уже сложившегося вокруг него в языке. Старые слова наполнялись новым содержанием, создавая новое значение в словосочетании.

Литература

- Дворецкий 1958: Дворецкий И.Х. Древнегреческо-русский словарь, составл И.Х. Дворецкий. М., 1958.
- Жуковская 1976: Жуковская Л.П. Текстология и язык древнейших славянских памятников. М., 1976, 250 с.
- Львов 1966: Львов А.С. Очерки по лексике памятников старославянской письменности. М., 1966.
- Рабинович 1979: Рабинович В.С. Алхимия как феномен средневековой культуры. М., 1079, 3 с.

სიყვარულის იდეა პლატონისა და მარსილიო ფიჩინოს მოძღვრებებში

საკვანძო სიტყვები: პლატონი, ეროსი, დიალოგი, ფიჩინო, ღმერთი

სიყვარული მოხსენების მიხედვით ძველი ანტიკური კულტურისა და აღორძინების კულტურის ურთიერთმიმართების ის უმნიშვნელოვანესი მომენტი განვიხილო, რამაც კაცობრიობის აზროვნების ისტორიაში რიგი ცვლილებები გამოიწვია. საქმე ეხება ძველი ბერძენი ფილოსოფოსის პლატონისა და აღორძინების პერიოდის მოაზროვნის მარსილიო ფიჩინოს მიერ შექმნილ მოძღვრებებს, რომლებმაც ფილოსოფიის ისტორიის მაგალითად ორი დიდი კულტურის კავშირი, კომუნიკაცია და ურთიერთგანსაზღვრა მოგვცა შედეგად. პლატონის უმნიშვნელოვანესი დიალოგი "ნადიმო" ფილოსოფოსთა და ფილოლოგთა განხილვის საგანია დღესაც, მაგრამ ჩვენ დღეს გვიინტერესებს რატომ და რა კუთხით იქნა ის განხილული, თარგმნილი და ინტერპრეტირებული აღორძინების ეპოქაში. პლატონის "ნადიმო" ბევრი რამ დაწერილა, მაგრამ მარსილიო ფიჩინოსეული თარგმანი და ორიგინალ ტექსტზე თანდართული კომენტარები მეტად მნიშვნელოვანია, რადგან თუ პირველმა ანტიკურ სამყაროში ეროსის ფილოსოფიური ბუნება წარმოუვადგინა, მფორემ აღორძინების ქრისტიანულ პლატონიზმს დაუდო სათავე. მარსილიო ფიჩინოს მიერ კომენტარებულ პლატონურ დიალოგს სახელწოდებაც შეეცვალა და აღორძინების პუმიანისტური იდეების შესაბამისად ეწოდა "De Amore" ანუ "სიყვარულის შესახებ." იმისათვის, რომ ამ ორი ნაწარმოების საფუძველზე მკაფიოდ გამოვიკვთოს ორი კულტურის დიალოგი, უშუალოდ ტექსტები განვიხილოთ.

პლატონის "ნადიმო" სიყვარულის იდეის საფუძველზე განხილვება საკითხი პლატონისეული ფილოსოფიის ცნების, უფრო სუსტად კი, პლატონის ფილოსოფიაში დიალექტიკური ეპისტემოლოგიის შესახებ. უპირველესად უნდა აღვნიშნოთ, რომ დიალოგის გარეგნული ფორმა საშუალებას იძლევა ემისჯულით ისეთ საკითხებზე პლატონის ფილოსოფიაში. როგორცაა ეს ლევი და ალექსი ლევი. ერთის მხრივ, და მარკოლია და დილეფთმა, მფორეს მხრივ, ეს ორი ფორმა ანტაგონიზმისა, რომელიც საკმაოდ ნათლად მხოლოდ "ნადიმო" იშლება, წარმოადგენს პლატონის ფილოსოფიის გასაღებს. ამოსაგად წერტილს, რადგან აქ იკვეთება ასრი იმის შესახებ, რომ ფილოსოფოსობა და დიალოგი პლატონთან ერთმანეთს უდრის და რომ ფილოსოფოსობა სიყვარულის ღმერთის პროირიტეტია.

მას შემდეგ, რაც "ნადიმო" სოკრატეს ჯერი დადგება აქოს ეროსი, იკვეთება მეტად მნიშვნელოვანი პუნქტი პლატონის ფილოსოფიისათვის. კერძოდ, სოკრატეს სურს ჭეშმარიტება გვამცნოს ეროსის შესახებ, რადგან სიყვარულის ღმერთსე აქამდე უფრო ღამაში სიტყვები მოისმინა და ძალიან ცოტა ჭეშმარიტება. პლატონის მოწაფე აქ მკაფიოდ მიანიშნებს, რომ ფილოსოფიურ საკითხებზე მსჯელობისას აქცენტი უნდა გაკეთდეს არა აქციდენტალურ მნიშვნელობებზე, არამედ ესენციალურზე, თუ გვინდა პრობლემას მის მთლიანობაში ჩავწევთ. რიტორიკული მხარე სიყვარულის ღმერთს წარმოგვიდგენს როგორც მფორეულ იდეას, როგორც შუალედურ ღმერთს, რომელიც სამყაროში მარმონის დამკვიდრების გარანტია; იგი

სამყაროში გამოვლინდება როგორც კეთილი საქმე, რომელიც მიბაძვის ღირსია, როგორც სილამაზე, რომელსაც ესწრაფვიან და რომელიც მხოლოდ გრძნობადმიდრეკილებითი კი არ არის, არამედ თავად მშეენიერების სიყვარულია. ამის შემდეგ იწყება სოკრატეს, როგორც ჭეშმარიტების მოყვარულის გამოსვლა, რომელიც თავიდან მხოლოდ ამ საკითხთა უფრო დახვეწასა და გაშლას ისახავს მიზნად, მაგრამ როგორც მოგვიანებით გაირკვევა მას უფრო დიდი მისიაც აქისრია, კერძოდ, გვანგენოს ეროსის, სიყვარულის ღმერთის ნამდვილი არსი, მისი აბსოლუტური ბუნება, რომელიც ეყვლა დადებით ატრობუტს მოიცავს თავისთავეში, რადგან ის არის უმაღლესი იდეა მომცველი ერთდროულად ეპისტემოლოგიური, ეთიკური, ესთეტიკური მხარეებისა. ასე იწყება შებრუნება თემის სოფისტურ-რიტორიკულიდან ფილოსოფიურ განხილვას, რაც μακρολογία - ს და დιάλεქსთაი ს შორის ანტაგონიზმს წარმოადგენს. დიალოგ „ნადიმში“ საკითხი μακρολογία - ს და დιάλεქსთაი ს შესახებ პირდაპირი სახით არ თემატიზირდება, ეს ანტაგონიზმი აქ წანამდღერადაა მოცემული, უფრო მეტიც, ის ერთგვარად „გათამაშდება“ კიდევ, რაც კიდევ ერთხელ დიალოგის მაღალ მხატვრულ დონეზე მიუთითებს. ამგვარად, პლატონისათვის დიალექსთაი ფილოსოფოსობის მხოლოდ გარეგნული ფორმა კი არ არის, არამედ, პირქით, სწორედ დიალექსთაი არის მის მიერ ფილოსოფოსობის ინტეგრაციულ მომენტად შინყული. უფრო მეტიც, პლატონისთვის დიალექსთაი ანუ დიალოგი და ფილოსოფია ერთმანეთს უდრის.

ახლა რაც შეეხება მეორე ანტაგონიზმს *εὐ λελειν* და *ἀλελειν* *λελειν* ს. რიტორიკის ჩანაცვლება ფილოსოფიით დიალოგში არა მხოლოდ კვლევის მეთოდის შეცვლას ნიშნავს, არამედ კთხვის დასმის სხვაგვარ აქცენტრებასაც კვლევის მიმართულებაში. მისთვის უფრო მნიშვნელოვანია ის, რომ რასაც ამბობენ ჭეშმარიტია თუ მცდარი, რადგან ფილოსოფოსისათვის უფრო მნიშვნელოვანია მოცემული საკამათო საგანი და არა ფორმა, რომლის საშუალებითაც აზრი გამოითქმის საკვლევე საგანზე. ეს ორი სახის ანტაგონიზმი არსებითად განსაზღვრავს პლატონის მთელ ფილოსოფიას, თუმცა დაპირისპირებები სხვადასხვა დიალოგში როგორც კვლევის საგანი ისე კი არაა მოცემული, არამედ როგორც წანამდღერი, როგორც ფორმა მისათვის. რომ ჭეშმარიტებას ექვდეთ. ამ ორი სახის ანტაგონიზმის გათვალისწინებით პლატონის ფილოსოფიაში იკვეთება მეთოდი, რომლის საშუალებითაც განხორციელებული იქნება პლატონისეული იდეალი - საკვლევი საგნის თუ იდეის ჭეშმარიტი ბუნების გაგება მხოლოდ დიალოგის ფორმით.

„ნადიმის“ ფილოსოფიურად მნიშვნელოვანი ნაწილი შეგვიძლია: ორ მონაკვეთად დავყოთ. პირველია საუბარი სოკრატესა და აგათონს შორის და მეორე - სოკრატეს მონათხრობი მისი მანტინელ წმინდა ქალთან დიოტიმასთან შეხვედრის შესახებ. ამდენად, დიალოგი „ნადიმში“ გაიყო სულ სამ ნაწილად: პირველში წარმოდგენილი სოფისტური ხასიათის რიტორიკული სიტყვები ეროსის შესახებ სოკრატეს მიერ უგულვებელყოფილი იქნება იმ აზრით, რომ მას სურდა პასუხი მიეღო ეროსის ჭეშმარიტი ბუნების კვლევის შესახებ და არა უბრალოდ ქება, ხოტბა. დიალოგის მეორე ნაწილში უკვე აშკარად შეცვლილია საკვლევი მეთოდი და მიმართულება: სიტყვების ადგილას აქ შემოდის მოკლე ხასიათის საუბარი, დიალოგი და ღამაზად თქმა იცვლება ჭეშმარიტების თქმით. ეს მონაკვეთი დიალოგის უმნიშვნელოვანეს პუნქტს შეადგენს, რადგან სწორედ ამ ნაწილს აქისრია ამოცანა სააშკაროზე

გამოიტანოს ეროსის სისუსტეები და დახახოს გსა ეროსის პლატონისეული გაგების ძირითადი ნიშნების გაგებისათვის.

და ბოლოს, დიალოგის შესამე მონაკვეთი საფუძველს აცლის ეროსის შესახებ გაერცვლებულ თვალსაზრისებს და ეროსს, როგორც სიყვარულის ღმერთს წარმოვიდგენს როგორც ნაკლოვანებას, რომელიც სწორედ ამ ნაკლოვანებითაა მდიდარი და როგორც საშუალო არსებას, რომელიც სხვა არაფერია თუ არა ფილოსოფოსი.

მარსილიო ფინინო De Amore

მარსილიო ფინინო (1433-1499წწ) ერთ-ერთი თვალსაჩინო წარმომადგენელია ადრეული იტალიური რენესანსის. მან განათლება ფლორენციის უნივერსიტეტში მიიღო. შეისწავლა ძველი ბერძნული და ლათინური ენები და ფილოსოფია და მედიცინა. 1462 წელს კონიში მუდმივად გადაწყვეტს შეიქმნას პლატონური აკადემია, რომლის სათავეშიც ის მარსილიო ფინინოს მოიაზრებს. 1468 წელს ფინინო ასრულებს პლატონის დიალოგების თარგმნას ლათინურ ენაზე და იწყებს მათ კომენტარებას. ისტორიამ აჩვენა, რომ მარსილიო ფინინო პლატონის დიალოგების უბრალო მთარგმნელი კი არა, ინტერპრეტაციონალი იყო. 1467-1474 წლებში ფინინო წერს "პლატონურ თეოლოგიას, ანუ სულის უკვდავების შესახებ." იმავე 1474 წელს იგი ასრულებს აქარა მოცულობის ტრაქტატს "ქრისტიანული რელიგიის შესახებ." ეს არის ნაშრომი "De Amore"-სთან ერთად ძველი ანტიკური სიბრძნისა და ქრისტიანული თეოლოგიის გაერთიანების მკვლევარის წარმომადგენს. ასე უქმნება აღორძინების დროის ქრისტიანული პლატონისმი.

ფლორენციის პლატონურ აკადემიაში პლატონის დაბადების დღის აღსანიშნავად ფლორენციის გამოსწავლილი ადამიანები შეიკრიბებიან და პლატონის დიალოგის "ნადიმის" პერეფერაზირებას დაიწყებენ. სწორედ პლატონის "ნადიმის" ეს პერეფერაზირება და ინტერპრეტაცია შეადგენს ფინინოს "სიყვარულის შესახებ. ანუ პლატონის ნადიმის შესახებ" ტექსტს.

ყველა ფორმისა და იდენს ერთობლიობას წყენ ლათინურად ვუწოდებთ mundus. ხოლო ბერძნულად კოსმოსს. ანუ გაფორმებულ, მოწყობილებულ სამყაროს. ამ სამყაროსა და წესრიგის მომხიბვლელობა მის სიღამაზეშია, რომლისკენაც ეროსმა წარმართა თავისი გონება. თავიდან გაფორმებულ, მაგრამ უკვე მშვენიერი კონიპიკენ. ამიტომ სიყვარულის თვისება იმაში მდგომარეობს, რომ ის მიიღვტვის მშვენიერებისაკენ და მშვენიერს უკვანისთან აერთიანებს. ამრიგად, არავის შეუძლება ეტყვი, რომ ეროსი ქაოსის თანარტყვი და რომ ის უკვლესია კოსმოსსა და ყველა ღმერთზე, რამდენიც სამყაროს სხვადასხვა ნაწილებში არიან გაფანტულნი. სწორედ ესაა ეროსისთვის დამახასიათებელი, რომ მას აქვს ნება, სურვილი დაიბადოს გონებაში მის გაფორმებამდე.

ადამიანური სათნობა სხვა არაფერია თუ არა ადამიანის ადამიანის მიმართ სიყვარული, ვითარელობთ კომენტარში. პლატონისეული ეროსული ბუნება, რომელიც ნახევრად ღმერთი იყო და ნახევრად ადამიანი, ფინინოსთან უკვე ღმერთის სახეს იძენს. რადგან "ადამიანური სიყვარული ღმერთის სიყვარულისკენ ხელაა". როცა წყენ მოგწონს მშვენიერი სხეული, სინამდვილეში წყენ მოგწონს ღმერთის ანარეკლი ამ სხეულში, როცა მოგწონს ხელი. სინამდვილეში მოგწონს ღმერთის მსგავსება ამ ხელად, და როცა მოგწონს ანგულოვები, სინამდვილეში წყენ ეხედვით და მოგწონს მასში ღმერთის ხატება. და თუკი შევიყვარებთ ღმერთს ყველა საგანში, მაშინ შევიყვარებთ ყველა საგანს ღმერთში. ამგარი ცხოვრების ფორმის შედგეად

კი ჩვენ მივადგენთ იმ უმაღლეს საფეხურს, რაც თვით ღმერთის და ღმერთში ექვლა საგნის ხილვაში მდგომარეობს. ასე შევიყვარებთ ღმერთს ჩვენში და სხვა დანარჩენ საგნებსაც ღმერთში, რადგან ექვლაფერი ამ ქვეყნად მხოლოდ ღმერთის წყალობითაა შექმნილი. და ასე შევიყვარებთ ჩვენ საკუთარი თავი ღმერთის სიყვარულში, რადგან ფინიროსეული სიყვარული თავდაპირველად არა სხვის ან ღმერთის მიმართაა, არამედ საკუთარი თავის მიმართ.

პლატონისა და მარსილიო ფინიროს ტექსტების ანალიზის საფუძველზე საკითხი იმის შესახებ თუ რა არის სიყვარული ფილოსოფიის რაობის კვლევაში გადავიდა. პლატონისათვის ფილოსოფოსობა მხოლოდ კოგნიტიური აქტი კი არ არის, არამედ ეს არის იმედგარეულად პრაქტიკული ქმედება. რადგან პრაქტიკული ქმედება სოციალურ გარემოში ხორციელდება. ის აქტორების თანამონაწილეობას გულისხმობს. ამიტომ ერთი როგორც სუბიექტების მაკავშირებელი, როგორც შემეცნებისთვორიულად, ასევე პრაქტიკულ-ფილოსოფიურად დირეხულია. სიყვარულის ღმერთს ერთს შემეცნებისთვორიულად კონტრაცია გაანჩია იმ აზრით, რომ ის მიდრეკილია სულის უმაღლესი ნაწილით სათნოებებისა და უმაღლესი იდეის (სიკეთის) შემეცნებისაკენ. ხოლო პრაქტიკულ-თვორიულად მისი მნიშვნელობა განისაზღვრება სუბიექტთა კარმონიული თანყოფისაკენ.

ფინიროსთან სიყვარულს იდეას ემატება ქრისტიანული კონტრაცია. ეს ნიშნავს, რომ ქრისტიანულ თანაცხოვრების პრინციპი გაშუალდება უმაღლესი არსების ღმერთის მიმართ სიყვარულით. რომელიც იმედგარეულად აღწინამდებებს ქრისტიანულ საზოგადოებაში ადამიანების თანაარსებობას. ამავე დროს ფინიროსთვის, გამოდინარე მისი კონტრაციური მსოფლმხედველობიდან, მნიშვნელოვანია ღმერთისმისობის გაცემა როგორც ადამიანთა თანაცხოვრების პრიორიტეტული საფუძველისა.

ამრიგად, პლატონისეული ტექსტი, რომლის დათინურად თარგმნა და კომენტირება რენესანსის ეპოქაში მარსილიო ფინიროს მიერ იქნა განხორციელებული, გვეუბნება კულტურათმორისი დადლოვის საშუალებად: უნდა აღინიშნოს, რომ ფინიროსეულ ტექსტში ძველი ბერძენი კლასიკოსის შეხედულებები სხვაგვარადაა წარმოდგენილი. სიყვარულის იდეა მარსილიო ფინიროსთან როგორც შინაარსობრივად, ასევე მსოფლმხედველობრივად; რელიგიურ კონტრაციას იძენს. ტექსტი, რომლის თარგმანი და ამ თარგმანის ეპოქის შესახებ. მისად კომენტირება ქრისტიანული კუთხით იქნა განხორციელებული, დღეს საშუალებას გვაძლევს ანტიკური და აღორძინების ეპოქების დიალოგად განვიხილოთ.

მაკა ლაშხია

სიყვარულის იდეა პლატონისა და მარსილიო ფინიროს მოძღვრებებში

დიალოგში "ნადიმო" სიყვარულის იდეის განსაზღვრა ფილოსოფიის რაობის კვლევაში გადადის. პლატონთან ერთს შემეცნების თვორიული კონტრაცია გაანჩია იმ აზრით, რომ ის მიდრეკილია სულის უმაღლესი ნაწილით სათნოებების შემეცნებისაკენ. "ნადიმოს" ფინიროსეულ თარგმანსა და კომენტარში (De Amore) სიყვარულს იდეას ემატება ქრისტიანული კონტრაცია. ტექსტი, რომლის თარგმანი და თარგმანის ეპოქის შესახებ. მისად კომენტირება ქრისტიანული კუთხით იქნა განხორციელებული, საშუალებას გვაძლევს ანტიკური და აღორძინების ეპოქების დიალოგად იქნას განხილული.

Идея любви в сочинениях Платона и Марсилио Фичино

Идея любви в диалоге «Пир» - это определение сути философии Платона. Эрос в его понимании имеет эпистемологическую коннотацию, т.е. эрос высшей частью своей души постоянно стремится познать добродетель. В переводе и комментарии (De Amore) Марсилио Фичино идея любви обретает иную - религиозную коннотацию, ведь перевод и комментарии текста «Пир» были осуществлены им в духе эпохи возрождения, т.е. с точки зрения христианского вероисповедания. Именно такой перевод текста сегодня позволяет нам говорить о диалоге двух эпох - античности и ренессанса.

ნანა მაჭმიშვილი

ნინო ართშიძე

შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

იდიომატური სიტყვათშეთანხმება, როგორც თარგმნის ერთეული

საკენძო სიტყვები: თარგმანი, იდიომატურა სიტყვათშეთანხმებები, თარგმნის ერთეული, პრაგმატული ადაპტაცია.

დღეს, ინფორმაციის ბუმის და საქმიანი ურთიერთობების ეპოქაში, საქმიანი ხალხი მზად უნდა იყოს ურთიერთობა დაამყაროს არა მხოლოდ მშობლიურ ენაზე, არამედ რუსულ, ინგლისურ, ესპანურ და სხვა უცხო ენებზეც. აქედან გამომდინარე დღეს დიდი მნიშვნელობით სარგებლობს თარგმანი, როგორც ენობრივი ბარიერის გადალახვის ერთერთი უმნიშვნელოვანესი საშუალება, რომელსაც საფუძველი ჯერ კიდევ ანტიკურ ხანაში ნაუქარა.

თარგმანის განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე, პრაქტიკოსი მთარგმნელების მთავარი ამოცანას ყოველთვის წარმოადგენდა ორიგინალი ტექსტის საშუალებით მიწოდებული ინფორმაციის სწორი აღქმა და მისი ადეკვატური გადაცემა სამიზნე ენაზე, სამიზნე ენის რეციპიენტისთვის ადეკვატური ინფორმაციის მიწოდების მიზნით. მთარგმნელს გამოდის, როგორც ენობრივი შუამავალი, რომელიც უსრუნველყოფს ენათშორის კომუნიკაციას, ორიგინალის შინაარსის გადმოცემას სხვა, მეორე ენის საშუალებების გამოყენებით.

უმძალეს სასწაულებებში თარგმანის სწავლების მთავარი, ძირითადი ამოცანაა მომავალი მთარგმნელების მოზადება, სპეციალისტების, რომლებიც ფლობენ ცოდნას, უნარ-ჩვევებს, რაც ასე აუცილებელია ამ პროფესიისთვის. მთარგმნელის პროფესიონალური შემოქმედება არ შემოიფარგლება საკუთრივ თარგმანის შესრულებით, ანუ ტექსტის შექმნით, რომელიც განკუთვნილია უცხოური ორიგინალის სრულყოფილიანი შეცვლისთვის

თარგმნილი ტექსტი გადმოსცემს მთელ რიგ ფაქტობრივ ინფორმაციას სამიზნე ენის ყველა ნორმის დაცვით, მაგრამ ამავე დროს, თარგმანმა შეიძლება დაამახინჯოს შეტყობინების მიზანი. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ ინფორმაციის მიმღები, არაადეკვატური თარგმანის გამო, ვერ გაიგებს ინფორმაციის გამგზავნელის საწყის მიზანს, რის გამოც მიმღები ვერ იმოქმედებს ადეკვატურად ანუ არ ექნება გამგზავნისთვის სასურველი რეაქ-

ცია. მაგალითად, თუ ორიგინალის ავტორის სურვილს დარწმუნება წარმოადგენს, მისი სწრაფვა ასევე უნდა იგრძნობოდეს თარგმანშიც.

როგორც წესი, ინფორმაციის გამგზავნის მიზნის დამახინჯება ძირითადად ხდება მთარგმნელის მიერ დაშვებული ფაქტობრივი შეცდომების გამო. უმეტეს შემთხვევაში კი ეს შეცდომები კულტუროლოგიურ შეცდომებს წარმოადგენს. კულტუროლოგიური შეცდომები ეს ისეთი შეცდომებია, რომლებიც წარმოიშობა ამა თუ იმ სიტყვის, გამონათქვამის და ა.შ. ეროვნული და კულტურული ნიუანსების მთარგმნელის მიერ არასწორი ინტერპრეტაციის გამო.

ორიგინალი ტექსტის არასწორი ინტერპრეტაციის მიხედვით ხშირად იდიომატური ან მყარი სიტყვათშეთანხმებების მთარგმნელის მიერ არასწორი თარგმნა წარმოადგენს.

ცნობილია, რომ იდიომატური სიტყვათშეთანხმებების მნიშვნელობა არ უდრის მათი კომპონენტების მნიშვნელობათა ჯამს. სწორედ ეს ხდება მთარგმნელის მიერ ორიგინალი ტექსტის დანახინჯების მიზეზი. განსაკუთრებულ სირთულეს კი მთარგმნელები რომელიმე კონკრეტული ენისთვის დამახასიათებელი, ნაციონალური იდიომატური სიტყვათშეთანხმებების თარგმნის დროს აწყდებიან. ნაციონალური იდიომატური სიტყვათშეთანხმებები რომელიმე კონკრეტული ერის ისტორიულ წარსულს, სამეაროს აღქმის თავისებურებებს, ტრადიციებსა და წესებს ასახავენ. რაც თავის მხრივ კიდევ უფრო ართულებს მთარგმნელის ამოცანას მოცემული ეროვნული იდიომატური სიტყვათშეთანხმების სწორად გაგების და მუორე ენაზე ადეკვატურად გადმოცემის თვალსაზრისით.

ხშირად, ამა თუ იმ იდიომატური სიტყვათშეთანხმების მუორე ენაზე ადეკვატურად გადმოცემის მიზნით, მთარგმნელი მიმართავენ სიტყვათშეთანხმებების თარგმანს, რის შედეგადაც ორიგინალ ტექსტში ნაწლები ეროვნული კოლორიტი დამახინჯებული სახით გადმოდის სამიზნე ენაზე.

მზგავსი შეცდომების თავიდან აცილების მიზნით, პირველ რიგში, მთარგმნელი უნდა ყვლობდეს განსასდერულ ფორმურ ცოდნას იდიომატური სიტყვათშეთანხმების ირგვლივ და შემდეგ მან სწორად უნდა განსასდეროს იდიომატური სიტყვათშეთანხმების თარგმნის კრიტერიუმები. თარგმნის კრიტერიუმების მთავარ საფუძველს კი თარგმნის ერთეულის სწორად დადგენა წარმოადგენს.

ბ. ბარხუდაროვის მიხედვით თარგმნის ერთეული წარმოადგენს წყარო ენაში არსებულ ისეთ ერთეულს, რომელსაც შესაძლებელია მოკესტროს შესატყვისი ერთეული სამიზნე ტექსტში, მაგრამ მის შემადგენელ ნაწილებს არ მოეპოვება შესატყვისი სამიზნე ტექსტში (ბარხუდაროვი 1975:175).

თარგმანი შესაძლებელია გადაწვეს ნებისმიერ ენობრივ დონეზე. აქედან გამომდინარე თარგმნის ერთეული შესაძლებელია იყოს ფომენა, მორფემა, სიტყვა, სიტყვათშეთანხმება, წინადადება და ტექსტი.

იდიომატური სიტყვათშეთანხმების თარგმნის დროს თარგმნის ერთეულის განსასდერა დამოკიდებულია კონკრეტული იდიომატური სიტყვათშეთანხმების „შინაგან ფორმაზე.“ იმ შემთხვევაში თუ კონკრეტული იდიომატური სიტყვათშეთანხმების თარგმნის დროს სათარგმნი და სამიზნე ენების „შინაგანი ფორმა“ განსხვავდება ერთმანეთისგან, იდიომატური სიტყვათშეთანხმებების თარგმნის პროცესში თარგმნის ერთეულის როლს უნდა ახრულებდეს არა სიტყვათშეთანხმებაში შემავალი ცალკეული სიტყვები, არამედ ეს სიტყვათშეთანხმება მთლიანობაში.

მაგალითისთვის ავიღოთ ს.ბარხუდაროვის მიერ მოყვანილი ინგლისური იდიომატური სიტყვათშეთანხმებები, რომელთა თარგმანი აუცილებლად უნდა განხორციელდეს ამ სიტყვათშეთანხმებების დონეზე:

To catch fire- загореться;

First night- премьера;

to come to the wrong shop- обратиться не по адресу;

To spill the beans- выдать секрет;

ს.ბარხუდაროვს მოყვანილი აქვს რამდენიმე მაგალითი ჯ.სელინჯკერის ნაწარმოების თამაში „ჭვევის ყანაში“ თარგმანიდან.

I improved her game immensely, though.

Но я ее здорово натренировал

The one with the glasses made me give back to her.

Та что в очках, отняла чек у меня

He always shaved himself twice, to look gorgeous.

Он всегда бреется по второму разу, красоту наводит

“He’s got this superior attitude all the time”, Ackley said.

-Он всегда задирает нос-говорит Акли (Бархударов 1975:177).

ზემოთ მოცემულ მაგალითებში ინგლისური სიტყვათშეთანხმებები ასრულებენ თარგმნის ერთეულის როლს, იმდენად რამდენადაც მათში შემავალ სიტყვებს. გარდა სტრუქტურულად აუცილებელი/საკვალდებულო გარემოებებისა, არა აქვთ რაიმე სახის შესატყვისობა რუსულ ტექსტში. აქედან გამომდინარე აღეკვადურის თარგმანის შესასრულებლად შესატყვისობის დაღგენა ხდება მთლიანი სიტყვათშეთანხმების დონეზე.

მოცემული იდიომატური სიტყვათშეთანხმებების რუსულ ენაზე აღეკვადურად ვაღმოსცქისთვის მთარგმნელმა უნდა იცოდეს მათი მნიშვნელობა. სხვა სივრცით რომ ვთქვათ ამ სიტყვათშეთანხმებების სწორად თარგმნის მთავარ საფუძველს წარმოადგენს შესაბამისი ფონური ცოდნის ქონა მათ ირგვლივ და თარგმნის განხორციელებისთვის სწორი კრიტერიუმის მიზნება.

უნდა აღინიშნოს რა იდიომატური სიტყვათშეთანხმებების ზემოთ გაანალიზებული თარგმნის კოორდინატები აღეკვადურად ვრცელდება ინგლისურთან ქართულ ენაზე და ასევე პირიქით, თარგმნის პროცესში. გამკაცრებული რეკომენდების გზავნილის დამახინჯების საფიდან აცილების მიზნით მთარგმნელმა სწორად უნდა განსაზღვროს კონკრეტული სიტყვათშეთანხმების თარგმნის ერთეული, ანუ მოცემული იდიომატური სიტყვათშეთანხმების აღეკვადურად თარგმნის მიზნით სწორად უნდა იყოს შერჩეული ის ენობრივი დონე, როდესაც დავერდნობა მთარგმნელი თვითონ რუსულ ტექსტში მოცემული იდიომატური სიტყვათშეთანხმების თარგმნის პროცესში. უმეტეს შემთხვევაში ეს ეხება ისეთ საციონალურ იდიომატურ სიტყვათშეთანხმებებს, რომლებსაც არ მოეპოვებათ აღეკვადური მნიშვნელობის სიტყვათშეთანხმება ქართულ ენაზე. მაგალითისთვის ავიღოთ ინგლისური იდიომატური სიტყვათშეთანხმებები, რომელთა ქართულ ენაზე თარგმნისას მთარგმნელი თარგმნის ერთეულად მოცემულ იდიომატურ სიტყვათშეთანხმებებს იყენებს:

A pretty penny- ძალიან ძვირი ნივთი;

Act of God- სტიქიური მოვლენა;

A month of Sundays- ხანგრძლივი დრო;

Add insult to injury- ხაჭმის ყფრო გართულება;

All hell broke loose-ქაობი, არეულობა.

თუმცა არ უნდა ვიფიქროთ ის, რომ სიტყვათშეთანხმების დონეზე თარგმნის ერთეული შეიძლება იყოს მხოლოდ მეორე სიტყვათშეთანხმება ან ფრაზოლოგიზმი. არის შემთხვევები, როდესაც მსგავსი სიტყვათშეთანხმებების სიტყვისიტყვითი თარგმანი შესაძლებელია. სიტყვათშეთანხმების სწორად თარგმნისთვის აუცილებელი არაა თარგმნის ერთეულის ძიება და თარგმნის სწორად განხორციელება შესაძლებელია იდომატურ სიტყვათშეთანხმებაში შემავალი ცალკეული სიტყვების თარგმნის საფუძველზე. კონკრეტული სიტყვათშეთანხმება მასში შემავალი სიტყვების დონეზე თარგმნის ექვემდებარება მაშინ, როდესაც ამოსავალი ენისა და სამიზნე ენის „შინაგანი ფორმა“ სხვადასხვა მიზნით მეტნაკლებად ემთხვევა ერთმანეთს. მსგავსი ტიპის სიტყვათშეთანხმებებს ვუწოდებთ თავისუფალ სიტყვათშეთანხმებებს, რომელთა მნიშვნელობაც ამოსავალ ენაში მთლიანად ეწეობა მათში შემავალი სიტყვების მნიშვნელობათა ჯამსაგან. ინგლისური სიტყვათშეთანხმება *To get dressed* რუსულად ნიშნავს სიტყვას *одеться*; ქართულად ნიშნავს *საცმელს*. ან კიდევ ინგლისური სიტყვათშეთანხმება *to come late* რუსულად თარგმნება, როგორც *опоздать*.

გაყაიანაღლისათ შექმდევი ინგლისური მეორე სიტყვათშეთანხმება:
To play with fire

ეს წინადადება წარმოადგენს გრამატიკული სტრუქტურის თვალსაზრისით მარტივ წინადადებას, რომლის ვერცა წოდებულ „შინაგან ფორმას“ მოკოიება ექვივალენტები სხვა სამიზნე ენებში. აქედან გამომდინარე სიტყვათშეთანხმების თარგმნა აბსოლუტურად შესაძლებელია სიტყვათსიტყვათ და მთარგმნელს არ უწყვის მისი შესატყვისი სიტყვათშეთანხმების ძიება. მთარგმნელი აკეთებს სიტყვათსიტყვათ თარგმნის რუსულ ენაზე და დებულობს შემდეგ წინადადებას:

узрать с огнем

იდეტურად ხდება მოცემული ინგლისური სიტყვათშეთანხმების გადამოცემა ქართულ ენაზე. სიტყვათსიტყვათ თარგმნის განხორციელებების შედეგად ქართულად ელუბულობს სიტყვათშეთანხმებას *ცეცხლთან თამაში*; სიტყვათშეთანხმებების მსგავსი კრიტიკუტუბით თარგმნის მცგადათება:

A little bird told me-სიტბა მომტრანა ამბავი;

Achilles' heel- აქილეისის ქუსლი;

Add fuel to the fire-ცეცხლზე ნაოთის დახმბ;

Have a head in the clouds- დრუბლებში ფრენა;

მაშასადამე, მეორე იდომატური სიტყვათშეთანხმებების სწორად თარგმნა ძირითადად დამოკიდებულია მოცემული სიტყვათშეთანხმების „შინაგან ფორმაზე“. იმ შემთხვევაში თუ ორიგინალი ენისა და სამიზნე ენის „შინაგანი ფორმები“ არ ემთხვევა ერთმანეთს, კონკრეტული იდომატური სიტყვათშეთანხმების სწორად თარგმნის მიზნით მთარგმნელმა უნდა მოახდინოს ორიგინალ ტექსტში მოცემული იდომატური სიტყვათშეთანხმების თარგმნა მთარგმნელობითი ტრანსფორმაციების გამოყენებით. მთარგმნელი უნდა დაეუდნოს იდომატური სიტყვათშეთანხმების მნიშვნელობას და მოახდინოს მისი პრაგმატული აღაბტაცია ისე, რომ იდომატური სიტყვათშეთანხმების საშუალებით გამოხატული ეროვნული კოლორიტი არ დაიკარგოს სამიზნე ტექსტში და მისი დატუროთვა გასაგები იყოს განსხვავებული კულტურის მქონე ადრესატისთვის. ხოლო იმ შემთხვევაში თუ სათარგმნი და სამიზნე ენების „შინაგანი ფორმები“ ემთხვევა ერთმანეთს ან კონკრეტულ იდომატურ

სიტყვათშეთანხმებას მოეპოვება ადეკვატური სიტყვათშეთანხმება სამისნე ენაზე მთარგმნელი ამოდის იდიომატურ სიტყვათშეთანხმებაში შემავალი სიტყვების მნიშვნელობებიდან და თარგმანს ასრულებს ცალკეული სიტყვების თარგმნის საფუძველზე.

სიტყვათშეთანხმების დონეზე თარგმანი-თარგმანის საკმაოდ გავრცელებულ სახეს წარმოადგენს. იმისათვის, რომ მთარგმნელმა სწორად გადათარგმნოს განსაზღვრული იდიომატური სიტყვათშეთანხმება პირველ რიგში მას უნდა ჰქონდეს შესაბამისი ფონური ცოდნა ამ სიტყვათშეთანხმების ირგვლივ და შემდეგ სწორად უნდა განსაზღვროს თარგმანის ერთეული, რასაც დაეყრდნობა თარგმანის განხორციელებისას.

ბიბლიოგრაფია:

1. ბარხუდარ(უ)ვი ჯ. (1975): *ენა და თარგმანი*. მოსკოვი.
2. ვინ(უ)ბრაჟ(უ)ვი ვ. (1980): *პოეტისა და რიტორისა*. მოსკოვი.
3. <http://www.usingenglish.com/reference/idioms/>

At different stages of the development of translation the main task of translators lays in the correct perception of the original text and then the adequate transfer of it into the target language that aims at implementation of adequate communication.

In many cases the failure in the process of maintaining the adequate transfer of the original texts is resulted by factual mistakes made by the translator. A big number of these mistakes is caused by the misinterpretation of national idiomatic expressions by the translator. Word by word translation of idiomatic expressions leads to mangling the specific cultural nuances coded in the original text. In order to avoid it translators first of all should know the meaning of concrete idiomatic expressions and use them as the units of translation that mean to implement translation based on the meaning of the whole idiomatic expression.

Оруджева И.Г.

Азербайджанский Университет Языков

Случаи использования метонимии в романе Даниэля Дефо «Приключения Робинзона Крузо» и их перевод на русский язык

Любой перевод, будь то художественного текста, общественно-политического, публицистического, или научно-технического, всегда имеет дело с языком, 'всегда означает работу над языком, следовательно, перевод непременно требует изучения в лингвистическом разрезе – в связи с вопросом о характере соотношения двух языков и их стилистических средств. Кроме того, многие теоретики в области перевода считают, что стилистическая сторона лингвистической проблемы перевода представляет больше интереса, а также больше трудностей, чем его грамматическая или чисто лексическая сторона.

Согласно А.В.Федорову, язык в переводе не является вспомогательным средством, а средством решения переводческих задач, раскрывающих замысел автора оригинала. [1968: 10] Образы подлинника, выраженные языковыми средствами, передаются в переводе с помощью лингвистических средств другого языка, т.е. языка перевода. Поэтому для теории и практики перевода важна лингвистическая основа,

знание закономерностей, существующих между определенными языками. [Федоров, 1968: 10]

При сопоставлении текстов оригинала с текстом перевода используется метод сопоставительного переводческого анализа, при котором исследуются все стилистические приемы, используемые в произведении. Метонимия, как экспрессивное средство, используемое в художественной литературе, наряду с метафорой, является одним из самых важных стилистических приемов. Метонимия относится к так называемым образным средствам или лексическим фигурам речи. Количество и характер образных средств, используемых в тексте, в значительной степени определяет силу эмоционального воздействия на читателя.

Способы передачи метонимии, как и других лексических фигур речи при переводе, зависят от того, является ли данный образ общепонятным (языковым) или индивидуальным (авторским). В каждом языке имеется своя система лексических фигур речи, которую люди, говорящие на этом языке, используют в процессе общения. С другой стороны, автор создает свои собственные свежие образы, характерные лишь для его индивидуальной манеры. [Комиссаров, 1965: 152]

Метонимия – это перенос наименования на предметы другого рода или вида в силу существующей между предметами реальной связи. При развитии значения путем метонимии, одно и то же слово может называть часть или целое; предмет и его содержание; предмет и место его нахождения или изготовления; действие и его результат; инструмент и результат его применения; создателя и созданную им вещь; может указывать на связь между признаком лица и предметом, который носит человек и самим человеком; и т.д.

Прием метонимии состоит в замене одного слова другим, смежным по значению. По определению И.Р.Гальперина, суть этого приема во взаимодействии словарного и контекстуального значений. [1974: 144] Фактически, если вместо прямого названия предмета речи употребляется название какого-то другого предмета, который тесно с ним связан как условие его существования, или его постоянная принадлежность, или как характерный для него результат, то мысль получает более яркое выражение, т.к. сообщаемое понятие обогащается добавочными конкретными представлениями. Например, слово «crown» может означать «короля или королеву», «silver» – столовое серебро, серебряную медаль, «cup» или «glass» может использоваться вместо напитка, содержащегося в нем, и т.д.

Метонимия, используемая в живой речи, или контекстуальная метонимия, т.е. реальная метонимия, раскрывает неожиданную замену одного слова на другое, или одно понятие на другое, на основании того сильного впечатления, которое произвела случайная черта или предмет.

В данной статье автор проанализировала случаи употребления метонимии в романе Даниэля Дефо «Приключения Робинзона Крузо», сравнивая эти фигуры речи с русским переводом М. Шишмаревой. Например, предложение «...my companion, who had indeed enticed me away, comes to me, «Well Bob,» says he, clapping me on the shoulder, «How do you do after it? I warrant you were frightened, weren't you, last night, when it blew but a cup full of Wind?» переведено следующим образом: «...ко мне подошел мой приятель, сманивший меня ехать с ним, и, хлопнув меня по плечу, сказал: «Ну что, Боб, как ты себя чувствуешь после вчерашнего? Паря держу, что ты испугался. Признаться: ведь испугался вчера, когда задул ветерок?»

Окказиональное значение стилистической метонимии связано, возможно, с посылкой "A full cup must be carried steadily", что означает "полную чашу нужно нести осторожно". Автор романа, вероятно, имеет в виду то, что в такой сильный шторм нужно быть осторожным, при этом используется игра слов. При переводе предложения наиболее уместным вариантом переводчик сочла замещение метонимии пояснительным переводом, так как найти эквивалент ей в русском языке не удалось.

В предложении "Then all hands were called to the pump!". – Тогда раздалась команда: «Все к насосам!» наблюдается использование метонимии "hands" в значении «помощники», «рабочие руки». Перенос значения произведен на основе смежности признака и предмета.

В другом предложении: "...then Xury took heart and would have me let him go on the shore..." – «Тут Ксури набрался храбрости и стал проситься на берег», выражение "take heart" можно рассматривать как исторически сложившуюся метонимию. Эта метонимия является не лексической, а стилистической, где имеет место перенос значения признака на предмет.

Вообще, слова 'hand' и 'head', а также 'body, eye, heart' в метонимическом значении употребляются Даниэлем Дефо многократно, на протяжении всего романа. Рассмотрим следующие словосочетания и их перевод на русский язык: 'a note of his hand' – «письменное обязательство»; 'I had no body to converse' – «...мне не с кем было перекинуться словом»; 'the best heads in business' – «самые лучшие дельцы»; 'with all my heart' – «с радостью»; '...20 or 30 foot deep in its own body' – «футов на двадцать, на тридцать под водой»; 'on my right hand' – «вправо»; 'I had other things which my eye was more upon' – «...меня гораздо больше соблазняло многое другое...»; 'swift on foot' – «проворны»; '...what my tongue might express' – «... что говорит мой язык...»; '...lending a hand' – «...я ...помогал»; 'the lust of the eye' – «соблазн для очей»; 'the hand of God's Providence' – «...щедроты провидения»; 'so much as on my mind or in my mouth'; - «ни в сердце, ни на языке»; 'under foot' – «понесся назад»; 'my heart began to fail me' – «решимость начала мне изменять»; 'young heads' – «молодежь»; 'they only heard his tongue before...' – «они слышали только его голос»; 'eyes of the infinite power' – «око творца».

Как видно из вышеприведенных примеров, автор использует огромное количество фраз со словами, обозначающими части тела. Наиболее распространенные из этих фраз – это сочетания со словом 'hand' в значении «помощь». В некоторых словосочетаниях слова 'hands', 'head' и другие получили переносное значение способов действия, как например: 'labours of the hands or the head' – «умственный непосильный труд». В других случаях использованы переносы значения на основе смежности признака и предмета, перенесения действия на предмет, и.т.д. В случаях, когда в русском языке эквиваленты этих метонимических выражений отсутствуют, возможно использовать в переводе аналог, описательный перевод, калькирование и другие методы, к чему, как мы видим, и прибегла переводчица романа.

Еще один интересный пример, заслуживающий рассмотрения: "...upon which he told me he would give me a note of his hand to pay me 80 pieces of eight for it at Brazil." – «Тогда он сказал, что выдаст мне письменное обязательство, уплатив за нее восемьдесят пиастров в Бразилии». Налицо типичный случай метонимии, при которой названия орудия действия "hand" заменяет признак предмета "written". На русский язык переводчик очень точно передала выражение при помощи фразы «письменное обязательство». Следует отметить, что во втором, варианте перевода словосочетание

«восемьдесят пиастров» заменено на «восемьдесят серебряных восьмериков». Данной заменой автор перевода придает большую выразительность, используя разговорное слово «восьмерик».

В любом случае, при переводе метонимии необходимо опираться на контекстуальное значение, нежели на словарное. Только в этом случае можно быть уверенным в том, что налицо случай употребления стилистического приема. Вышеприведенные примеры метонимии являются традиционными образцами. Фактически они являются производными по логическому значению, следовательно, их значение зафиксировано словарями. Однако, в случае, если значение является переносным, то новое значение еще не вытеснило первоначальное, а существует наряду с ним. Это новое значение стало таким обыденным, что оно распознается сразу же и, следовательно, дополнительной поясняющей информации при этом не требуется.

Как мы убедились выше, метонимия, используемая в живой речи, контекстуальная метонимия – это реальная метонимия, раскрывающая неожиданную замену одного слова на другое, или одного понятия на другое, на основании того сильного впечатления, которое произвела случайная черта или предмет.

Разновидность метонимии, состоящая в замене одного названия другим по признаку количественного отношения между ними, называется *синекдохой*. Например, название целого заменяется названием его части, общее названием частного, множественное число – единственным и наоборот. Самым распространенным в художественной литературе типом синекдохы является употребление слов 'ear' и 'eye' в единственно числе. В романе Даниэля Дефо мы встречаемся с множеством подобных случаев. Например: ...for I had other things which my eye was more upon? As first tools to work with on shore...

Данный пример является типичным примером употребления синекдохы, где множественное число слова 'eyes' заменено на единственное. Употребить эквивалентный перевод данной фразы на русском языке не представляется возможным, поэтому переводчик произвела адекватную замену: ...меня гораздо больше *соблазняло* многое другое и прежде всего рабочие инструменты.

Другой интересный случай употребления синекдохы мы видим в следующем предложении: 'But as the beasts ruined me before, while my corn was in the *biade*, so the birds were as likely to ruin me now, when it was in the *ear*...'

Переводчик произвела вполне адекватные замены, ведущие к созданию вполне приемлемых русскоязычным читателем образов: «Но если прежде, пока хлеб был в *зеленях*, меня разоряли четвероногие, то теперь, когда он *заколосился*, меня начали разорять птицы».

Еще одним примером синекдохы, при котором множественное число существительного заменяется единственным, читаем в следующем предложении: 'I had neither the lust of the flesh. The lust of the eye, or the pride of life' – «...у меня не было ни плотских искушений, ни соблазна для *очей*, ни гордости в жизни».

Кроме того, писатель использует слово 'foot' в единственном числе вместо множественного во многих случаях, что также является синекдохой: 'That they (goats) were so shy, so subtle, and so swift of *foot*, that it was the difficultest thing in the world to come at them...' – «...что эти козы были столь пугливы, столь чутки и *проворны*, что подкрасться к ним было труднейшим на свете делом».

'...I spread my sail to it, running cheerfully before the wind, and with a strong tide or eddy under foot.' – «... я направил свою лодку в обратную струю, подставив парус еще более поспевавшему попутному ветру, и весело понесся назад».

Помимо этих случаев, в романе встречаются следующие случаи синекдохи с использованием слова 'foot' в единственном числе вместо множественного: '...swiftest fellow of his foot' – «замечательно легок на ногу»; 'I had scarce my foot on the hill...' – «Не успел я взобраться на холм...», и т.д.

К метонимической группе, кроме метонимии и ее разновидности синекдохе, некоторые ученые-лингвисты относят перифраз, иногда даже эвфемизмы и антономасию. Антономасией называется особое использование собственных имен: переход собственных имен в нарицательные, или превращение слова, раскрывающего суть характера, или, как в романе Даниэля Дефо, день, когда происходит знакомство с персонажем, когда Робинзон Крузо был спасен – с Пятницей (Friday), в собственное имя персонажа.

Однако, говоря о метонимии, необходимо сравнить ее с метафорой, т.к. метафора, наряду с метонимией, является универсальным способом переосмысления значения слов и перенесения наименования с одного денотата на другой. Но в метафоре перенос наименования осуществляется на основании сходства (реального или вымышленного) двух объектов, а в метонимии он осуществляется на основе смежности двух объектов. В романе «Приключения Робинзона Крузо» имеется огромное количество метафор, например: '...slavery for daily bread – «рабство из-за куска хлеба»; '...sensibly tasting the sweets of living'; 'a fresh water sailor' – «неопытный моряк», и т.д.

Из приведенных примеров видно, что метонимия и метафора различаются по способу расшифровки значения. В процессе раскрытия значения, подразумеваемого метафорой, один образ исключает другой. Метонимия же, представляя нашему вниманию предмет, не исключает другой предмет. Можно утверждать, что в отличие от метафоры, основанной на ассоциации по сходству, метонимия основывается на ассоциации по смежности.

Часто бывает очень сложно определить разницу между метафорой и метонимией. Одним из способов определения подобной разницы является использование сравнений в метафоре. При этом, как предлагает П.Симпсон, используется выражение 'is like'. Например, П.Симпсон сравнивает слово 'war' со словом 'cleaning': 'War is like cleaning' или 'anger' и 'heated fluid' – 'Anger is like a heated fluid in container' [Simpson, 2010; 43-44]. В романе Д. Дефо метафора 'a fresh water sailor' можно перевести в сравнение 'a sailor is like fresh water' или 'living tastes like sweets'. Подобный прием невозможно применить для случаев метонимии. Так, невозможно сравнить слова 'businessmen' и 'heads': 'Businessmen are like heads' или как в следующем предложении из романа: "Then all hands were called to the pump!" невозможно провести подобное сравнение слов 'hands' и 'workers': 'workers are like hands', что не имеет никакого смысла.

Различают метонимию лексическую, когда название одного объекта, нередко имени собственного, переносится на другой объект, и стилистическую метонимию, при которой реализуется какая-то новая неожиданная связь между двумя объектами. Показательными примерами для иллюстрации стилистической метонимии могут служить следующие предложения из романа: 'I refused their (parents') help and assistance who would have lifted me into the world, and would have made every thing easy

to me...' – «Я отверг их помощь и поддержку, которая вывела бы меня на *дорогу* и облегчила бы мне первые шаги...»

'I went directed by *heaven* no doubt...' – "Несомненно, моими действиями руководило *провидение*...»

'I went to work in the morning, and *abroad* with my gun in the afternoon'. – «...я ... поутру работал, а перед вечером *выходил* на охоту...»

При анализе последнего предложения можно увидеть, в каком несвойственном современному английскому языку значении употребляется слово 'abroad', оно употреблено в своем первоначальном значении – «широко, повсюду» (a-broad). Вследствие метонимического переноса это значение изменилось, и в настоящее время оно употребляется, в основном, в значении «за границей».

В заключении хотелось бы добавить, что метонимия, являясь средством создания образов, обычно касается конкретных предметов, которые, таким образом, обобществляются. Процесс обобществления легко производится в английском языке при помощи определенного артикля.

Проанализировав язык романа Даниэля Дефо «Приключения Робинзона Крузо», можно прийти к выводу, что язык автора является архаичным по своему лексическому, грамматическому, орфографическому и даже пунктуационному строю. Примечательным является разнообразие стилистических средств, используемых автором. Среди часто используемых – парафразы, эпитеты, метафоры и метонимия. Обзор особенностей переводимого текста и анализ применяемых к нему способов перевода позволяет судить об огромном разнообразии языковых средств, служащих для адекватной передачи текста на другом языке.

Метонимия, наряду с метафорой, играет важную роль в когнитивной стилистике, так как она помогает понять способы передачи мыслительных конструкций, и особенно, пути перенесения одних понятий на другие понятия и предметы в художественной литературе. Ученые-лингвисты постоянно указывают на систему концептуальных переносов, как в литературе, так и в повседневной жизни.

Литერატურა

Арნольд И.В. *Стилистика современного английского языка*. Л., 1981

Дефо, Даниэль *Приключения Робинзона Крузо*. Перевод М.Шиммаревой М., 1988 « Комиссаров В.Н., Рецкер Я.И., Тархов В.И. *Способы по переводу с английского языка на русский*. М., 1965

Федоров А.В. *Основы общей теории перевода*. М.,1968

Defoe, Daniel. *The Life and Adventures of Robinson Crusoe*.

Galperin I.R. () *Stylistics*. Moscow. Higher School 1974

Simpson, Paul *Stylistics. A resource book for students*, Routledge Taylor and Francis Group, London, New York 2010

ი. ორუჯევა

ახურბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი

მეტონიმის გამოყენების შემთხვევები ანიელ დეფოს რომანში „რობინზონ კრუზოს თავგადასავალი“ და მათი თარგმნა რუსულ ენაზე

განხილულია მეტონიმის გამოყენების თავისებურებანი მხატვრული ტექსტის თარგმნის პროცესში

Instances of Metonymy in the Novel by Daniel Defoe "Robinson Crusoe" and Their Translation into Russian

The article deals with the metonymy used by D. Defoe in his novel "Robinson Crusoe" and their translation into Russian done by M. Shishmareva. Two kinds of metonymy – lexical and stylistic are considered in the article. The definition of another stylistic device – metaphor and their comparison are also provided.

Е. М. Оруджева
Азербайджанский университет языков

Методы перевода французских кулинарных терминов как составная часть реалий разносистемных языков

Лексика является ценнейшим богатством каждого языка. Это богатство выступает своего рода хранителем истории, материальной и духовной культуры народа. В словарном составе языка существуют такие лексические единицы, эквиваленты которых не встречаются в других языках.

Эти лексические единицы называются в языкознании реалиями. Термин «реалии» в переводе с латинского языка (*realis*,-e, мн. *realiŷa*) передаёт смысл «вещественного, действительного».

Несмотря на широкое использование этого термина, исследователи отмечают, что «ни в лингвистике, ни в методике, ни в переводоведении нет достаточно четких критериев определения реалий и совершенно не изучена специфика языковых единиц, которые обозначают эти реалии»[2,10]. О реалиях, как о показателях колорита, стали писать лишь в начале 50-х годов [1,5].

Видимо, этим и объясняется отсутствие четких определений реалий в современных лингвистических словарях. Различные исследователи также по-разному определяют этот пласт иноязычной лексики. Чаще всего в литературе встречаются термины «безэквивалентная лексика», «экзотическая лексика» или «экзотизмы», и, наряду с ними, нередко в том же или близком значении – «варваризм», «локализм» и т.п.

Реалии – это слова и словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому, которые являются носителями национального и исторического колорита, и не имеют, как правило, точных соответствий (эквивалентов) в других языках [1,48].

Это определение термина «реалия» мы и взяли за основу в нашем исследовании.

У каждой культуры в пределах собственных границ существует множество национально-специфических реалий. Сюда входят названия блюд национальной кухни, выражающие материальную и духовную культуру представленной нации.

Мы же, в свою очередь, принимая реалии в качестве языковой единицы и оказавшись перед лицом необходимости, условно разделяем их на «свои» и «чужие» реалии. Своими являются реалии, которые относятся к какому-нибудь конкретному языку. Примером таких реалий, относящихся к сфере кулинарии французского языка,

служат слова *bouillon(m)*; *casseroles(f)*; *conserves(f)*; *côtelette(f)*; *crème(f)*; *dessert(m)*; *dragée(f)*; *garnir*; *gelatine(f)*; *julienne(f)*; *mayonnaise(f)*; *purée(f)*; *radis(m)*; *salade(f)*; *sauce(f)*; *saucisse(f)*; *soupe(f)* и.т.п. [6].

Проводимые наблюдения показывают, что реалии в основном могут употребляться в качестве существительного, доказательством чего выступают вышеперечисленные примеры.

В результате взаимного контакта соседних народов блюдо национальной кухни одного народа передается другому, вследствие чего названия блюд, принадлежавшие одному языку, употребляются народом соседнего региона. Реалии, передаваемые от одного языка другому, в основном с помощью перевода образцов художественной литературы, обогащают тот язык, в который они попадают. Реалии, получаемые путем перевода, называются в языкознании «чужими реалиями». В словарном составе современного французского языка «чужие реалии» встречаются в достаточном количестве. Примером этого служат многие реалии русского языка в сфере кулинарии, которые включены в словарный состав французского языка: *béluga/ bélouga*; *blinis (n.m...pl)*; *borchtch (n.m.)*; *chachlyk (n.m)*; *kvas (n.m.)*; *pirojki (n.m...pl)*; *samovar (n.m.)*; *vodka (n.f.)* и.т.п. [6].

Фонологическая система разных языков совпадает в редких случаях. Язык заимствования не принимает заимствованное слово в неизменной форме. Оно подвергается фонетическим и морфологическим изменениям. Например: арабское слово *qahwa*, не произносится во французском языке в исконной форме, потому что буквы [q] и [h] чужды для французского языка. Носители французского языка при заимствовании слова заменили букву, согласно фонетическим закономерностям французского языка, [q] с относительно схожей буквой [k]. Выпадение буквы [h] объясняется отсутствием во французском языке близкой или же схожей фонемы. В конечном счёте, это слово изменено и усвоено французском языком согласно его фонетической и морфологической системе. Здесь также следует обратить внимание на графему слова. Некоторые слова подвергаются изменениям, другие же способны сохранять свою исконную форму. К примеру: слова *fast-food*, *snack-bar*, *ice-cream*, *cocktail*, *pudding*, *sandwich*, *rosbif*, заимствованные из английского языка, сохранили свою первоначальную форму, хотя *bifteck* < "beefs-teak" некоторые другие слова такого типа подверглись фонетическим и орфографическим изменениям.

Выявление или же перевод параллелей реалий на другие языки слишком затруднительно. С этой точки зрения, представление таких слов на другом языке всё время создаёт проблему для переводчиков. В этом плане, мы рассмотрели методы перевода терминов французской кулинарии, выступающих частью реалий в азербайджанском, грузинском и русском языках, которые, по сути, входят в состав разных языковых систем и свидетельствуют о передаче этих терминов разными способами.

Транслитерация – это передача букв одной системы письма буквами другой письменности. Когда речь идёт о транслитерации реалий, тут, как правило, подразумевается передача слов буквенной системой другого языка (адекватность). Это напоминает своего рода орфографическую кальку букв. К примеру: французское слово *sirap* при переводе на русский язык пишется кириллицей *сироп*[5].

Применение транслитерации является целесообразным в случае отсутствия слова, соответствующего переводу этого слова в языке заимствования. При такой передаче следует также не игнорировать лексическую лаконичность значения слова в

оригинале. Допустимым также является аддитивный (дополнительный) механизм принятия заимствований в графической форме, формирование лексем на другом языке дополнительными буквами. Например: во французском языке мягкие гласные передаются на русском языке знаком смягчения [ь]. К примеру: *caramel* – карамель; *béchamel* – бешамель (соус) [5].

Благодаря различию алфавита между языками не всегда совпадает транслитерация имён и названий. Когда в оригинале отсутствует подходящий эквивалент реалии, то этот реальный сохраняется с незначительными фонетическими и орфографическими изменениями. Например, в азербайджанском языке имеются незначительные фонетические и орфографические изменения следующих реалий, такие как *bouillon (m)* – bulyon; *salade (f)* – salat; *saucisse (f)* – sosiska и т.д. Следующие слова грузинского языка *salade(f)*-სალადი, *biscuit(m)*-ბისკვიტი, *bouillon (m)*-ბულიონი; *gelatine(f)*-ჯელატიონი; *mayonnaise(f)*-მაიონეზი; *saucе(f)*-სოუსი; *soupe(f)* - სუპი также являются примерами этого явления. Эти аддитивные изменения обычно характеризуются завершением гласными имён существительных в словарном составе грузинского языка, а также окончанием “ი” имён существительных заканчивающихся согласными [3].

Метод транскрипции - это система знаков, применяемых для правильной и верной передачи всех тонкостей произношения. Этот метод по возможности предусматривает сохранение в языке перевода произношения реалии в более схожей и в максимально аналогичной форме, которая близка произношению в оригинальном варианте. Здесь образцами перевода французских реалий на азербайджанский язык этим способом выступают *conservе (f)* – konserv (консерва), *crème (f)* – krem (крем), *dragée (f)* – draje (драже), *mayonnaise (f)* – mayonez (майонез); *purée (f)* – püre (пюре), *soupe (f)* – sup (суп) и другие слова. В русском языке такими примерами служат такие слова, как: *bénédictine* – бенедиктин (сорт ликера); *fricandeau* – фрикандо (блюдо из телятины) и т.д., на грузинском языке *esquimau*-ესკიმო (эскимо мороженое);

Транскрипция и транслитерация чаще всего применяются «в тех случаях, когда речь идет об именах собственных, названиях государственных учреждений, учебных заведений, и т.п.» [2,32].

В результате проведённых наблюдений, выявляются факты расширенного применения транслитерации при переводе общественно-политических терминов и бытовых названий предметов. Единственный недостаток метода транслитерации и транскрипции состоит в возникновении непривычных и не столь понятных слов в процессе перевода.

Если реалия, передаваемая путём транслитерации, употребляется впервые или же в редких случаях (если впервые переводится на другой язык), то тогда возникает необходимость подробного объяснения её в соответствующем контексте. Например: *dessert (m)* – десерт (фрукты, сладости, и сухие фрукты, подаваемые после обеда), *dragée (f)* – драже (мелкая конфета с начинкой из ликёра или же шербета), *gelatine (f)* – желатин (липкое вещество) и т.д. [5].

Метод перефразировки это передача реалий новыми или же сложными словами с помощью элементов заимствующего языка. Передача слов таким способом в языке встречаются довольно редко. Например: *julienne(f)* переводится на азербайджанском языке как «овощной суп», *tartine(f)*- как «масло с хлебом, хлеб с сыром» и т.д. [4].

Эквивалентный перевод – перевод некоторых реалий с помощью функционально или же семантически схожими с реалиями словами. Применение такого способа перевода способствует созданию в языке синонимичности. Например: слово во французском языке *casseroles* заменено функционально близким словом азербайджанского языка *qazan* (котёл). Но этим методом не может осуществляться полная передача слов реалий из одного языка в другой.

Все рассмотренные нами методы перевода реалий с одного языка на другой способствуют развитию и взаимному обогащению словарного состава языков.

Незаменимая роль перевода в развитии культурных отношений является неизбежным фактором. В современном мире язык любого народа не может достичь полноценного развития в изоляции от языковых процессов других народов. Только благодаря переводу языки народов постоянно обогащаются и развиваются.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Влахов С., Флорин С. "Непереводимое в переводе" М., 1986
2. Томахин Г. Д. Реалии-американизмы. Пособие по страноведению. – М.: Высшая школа, 1988.
3. Irène Assatiani. Michel Malherbe. PARLONS GÉORGIEN. L' Harmattan, 1997
4. Fransızca-Azərbaycanca lüğəti. "ŞƏRQ-QƏRB". BAKI 2007.
5. K. Ganchina. Dictionnaire français-russe. Moscou. 1977
6. Alain Rey. Le Robert Micro. Poche. Paris XIII. 1993.

კ. ორუჯევა
აზერბაიჯანის ენების უნივერსიტეტი
ფრანგული კულინარიული ტერმინების თარგმნის მეთოდები, როგორც რეალიათა შემადგენელი ნაწილი სხვადასხვა სისტემების ენებში

გაანალიზებულია თარგმნის მეთოდები ტექსტის ერთი ენიდან მეორეზე გადავების პროცესში. აღნიშნულია, რომ ტერმინები თარგმანში რეალიათა შემადგენელი ნაწილებია.

კ. სვანიძე
შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

მანქანური თარგმანის თამანდროვე მდგომარეობა და პერსპექტივები

საკვანძო სიტყვები: მანქანური თარგმანი, მექანიზებული თარგმანი, ავტომატიზირებული თარგმანი, ავტომატური თარგმანი.

მანქანური თარგმანის თანამდროვე სისტემები, რომლებიც ჯერ კიდევ არ იძლევიან ხარისხიან თარგმანს, კომპიუტერების შესაძლებლობების გაუმჯობესებების შედეგად კიდევ უფრო სრულყოფილს გახდინან მთარგმნელობით პროცესს (Нелюбин, Хүхүни 2005: 448).

მანქანური თარგმანი მექანიზებულ, ავტომატიზირებულ და ავტომატურ თარგმანებს მოიაზრებს. მექანიზებული სისტემა ითვალისწინებს იმ ტექნიკური საშუალებების არსებობას, რომლებიც აფარსთებენ ინფორმაციის

გადამუშავების საშუალებებს. ავტომატიზირებული სისტემა ითვალისწინებს ინფორმაციის გადამუშავების მექანიზმად ნორმირებულ ქმედებებს ელექტროგამომთვლელი მანქანის და სხვა ტექნიკის გამოყენებით, რომლებიც უზრუნველყოფენ ადამიანის და მანქანის შესაძლებლობების მინიმალურ დანახარჯებს. ვტომატური კი გულისხმობს პროცესს ან მოქმედებას ადამიანის გარეშე. ამ მხრივ მანქანური თარგმანის - დექსიკური, გრამატიკული, სემანტიკური - არსებული მეთოდები წარმოადგენენ ავტომატიზაციის ეტაპებს. ყველა არსებული მეთოდის რეალიზება ერთიან სისტემაში საშუალებად ითვლება განუხორციელოთ ინფორმაციის გადამუშავება ავტომატიზირებულად ან ნახევრად ავტომატიზირებულად ორენოვანი სიტუაციების პირობებში.

ავტომატური თარგმანი თავისი სრული და პირდაპირი მნიშვნელობით ახასიათებს თარგმანის სისტემაში მანქანის გამოყენების უმაღლეს და კერძოდ მიუღწევად ეტაპს. რადგან სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის ამ ეტაპზე ინფორმაციის მართვის და გადამუშავების ყველა როლში მონაწილეობს ადამიანი, რა რაოდენობის ტექნიკაც არ უნდა გამოიყენებოდეს დამხმარედ. სისტემების მართვა ელექტროგამომთვლელი მანქანით და სხვა ტექნიკური საშუალებებით ჯერჯერობით არის არა ავტომატური. არამედ ავტომატიზირებული მართვა. მაშინ, როცა თავად სისტემები ინფორმაციის გადამუშავების სისტემების წართვით ავტომატიზირებული ან ნახევრად ავტომატიზირებულია.

ესაყბობთ რა მანქანურ თარგმანსა და ადამიანის დახმარებით მიღებულ მანქანურ თარგმანს. უნდა განვსაზღვროთ ისინი როგორც თარგმნის სისტემა და თარგმნის პროცესი. კერძოდ:

1. სისტემაში „ადამიანი-მანქანა-ადამიანი“ ადამიანის და მანქანის ურთიერთქმედების დონის შესაბამისად მანქანური თარგმანის სისტემები ავტომატიზირებულ სისტემებია. სისტემები ადამიანის დახმარებით მიღებული მანქანური თარგმანი, რომლებშიც კომპიუტერი წარმოადგენილია დამხმარედ, თანაგონის კონსულტანტად. ანუ წარმოადგენს იმ ტექნიკურ საშუალებას, რომელიც მხოლოდ ადამიანს ავსებდა ადამიანის მიერ ინფორმაციის გადამუშავების საშუალებებს, წარმოადგარს მექანიზირებულ სისტემას.

2. თარგმნის პროცესში კომპიუტერის გამოყენების ხარისხიდან გამომდინარე. მანქანური თარგმნის პროცესი სრულდება პრაქტიკულად ადამიანის მონაწილეობის გარეშე. რადგან რეაქტიურობის წინა და შემდგომი შესწორებები არ წყვეტენ თარგმნის პროცესს და ამგვარად მანქანური თარგმნის პროცესი ავტომატურია. ადამიანის დახმარებით მიღებულ მანქანურ თარგმანის პროცესში კომპიუტერი დამხმარე სასუალებებაა, ამასთან, რეაქტიურობის წინა და შემდგომი შესწორებები შედის თავად თარგმანის პროცესში და ამგვარად, ადამიანის დახმარებით მიღებულ მანქანურ თარგმანის პროცესი ავტომატიზირებულია.

მანქანური თარგმანის აქვარგანობაზე სხვადასხვა, 'სოვჯერ ურთიერთგამომოცხვავი აზრიც კი არსებობს. ასე, მაგალითად, ერთის მხრივ, ცნობილი მეცნიერის იბარ-იილელის მტკიცება, რომ „მარალხარისხისოვანი მანქანური თარგმანის განხორციელება შეუძლებელია“, მეორეს მხრივ კი, ა. ეტლის, რიხენის, ბრენდუელის და სხვათა აზრისწ თანახმად (Brandwood, Pronoun reference in German 1959: 309), მარალხარისხისოვანი თარგმანის მიღება შესაძლებელია (Павич 1967: 236). ერთი ამბობენ, რომ მანქანური თარგმანის ისეა განუხორციელებელი აღმოჩნდა, მეორე კი არა მარტო მის რეალურ შესაძლებლობას ამტკიცებენ, მუშაობენ კვლევაზე ამ საკითხებზე, განაცემობენ ექსპერიმენტებს და გარკვეულ შედეგებსაც იღებენ.

როგორია საქმის ნამდვილი ვითარება?

თანამედროვე მიონაცემების საფუძველზე მანქანური თარგმანის პერსპექტივები შეიძლება ორგვარად შეფასდეს:

1) რამეთუ სათანადო მანქანურ თარგმანის მიღება შეუძლებელია, და არც მისი განხორციელების პერსპექტივებია ნათელი უახლოესი მომავლის ფარგლებში, არ არის მოსანშვწონილი ამ დარგში მუშაობის გაგრძელება;

2) მართალია, დღემდე ცოტაა ამ დარგში გაკეთებული, და არც ხეაღინდელი დღეა ყოველმხრივ ნათელი. მაგრამ მუშაობა მაინც უნდა გაგრძელდეს იმ ანგარიშით, რომ გამოირკვეს მისულები, რომლებიც ხელს უშლის ამ საქმის განვითარებას, მოესპით ეს მისულები მეცნიერულად დასაბუთებული ხერხებით და ფართო გზა გაუქსნათ ამ ახალი დარგის განვითარებას.

დღეს აღარავის ეპარება ეჭვი იმაში, რომ მანქანური თარგმანი რეალური და პერსპექტიული დარგია, რომელიც მათიხოვს განუწყვეტელ სრულყოფას ხანგრძლივი დროის განმავლობაში. საყურადღებოა აშშ-ის ხსენებული კომისიის რეკომენდაციები მანქანურ თარგმანთან დაკავშირებით ჩასატარებელი კვლევა-ძიების სფეროში. საკვლევ თემატიკათა შორის ვერ კიდევ გასული საუკუნის ბოლოს იყო მათემატიკური ლინგვისტიკა, ლინგვისტური კვლევა-ძიება სინტაქური ანალიზისა და სინთეზის დარგში, ენის სტრუქტურის, ლინგვისტური სემანტიკისა და სტატისტიკის დარგებში, რიცხობრივი მეთოდების სრულყოფა და ექსპერიმენტები ავტომატიკური თარგმანის განსახორციელებლად როგორც მანქანით, ასე უმანქანოდ. უნებრთვია, ენათმეცნიერება არ უნდა ვარაუდობდეს დაუყოვნებლო დღით პრაქტიკული შედეგის მიღწევას ამ დარგში. მთავარია, რომ აღნიშნულ საქმიანობაში წამოჭრიდ საკითხებს, მოსასრულებს და პროექტებს თანამედროვე ლინგვისტიკაში კომპლექტური პირები განიხილავენ. რომლებსაც საკუთარი მეცნიერული გამოცდილების საფუძველზე შეაფასონ მათი აკადრაციანობის შეფასება შეუძლიათ.

დღევანდელი ავტომატიკური მანქანის ექსპერიმენტების მცირე მოცულობის მიუხედავად მისი წყალობით გადაიჭრა და გადრძლედა პროგრამირების ენის მთელი როგი საკითხები. რომლებიც მათემატიკოსების ინტერესის საგანია. დაიხვეწა პროგრამირების ენის ისეთი სახე, როგორცაა ალგორითმული (algorithmic language). მათემატიკური ლინგვისტიკისა და მანქანური კომპიუტერების წყალობით პროგრამირების ენის გამოუმუშავების პროცესი საგრძობლად რაციონალურდება, რომ უკვე შესაძლებელია სინტაქური ანალიზის უნივერსალური ალგორითმის ენის შექმნა, რომლის რეალისაცია ნებისმიერ მანქანასე შეიძლება ნებისმიერი პროგრამირების ენით.

მანქანური თარგმანის ამოცანები არ შემოიფარგლება ხრულყოფილი თარგმანის მიღებით. დღეისათვის თარგმანზე უფრო მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ ამ ხაზით მანქანასთან გაცნობის პროცესში სპეციალისტებს გამოუმუშავდათ საკითხის სპეციფიკური მანქანური გააზრების უნარი და ჩვევები. უნდა ითქვას, რომ თანამედროვე ენათმეცნიერული ლიტერატურა დიდ დაინტერესებას აჩვენებს ამ ფრიად სასარგებლო მივლენით ენობრივი მოვლენების „მანქანური გააზრების“. სასარგებლოა არა იმდენად, რამდენადაც გააზრება მანქანურია, არამედ იმდენად, რამდენადაც მას ლოგიკულად საფუძვლად და ლოგიკა კი ერთია სწორედ ის ლოგიკა, რომელიც მეცნიერის ძალიან სჭირდება თავისი მსჯელობის ხსწორის შესამოწმებლად. მართლაც, ხშირად, როდესაც მანქანის „რკინის ლოგიკის“ თვალსაზრისით ვაკანტიროლებთ ხოლმე სვენი ლინგვისტური ასრულების პროდუქციას,

შიგადაშიგ ხარვესებს ეიოულლობთ, რის გამოსწორებასი ავტომატიზმის პრინციპები გეშეუვლიან. ამიტომბაა, რომ დღეს ხშირად გვეხმის გამოთქმები: „მისანშეწონილია ენა გაეიასროთ როგორც ავტომატური მოწყობილობა, რომელსაც აქვს შესავალი. თუითონ მოწყობილობა ამუშავეს შეტანილ მასალას და შედეგს იძლევა გამოსავალზე“ (ნხაიძე 1981: 78). ენა წარმოდგენილია ზუსტად ისე, როგორც ავტომატური მანქანა!

ფრო მეტიც, ზოგიერთ კვლევით ცენტრში ლინგვისტურ ამოცანად ისახავენ, რომ შეძლონ მთელი ლინგვისტური კვლევითი პროგრამის მანქანისებური გააზრება. სწორედ ამ გზით წარმართულმა მუშაობამ აღმოაჩინა ნაკლოვანებები. რომლებიც ჰქონდა ისეთ ახალ კონცეფციებსაც კი, როგორიცაა უშუალო შემადგენლების, წარმომშობი გრამატიკისა და სხვა თეორიები, და ცხადყო მათი სრულყოფის აუცილებლობა დამატებითი კვლევითების გზით.

ცნობილია, რომ სინტაქსური სტრუქტურების ახლანდელი უფრო ღრმა გაგება მანქანური თარგმანის, მისთვის საჭირო ალგორითმების შედგენის ექსპერიმენტებმა განაპირობა.

იმდენად რამდენადაც ცნობილია, რომ მანქანა დღესდღეობით ვერ ასრულებს სრულყოფილ ასპროცენტთან ამოცანას, მისანშეწონილია მას მხოლოდ ისეუ დავალებებს ვაძლევედეთ. რომლის გაკეთება შეუძლია და ამავე დროს სვენთვისაც სახარგებლოა. მრომას გეიმსუბუქებს. უერ კლდე ვინერო გვირსედა: „მიეკეთ ადამიანს და მანქანას თავთავისი მოქმედების სფერო ადამიანის ადამიანის შესაფერი და მანქანას მანქანის შესაფერი...“ (Звегицез 1986: 193).

ამ მროე საინტერესო მაგალთს იძლევა ლექსებბურგსა და მანკაიშიში ცატარებული ექსპერიმენტები, ტექსტს თარგმნის ადამიანი, რომელიც იშველიებს გხადავსა მანქანას, ასრულებინებს მას თავისთვის მოსაწვენ და შრომატევედ საჩუქათებს სპეციალურად შედგენილ ავტომატურ ლექსიკონებში აძებნიებს ლექსიკურ სინონიმებს, ამოარნივიინებს უკეთეს სინტაქსურ წყობას და სხვა. ეს აქტარებს თარგმანს. ამგვარად, ამ შემთხვევაში მანქანა ადამიანის დაამხარეა. ხოგან (მაგ. აშშ-ის ზოგიერთ ლაბორატორიაში) მიღებულია თარგმანის “შებრუნებული” წესი: იქ თავდაპირველად თარგმნის მანქანა, ხოლო ადამიანი მას ესმარება, უსწორებს დაშეებულ შეცდომებს, ემოლის პოსტრელექტორის როლში (Научнотехническая информация 1968: 31).

მანქანური თარგმანი ნელ-ნელა, მაგრამ ჭეშმარიტად გადაიქცა შორეული პერსპექტივიდან ინფორმაციულ რეალობად. ამჟამად, აშშეულითვის მონაცემებით შეიძლება დაევასელოთ თარგმანს მანქანური თარგმნის მომხმარებლისათვის ხელმისაწვდომი შემდეგი კომერციული სისტემები:

PARS 300, - რომელსაც გვთავაზობს ხარკოვის ფირმა „ლინგვისტიკა-93“, რომელიც ასრულებს თარგმანს რუსულიდან ინგლისურად და პირიქით. სისტემას აქვს ამგვარი ვერსიები უკრანულ და გერმანულ ენებთან.

SILOD, დამუშავებული გამოყენებითი ლინგვისტიკის რესეთის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სპეციალისტების მიერ ხანკატებბურგში.

MULTIS, გვთავაზობს გაერთიანება „ელკო“ ას შეუძლია ავტომატურად განსაზღვროს დოკუმენტების ენა, აქვს ინგლისურ-რუსული, ფრანგულ-რუსული, პორტუგალიურ-რუსული, ესპანურ-რუსული, იტალიურ-რუსული, რუსული-ინგლისური ვერსიები.

GTS GLOBAL LINK – ამერიკული ელექტრონული თარგმანი.

STILOS – ათ წელზე მეტია არსებობს და უკვეელი ლიდერია. მ პროგრამის პირველი ვერსიები ცნობილი იყო სახელწოდებით „პრომ MT“. დღეს სანკ-პეტერბურგის ეს ფორმა გვთავაზობს თარჯიმან-პროგრამების მთელ ოჯახს ინგლისურიდან, გერმანულიდან, ფრანგულიდან, იტალიური და ესპანური ენებიდან, ასევე რუსულიდან ინგლისურსა და გერმანულზე (Нелюбин, Хухун 2005: 450).

მიუხედავად იმისა, რომ დღესათვის ავტომატურ თარგმანში ცოტაა მიღწეული, რაც გაკეთდა იმასაც დიდი თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა აღმოაჩინდა და ეს არც თუ ისე ცოტაა. ბუნებრივია, გაცდლებით მეტი იქნებოდა მიღწეული. აღნიშნული პრობლემისადმი მეტ ყურადღებას რომ ისვენებენ ფილოლოგები. სწორედ ენობრივი მასალების (ლექსიკის, გრამატიკის) მანქანის ენასე დამუშავება აქვია აღნიშნულ საქმეს ყველაზე უფრო. მარტო ომონიუმების ერთმანეთისაგან განურჩევლად მიწოდება მანქანისათვის დაუძლეველ ბარიერს უქმნის მას სწორი თარგმნის მიღებაში. ამ მიზეზით მანქანა, ბუნებრივია, ხშირად იძლევა უასრო და სასაცილო თარგმანს. მაგრამ მანქანური თარგმანის განვითარების გზასე შემხვედრი სიძველეები დაძლევადა და ამაში დღეს უკვე თითქმის აღარაქვს ეპარება ეჭვი.

არ შეიძლება ყურადღების გარეშე დატოვოთ ის ფაქტი, რომ მაშინ, როდესაც საზოგადოების განვითარების მთელ მანძილზე ადამიანმა შეძლო გამრჯე ხელებს საერთობლად მიშეულებოდა – გამოეგონებინა იარაღები ქვის ნაჯახიდან დაწყებული დღევანდელ ელექტროხერხამდე და საერთოდ ყოველგვარი ფისიკური შრომის ავტომატიზაციამდე, – კონკრეტულ სამუშაოს მან დღემდე ყურადღებით უშეუღლა! ის ამ მხრივ დღეს იმ დონეზე, რა დონეზეც პირველყოფილი საზოგადოების ადამიანები იდგნენ. ისე რომ არ შეიძლება ჯეროვნად არ შევაფასოთ ის ნამდვილად ისტორიული მოვლენა, რომ მოცუვა საუკუნეში ადამიანის ტენის პირველად გაქნდა საიმედო ტექნიკური დამხმარე ელექტრო-გამომთვლელი მანქანის (ეგმ) სახით. ინფორმაციის თარგმნისათვის არასაკმარისი კადრების გამო ეს სეკენი მთავალი თაობები იყოჩრებენ მანქანური თარგმნის გაუმჯობესებაზე. მაშინ თარგმანი ეპოქის მოთხოვნილება იქნება.

რაც შეეხება მხატვრულ თარგმანს, აქ პირველობის პრეტენსია, რასაკვირველია, აქვს და ექნება ადამიანის მიერ შესრულებულ თარგმანს, როგორც თარჯიმნის დამხმარესა და კონსულტანტს.

ამბობენ, რომ პოეზიაში მანქანა ადამიანს ვერ შეეკლის, ვინაიდან მანქანა უსულო და ფისიკურ განცდებს მოკლებული საგანია. ეს შენიშვნა საუკუნითი სამართლიანია. დეტალებში ეს საკითხი შემდეგნაირად შეიძლება წარმოვიდგინოთ. ლექსის წერა მანქანის საქმე არაა და არც იქნება არასოდეს. მანქანა ვერ შეძლებს საზოგადობისათვის სულიერი სასრდოს მიწოდების საქმეში გაუტოლდეს ადამიანს. და ეს არც არის საჭირო. თუმცა ეს იმას არ ნიშნავს, რომ ლექსის შეთხზვის ექსპერიმენტებს მანქანასე ტექნიკური არ ნაატარებენ საერთოდ. ასეთი ექსპერიმენტები დღესაც ტარდება, მაგრამ მათი მიზანია არა ის, რომ პოეტებს შეაჯიბრონ მანქანები და მხატვრული სიტყვის ოსტატები მანქანებით წაანაცვლონ. არამედ ის, რომ გამოიკვლიონ მანქანების უნარიანობა ამ მრევაც, შეადარონ ის ადამიანისას, და წინ წასწონ თანამედროვე სოციოლოგიის იმ აქტუალური პრობლემების გადაჭრის საქმე, რომლის კიბერნეტიკული სახელია „ადამიანი-მანქანა“. ე.ი. რომ გამოიკვლიონ ადამიანისა და მანქანის თავისებურებანი ასროვნების უნარიანობის თვალსაზრისით.

ამრიგად, მანქანური თარგმანი განვითარებისაკენ არის მიმართული, მაგრამ ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ მისი სრულყოფილება ძალიან მოკლე დროში მოხდება. რადგან მოგესხენებათ, თუ რაოდენ რთული და შრომატევადია მანქანურ თარგმანთან დაკავშირებული პრობლემების გადაჭრა.

მანქანა ადამიანის გარეშე ყოველთვის უსუსურია. ის ბოლოს და ბოლოს რკინის გროვია და არა ბიოლოგიური არსება. ხოლო ვინაიდან ეს რკინის ნაწილები ადამიანის მიერ მეცნიერების თანამედროვე მიღწევების საფუძველზე – ელექტრონიკის, ავტომატიკისა და ტელემექანიკის მიღწევების გამოყენებით რაციონალურადაა ორგანიზებული, ის წარმოადგენს ადამიანის უდიდეს დამხმარე ძალას, მის შემცველს მძიმე და შრომატევად სამუშაოებში. ჩვენი საუკუნე ავტომატიკის საუკუნეა და მის გარეშე დღეს კაცობრიობის წინსვლა შეუძლებელია.

ვარაუდობენ, რომ თარგმანის გაუმჯობესებული ფორმის მიღებას ხანგრძლივი პერიოდი დასჭირდება, მაგრამ აშკარაა, რომ როდესაც ეს პროცესი საბოლოო სახეს მიიღებს დაიწყება სრულიად ახალი ეპოქა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ჩხაიძე შ. ავტომატური თარგმანი. თბილისი, 1981.
2. Звегинцев В. А. Теоретическая и прикладная лингвистика. М., 1968.
3. Научнотехническая информация. М. 1968.
4. Нелюбин Л. Л., Хухуни Г. Т. Наука о перевод. М., 2005.
5. Равич Р. Д. Автоматический перевод. М., 1967.
6. Brandwood L. Pronoun reference in German. „mechanization of thought processes” London, 1959.

Л. Чхенкели

Грузинский технический университет

Перевод один из приемов обучения русскому языку как иностранному в технических вузах

Ключевые слова: перевод, функционирование, семантизация, термины, заимствования

Перевод как особый вид речевой деятельности начинает функционировать при усвоении иностранного языка. В результате возникает необходимость установить его место на разных этапах овладению речью и языком.

В настоящее время в учебном процессе применяются как беспереvodные, так и переводные приемы обучения. Задача преподавателя – найти разумное соотношение между ними и выяснить чем вызвана потребность в переводе.

Перевод на продвинутом этапе в техническом вузе осуществляется на текстах, тематика которых имеет коммуникативную значимость в их профессиональной деятельности. Для перевода студентам предлагаются фрагменты текстов по специальности, заимствованные из аннотаций, рефератов учебников, учебных пособия или из статей по профилирующим специальностям.

При обучении языку, как средству получения научно-технической информации, перевод может быть использован как один из эффективных способов семантизации терминов и терминологических сочетаний в целях быстреего усвоения законов терминологического языка и накопления терминологического минимума.

Профессиональное свойство термина, совмещение в нем нескольких специальных значений и общеобиходных, ставит перед студентом такие же задачи, как и всякое многозначное слово, являющееся потенциальным носителем нескольких значений, из которых в контексте реализуется одно. Для правильного перевода, т.е. выбора нужного слова из числа тех, какие служат передачей термина подлинника в разных его значениях, является правильное понимание того, о чём в контексте идет речь, т.е. знание явлений действительности и их названий.

Термины, как правило, в специальном тексте частотные и играют в нем важную смысловую роль. Но также, как и обычные слова, они могут быть многозначны, выступая в области техники или науки как названия различных вещей и понятий, в зависимости от контекста; могут совпадать со словами, не имеющими характера терминов, например, французское слово „меню“, означающее список команд, из которого можно сделать выбор, работая на компьютере, может совпадать со словом, не имеющим характера термина, в роли обиходной речи – перечень блюд в ресторане, кафе. Термин „ярус“ (ярус информационных источников, ярус строительных лесов). а в обиходной речи – место в театре; термин „ансамбль“ в архитектуре означает совокупность зданий, образующих данную архитектурную композицию, а в обиходной речи – совместное участие нескольких лиц в исполнении музыкального произведения и т.д.

Приведем пример перевода одного фрагмента из учебного пособия по русскому языку для студентов-иностранцев архитектурного факультета.

„Создавая архитектурную композицию, архитектор учитывает пропорции частей здания и элементов ансамбля – *არქიტექტურული კომპოზიციის შექმნისას არქიტექტორი საკვადოსწინებს შენობის ნაწილების და ანსამბლის ელემენტების პროპორციებს*“

При переводе подобных текстов студенты в подавляющем большинстве случаев пользуются уже готовыми терминами, существующими в соответствующей отрасли научной литературы (композиция, ансамбль, пропорция).

Одной из важных практических задач перевода терминов научно-технических текстов является правильный выбор вариантов в тех случаях, когда для иноязычного термина существуют соответствия в виде: слова родного языка и заимствованного слова. При классификации и оценке терминологических средств, применяемых в определенной области науки предлагается различать оправданные заимствования, которые не могут быть заменены словами родного языка и вошли в его словарный состав, например, слова интернациональные: компьютер (метод организации памяти в компьютере), телефакс (факс – аппарат). А так же заимствования, допустимые в условиях определенного контекста в силу их большой краткости, чем соответствующие синонимические средства родного языка, т.е. имеются в виду такие случаи, когда одно заимствованное слово может служить заменой целого словосочетания родного языка и в силу этого представляет преимущество большой компактности, например, термин „лазер“ заменяет словосочетание „квантовомеханическое усиление“ или „генерация света“

Однако, не нужны такие заимствования, которые затрудняют понимание смысла – поскольку имеются термины родного языка, означающие в точности то же понятие и

отличающиеся той же степенью краткости, например, „инвертор“ (преобразователь) в электронике, „секвестр“ (сокращение в бюджете).

Студенту предоставляется право выбора одного из вариантов перевода. Преподаватель обращает внимание студентов на тот факт, что появились термины, которые уже привились даже при наличии русского синонима, например, в математике термин „аппроксимация“ вместо „приближение“ и др.

Внимание студентов следует обратить и на факт частоты применения заимствованных терминов, т.к. в совокупности своей они приводят к контрасту слов родного языка и затрудняют восприятие материала. Даже в том случае, если заимствование вполне приемлемо, оно может приобрести навязчивый характер, поэтому, если термин в тексте встречается часто, можно использовать местоимение, в результате чего частотность термина уменьшается.

При переводе научно-технического текста, личные местоимения употребляются в соответствии с задачей отвлеченно-обобщающих значения, практически не используются формы местоимения второго лица, так как они являются наиболее конкретными, редко употребляются формы первого лица единственного числа. Наиболее частотны отвлеченные по значению формы третьего лица.

В работе над переводом, желательно заострить внимание на систематичности вновь создаваемых терминов. Студентам нужно разъяснить, что во многих областях разработаны специальные правила образования терминов для понятий и объектов определенного класса. Так, названия различных видов электронных ламп создаются по аналогии с термином „электрод“ (проводник, по которому электрический ток поступает в жидкость и газы) с указанием числа электродов, используемых в лампе („диод“, „триод“ и т.д.); ряд специализированных электронных устройств получает название с элементом „трон“ (плазматрон-плазменный генератор, игнитрон-выпрямительное устройство, экситрон-ртутный выпрямитель).

Научно-технические тексты обычно насыщены терминами всех типов, что объясняется спецификой терминов, их принципиальной однозначностью, точностью, экономичностью, большой информационной насыщенностью по сравнению с обычными словами.

Терминология подразделяется на две неравные части: специальную терминологию со множеством более частных подразделений, ограниченную в своем употреблении определенными сферами общения и общеупотребительную терминологию, известную практически всем носителям языка. К последним относятся слова и сочетания, не обладающие свойством термина идентифицировать понятия и объекты в определенной области, но употребляемые исключительно в данной сфере общения, отобранные узким кругом специалистов, привычные для них, позволяющие им не задумываться над способом выражения мысли, а сосредоточиваться на сути дела.

Однако, не только термины играют важную роль при переводе. Предложение с его синтаксической и семантической структурой в двух контактирующих языках следует признать не менее значительным фактором при переводе.

Правильный перевод научно-технического текста должен удовлетворять следующие основные требования:

1. Передача точного смысла оригинального текста.
2. Четкое и максимально краткое изложение текста перевода.
3. Соответствие перевода общепринятым нормам родного языка.

В качестве примера приведем небольшой фрагмент из учебного пособия „Полупроводниковые преобразователи магнитного поля“:

„Осенью 1879 г. студент последнего курса университета Джонса Гопкинса в г. Балтиморе (США) Эдвин Холлс, изучая теорию электричества и магнетизма, был озадачен следующим местом в книге основоположника теории электромагнитного поля, известного английского физика Д.К. Максвелла: „Механическая сила, приводящая в движение проводник с током в магнитном поле, направленном нормально к проводнику, действует не на электрический ток, а на проводник, по которому течет ток“.

„1879 წლის შემოდგომაზე ქალაქ ბალტიმორის (აშშ) პოფკინსის სახელობის უნივერსიტეტის ბოლო კურსის სტუდენტი ედვინ ჰოლსი, ელექტრობის და მაგნეტიზმის თეორიის შესწავლისას საგონებელში იყო ჩავარდნილი ცნობილი ინგლისელი ფიზიკოსის, ელექტრომაგნიტური ველის თეორიის ფუძემდებლის ლ. კ. მაქსველის წიგნის შემდეგი ადგილის გამო: „მექანიკური ძალა, რომელსაც გამტარისადმი ნორმალურად (პერპენდიკულარულად) მიმართულ მაგნიტურ ველში მოძრაობაში მოქცეულ დენთან გამტარი, მოქმედებს არა დენზე. არამედ გამტარზე, რომელშიც გადის დენი“.

Здесь наблюдается перестройка предложения, во многом предопределяющая необходимость изменения порядка слов, а также длинные предложения, что связано с отсутствием в грузинском языке причастных и деепричастных оборотов.

Учитывая особенности перевода, желательно выполнение специальных упражнений, приближающих студентов к избранной ими специальности.

В процессе выполнения перевода студент получает возможность проверить свои знания, убедиться в том, насколько он продвинулся в изучении русского языка.

Место перевода, как одного из учебных приемов, по нашему мнению, весьма существенно, поэтому, регулярные занятия по учебному переводу должны быть предусмотрены программой, а также желательно введение курса перевода на завершающем этапе обучения русскому языку иностранных учащихся. Данный курс поможет более глубокому усвоению специфики русского языка при сознательном сопоставлении с родным языком, ознакомлению с основной терминологией специальности; выработает умение работать с различными жанрами научной и технической литературы, делать обобщения, рефераты, аннотации. Умение работать с разного рода текстовыми материалами в плане перевода и ознакомления с общенаучной и специальной терминологией на двух языках будет способствовать в будущей научной работе или же в практической деятельности инженера-выпускника в профессиональной иноязычной среде.

ლიტერატურა

1. Аполлова М.А. – Грамматические трудности перевода. „Международные отношения“, Москва, 1977.
2. Брандес М.П., Провоторов В.И. – Предпереводческий анализ текста. Учебное пособие. М., 2001.
3. Комиссаров В.Н. – Слово о переводе. „Международные отношения“, Москва, 1979.
4. Паршин А. – Теория и практика перевода, 2007.
5. Федоров А.В. – Основы общей теории перевода. М., „Высшая школа“, 1983.
6. Хомерики О.К. – Полупроводниковые преобразователи магнитного поля. М., „Энергоатомиздат“, 1986.
7. Цибахшвили Г.Г. – Вопросы теории и практики перевода. Тбилиси, 2000.

8. Чхенкели Л., Петросян Р., Шургая М. – Учебно-методическое пособие по русскому языку для студентов иностранцев II курса архитектурного факультета. Тбилиси, 1998.

დ. ჩხენკელი

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი,
თარგმანი, რუსულის, როგორც უცხო ენის სწავლების ერთ-ერთი ფორმა
ტექნიკურ სასწავლებლებში

სტატიაში განიხილება თარგმანის როლი და თავისებურებანი რუსულის, როგორც უცხო ენის სწავლებისას. ძირითადი ყურადღება ეთმობა უმაღლეს ტექნიკურ სასწავლებლებში სამეცნიერო-ტექნიკური ტექსტების თარგმნის მნიშვნელობას როგორც ტექნიკური ტერმინოლოგიის ათვისებისათვის, ასევე წინადადების სწორად გაკუთხისათვის.

L. Chenkeli

Technical University of Georgia

Translation – one of the main ways of teaching Russian as a foreign language on technical educational institution

In the article it is described the role of translation and its characteristics while teaching Russian as a foreign language. The main attention is paid to the importance of translation of science-technical texts at the higher technical institutes as a way for learning technical terminology and also for the right adjustment of the sentence.

კომუნიკატიური ტექნოლოგიები ჟურნალისტიკაში/ Коммуникативные технологии в журналистике/Communicative Techniques in Journalism.

Басилая Наталья

Тбилисский государственный университет им. Ив. Джавахишвили

Коммуникативные технологии в глянцевои журналистике

Значение слова «Tatler» – «болтун, сплетник». Журнал с таким названием недавно появился в тбилисских киосках печати и сразу же нашел своего читателя, своего гипотетического собеседника, с которым он может вступить в диалог.

«Tatler» – ежемесячный всемирно известный британский журнал о жизни аристократии. Он издается более 300 лет, с 1709 года. С 1982 года этот культовый журнал принадлежит издательскому дому Conde Nast Publication.

Его русская версия появилась в сентябре 1998 года. Журнал выходит ежемесячно тиражом 120 тысяч экземпляров на 300 полосах. 56% тиража распространяется в Москве, 7% в Санкт-Петербурге и по 1,5-6% в городах с населением в один миллион человек, в том числе и в Тбилиси.

Иностранная, русская, версия издания, выходившего до тех пор только в Великобритании, была запущена впервые.

В русской версии «Tatler» общее позиционирование осталось неизменным, так же как и в британском оригинале, – это журнал про аристократов и светскую жизнь. [1].

Следует отметить, что тогда, 12 лет назад идея выпускать адаптированную для русскоязычных читателей версию выглядела по меньшей мере странно, поскольку в России светского общества в том понимании, которое вкладывает в это понятие английский «Tatler» нет. По данным Российского дворянского собрания (РДС) в стране в то время насчитывалось около 10 тысяч семей, из которых титулованных, в частности князей и графов, около ста. Предводитель РДС Александр Королев-Перелешев сказал на встрече с журналистами: «Это люди вряд ли будут интересны "глянцевому" читателю. У них очень средние доходы, людей, входящих в сотню Forbes, среди них нет. В основном, это творческая интеллигенция». По его словам, едва ли не единственный дворянин, известный широкой общественности, – вице-премьер правительства Александр Жуков» [1].

Однако, как показало время, «Tatler» нашел свою нишу, своего читателя, а с сентября 2010 года даже появилась еще одна форма коммуникативной стратегии глянцевого журнала: в сентябрьском номере «Tatler» Издательский дом Conde Nast Россия объявил о запуске полноценного сайта этого журнала: «Сайт Tatler.ru ориентирован на тех, кто любит жизнь – часто выходит в свет, имеет внушительный круг друзей, охотно делится новыми впечатлениями и интересуется тем, что происходит в жизни людей из их круга. Сайт Tatler.ru позволит первыми узнать об

актуальных новостях, последних трендах и горячих сплетнях из уст известных людей Москвы...» [2].

Целью нашего рассмотрения является выявление определенных коммуникативных установок в глянцево-журналистике на примере данного журнала. Как отмечал еще Л.С. Выготский, журнальный текст — «это речь-монолог с <...> воображаемым или только представляемым себе собеседником», а значит, большая точность этого образа с большей вероятностью «достигнет сознания слушателя» [3, с. 34].

«Tatler» своим названием указывает на использование опыта работы гляцевых изданий с позиций соответствия сложившихся коммуникативных практик задачам выявления и решения проблем определенной части читателей.

Целевая аудитория журнала, на которую обращены его коммуникативные устремления, это «успешные и независимые женщины 29 лет, большое внимание уделяющие модным тенденциям, от выбора SPA-салона до выбора курорта» [1].

Отличительная черта русской версии «Tatler», по словам директора по связям с общественностью издательского дома Conde Nast Елены Шнейдеровой, — «большой объем модных съемок, которые занимают около 50% журнала» [1].

«Смотрение» (practice of looking) [4] — это такой же коммуникативный акт, как чтение или говорение, в ходе которого мы выстраиваем образ действительности и придаем ему значение. В визуальном плане гляцевые издания предлагают читателю стереотипную модель, составленную из ключевых образов — тенденций моды и идеологических концептов, важных в выражении позиции редакции по отношению к социальному миру.

Позиция редакции выражается в каждом номере того или иного гляцевого журнала в эссе, в котором редактор вступает в диалог с гипотетическим читателем, настраивая его на позитивное восприятие представленной в нем информации. Если читатель позитивно воспринимает данную информацию, то есть он не только с интересом прочитает предложенный ему журнал, но и будет искать в киосках следующие номера журнала или оформит подписку на него, можно говорить о более или менее успешном коммуникативном акте между изданием и читателем.

Сложный процесс переплетения глобальных тенденций общественного развития и локальных, местных особенностей культурного развития современные исследователи феномена глобализации (Р. Робертсон, У. Бек, М. Кастельс) определяют как явление *глокализации* [5; 6]. Одним из примеров подобного взаимодействия глобального и локального служит развитие международного рынка прессы. Так, Т.А. Свешникова в статье «Визуальные образы в региональных версиях журнала «Esquire» высказывает мысль, что «с одной стороны, такие издания, как «Esquire», реализуют единую издательскую стратегию; с другой стороны, они «корректируют» средства интерпелляции и культурные коды в региональных версиях для более эффективной коммуникации со своей сегментированной аудиторией» [7, 199].

Подобные механизмы мы наблюдаем как в вербальном, так и визуальном планах журнала «Tatler».

должно быть, как от бокала шампанского. Радость, удовольствие, счастье, покалывающие в носу пузырьки. И, кстати, Моника Белуччи в своем жизнелюбии, открытости, в том, что она живет в мире с собой, своим телом, своей красотой, своим ребенком. — вполне себе «персонаж Tatler». Наш персонаж — это вовсе не обязательно герой закрытой тусовки. Но это всегда интересный и искрометный человек, который умеет быть счастливым» [1].

Таким образом, визуальный и текстовый планы журнала, семантически дополняя друг друга, функционируют как две самостоятельные истории.

Текстовый план журнала выполнен в стилистике разговорного жанра сплетен: «Это особенный проект. Tatler, на мой взгляд, сильно отличается от прочего глянца. Глянec часто избегает остроты, Tatler задуман по-другому. Про всю глянцевою сладкую жизнь он пишет достаточно остро. В 80-е годы этот журнал делала знаменитая Тина Браун — она прославилась потом как главный редактор американского *Vanity Fair* и *New Yorker*. Начинала она именно в Tatler, и *Conde Nast* купил этот журнал сразу после того, как Тина Браун его преобразила — сделала острым, неожиданным, резким. Она сказала однажды: «Tatler, как собака. — кусает руку, которая ее гладит».[1].

У русского «Tatler» тоже «есть зубы», острая интонация: «Помнится, когда готовился первый из пилотных номеров Tatler, в тусовке ходили слухи, что данное издание едва ли не специально затевается для освещения бракосочетания модельера Алены Ахмадуллиной и предпринимателя Александра Мамута. Вчера ведущие вечера Андрей Малахов и Дарья Спиридонова учинили госпоже Ахмадуллиной небольшой допрос на тему ее расставания с господином Мамутом. Яркого света на это дело они, конечно, не пролили, но поводы для разговоров дали. А судя по содержанию первого номера журнала Tatler, теперь это издание нацелено на скорейшее бракосочетание модельера Дарьи Жуковой и предпринимателя Романа Абрамовича. И скромнее, и краше всех предстает на страницах издания госпожа Жукова, и даже посредством фотошопа к одной из ее карточек пришпилена фата. Будем надеяться, не сглазят» (Александра Сухостат).

Установка журнала кого-нибудь задеть: «Иначе невозможно, неинтересно. Англичане привыкли к тому, что если Tatler про тебя написал — это просто отлично. Как именно и про что — уже другой разговор»[1].

Известно, что юмор и самоирония занимают особое место в ментальности британской нации. Это сказывается на восприятии самих себя вообще.

В восприятии человека, еще недавно читавшего советские журналы с «правильными» названиями наличие номинации сплетника Tatler в заголовке бренда достаточно необычно. Не изжиты еще представления древних восточных славян, которые свято верили, что сплетники будут на том свете висеть за зуб и изо рта у них будут выползать змеи.

Трудно представить себе, что человек, ознакомившись с нелицеприятной информацией о себе, со «слухами», которые появились на страницах русского Tatler, может проявлять чувство юмора и самоиронии.

Однако такова формула Tatler. Для того, чтобы он был интересен, в нем должна быть «перчинка».

Елена Шнейдерова в своем интервью перед первым выпуском журнала, рассказала: *«Недавно я была в гостях, где собрались исключительно it-girls, татлеровские героини. Я принесла с собой первый номер Tatler — это было за пару дней до того, как он появился в продаже. Девушки стали вырывать его друг у друга, смотреть, читать, хохотать. Но как только каждая из них достигала до себя — улыбка исчезала. Но мы надеемся, что чувство юмора и здоровой иронии в конце концов возобладает. И сам факт появления на страницах Tatler станет у нас таким же престижным, как в Великобритании».*

Восприятие образов русского «Tatler» — это процесс легкого и «удобного» чтения, что соответствует главной установке журнала на общение. В «Tatler» широко представлены модные тенденции, рейтинги, эксклюзивные интервью с мировыми звездами, много занимательных историй *«про то, как и за что плачут богатые»*. Несмотря на веяния времени, Tatler совмещает тренды и современную историю, вписывая моду в нынешние культурные рамки. На обложках журнала представлены востребованные киноактрисы и модели - Клаудиа Шиффер и Наталья Водянова, Лив Тайлер и Натали Портман, Марион Котийяр и Ева Херцгова.

Нашлось место и для ретрокрасавиц, «женщин эпохи ар деко» Ингеборги Далкунайте и Ренаты Литвиновой. И можно бесконечно спорить: удалось ли российской версии Tatler стать воплощением остроумия роскоши, но свой уникальный, ни на что не похожий стиль он сохранил.

В стратегии репрезентации действительности русским «Tatler» используется все разнообразие жанровых изобразительных форм: постановочное и репортажное фото, рисунок, карикатура, схема. Журнал играет с цветовым и полиграфическим решением номера.

Информация разложена на небольшие ансамбли, где текст и визуальные средства неразрывны. Цель такого расположения — облегчить беглое чтение [8].

Фотографии возвращаются ее первичная функция — визуализации действительности. Визуальный план журнала гармонично взаимодействует с вербальным, что делает чтение русского «Tatler» более комфортным.

Многотемность журнала для деловых, активных женщин и «светских дам» коррелирует с постоянным варьированием образных средств. Эта особая форма не есть простое наложение еще одного рассказа параллельно с текстом: она меняет отношения издания с читателем, делая акцент на эмоции — удовольствие, экспрессивность и информативность дискурса.

Итак, исходя из единой издательской стратегии журнала, позиционирующего себя символом стиля и красоты, эталоном вкуса и изысканности для людей, любящих удовольствия. «Tatler» «корректирует» средства реализации этой концепции в русской версии, адаптируя дискурс издания к запросам, вкусовым пристрастиям, стереотипам, к привычным для определенной аудитории моделям погрешения культурной информации.

Русский «Tatler» реализует концепцию развлекательного женского журнала, поэтому воспринимать его информацию комфортно, интересно и легко.

Сложное переплетение визуального и вербального планов, придающее необходимую экспрессивность дискурсу издания, одна из форм построения успешной коммуникации между медиа и аудиторией.

Литература:

1. Режим доступа: <http://antrakt.ng.ru/figure>
2. Режим доступа: Tatler.ru
3. Цитируется по: Ганичев В.Н. Молодежная печать: история, теория, прак-тика. — М.: Мысль. 1976.
4. Sturken M., Cartwright L. Practices of looking: An introduction to visual cul-ture. New York. 2001.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М. 2000.
6. Свешникова Т.А. «Визуальные образы в региональных версиях журнала «Esquire» // Материалы пятой международной конференции «Потребление как коммуникация». Санкт-Петербург, 2009.
7. Штена В. R. Утопия. М., 2004.
8. Thwaites T., Devis L., Mules W. Introducing cultural and media studies: A semiotic approach. Hampshire, New York, 2002

ბ. ა. ბასილაია

პრიალა ყრდიანი ჟურნალისტიკის კომუნიკაციურობა

ჩვენი განხილვის მიზანს წარმოადგენს განსაზღვრული კომუნიკაციური პარამეტრების გამოვლენა პრიალა ყრდიან ჟურნალისტიკაში ჟურნალ "Tatler" - ის მაგალითზე.

"Tatler"-ი, თავისი სახელწოდებით (ჟორიკანა) მიუთითებს პრიალა ყრდიანი გამოცემების გამოცდილების გამოყენებაზე ჩამოყალიბებული კომუნიკაციური პრაქტიკის მკითხველთა განსაზღვრული ნაწილის პრობლემების გამოვლენისა და გადაწყვეტის შესაბამისობის თვალსაზრისით.

რუსეთის "Tatler"-ი ახორციელებს გასართობ ქალთა ჟურნალის კონცეფციას, რათა ინფორმაცია მიღებულ იყოს კომფორტულად, მარტივად და საინტერესოდ .

ვიზუალური და ვერბალური სფეროების რთული გადაბმვა, რომელიც გამოცემის დისკურსს საჭირო ექსპრესიულობას ანიჭებს, არის მედიასა და აუდიტორიას შორის წარმატებული კომუნიკაციის შექმნის ერთ-ერთი ფორმა.

ქ. ბოხუა

ვერბალური კომუნიკაციები სივრცესა და დროში ქართული საინფორმაციო სააგენტოების მაგალითზე

„კავშირის სიძნელეების გამო, მისიკოვი ფოტოკორნიკის განყოფილები გასის ფოტოსურათებს I თვის და მეტის დაგვიანებით ღებულობს. ამით აიხსნება საქართველოდან „ტას“-ში ჩვენი სურათების გაგზავნის შეწყვეტა.“

„საქართველოს რაიონებში გასუთის რედაქციები სოფი ვერ ღებულობს „ტას“-ის და სხვა მნიშვნელოვან ინფორმაციებს რადიომიმღების (ან აქეთ და

ვერ ამუშავებენ მათ ლამფების, ბატარეების და სხვა ნაწილების) უქონლობის გამო. ჩვენ შევძლებისდაგვარად ვეხმარებით მათ, ყველას ვერა.“

„ომის პირველ თვეებში „გერუსტაგი“ უშეუბრალოდ იღუსტრირებულს „Ожог Сатиры“-ის გამოცემას. თავიდან გამოდიოდა თვეში ერთი ეგზემპლარი. ის იკრებოდა ვიტრინაში „გერუსტაგის“ წინ. 1942 წ. გამოვეცით თვეში სამჯერ, ხოლო მაისში გამოვეცით დიდი რაოდენობით ხელმომწერთათვის. ყოველთვიურად ტრაფარეტის საშუალებით გამოდიოდა 60 ეგზემპლარზე მეტი.“ (სტილი და ცულობა ავტ.)

ეს გახლავთ ამონარიდი 1942 წლით დათარიღებული „გერუსტაგის“ მუშაობის შესახებ წლიური ანგარიშიდან, რომელიც არა მარტო ეპოქის ნათელ სურათს იძლევა, არამედ სუბმიწვევით გეიხასიათებს იმეამინდელი ქართული საინფორმაციო კომუნიკაციების შესაძლებლობებსა და მუშაობის სტილს, საზოგადოების მოთხოვნებსა და განწყობას.

„გერუსტაგი“, რომლის მუშაობის იღუსტრაციითაც დაიწყო ვერბალურ კომუნიკაციებზე საუბარი, თავისი ჩამოყალიბებული სტრუქტურითა და ძირითადი ფუნქციით „პირველი მურცხალი“ - სააგენტო იყო იმდროინდელ ქართულ საინფორმაციო სივრცეში, თუ არ ჩავსვლით გახული საუკუნის გაროურაუსე ქართულ პერიოდიკაში ჯერ კიდევ გახუთის კორქსონდენტთა გაუბუდაე ნაბიჯებს მცირე ზომის საინფორმაციო ცნობების სახით. „გერუსტაგი“ იყო პირველი საინფორმაციო სააგენტო ამიერკავკასიაში და შესაბამისად საქართველოშიც. თუმცა, ამის შემდგომ საბოლოო ვარაიანებდე კდეე ბევრჯერ იცვალა სახელი, რომელთა შორის ყველაზე მეტხანს „საქინფორმა“ სახელწოდებით იყო ცნობილი და რომლის საბოლოო ლიკვიდაცია 2004 წელს მოხდა, როგორც პირველი და უკანასკნელი ქართული სახელმწიფო საინფორმაციო სააგენტოსი.

თანამედროვე ვერბალურ კომუნიკაციებზე მსჯელობა წარმოუდგენელია საინფორმაციო სააგენტოების როლისა და ცხოვრებაში მათი დღეკანდელი ადგილის გაუთვალისწინებლად. სწორედ ამიტომ, განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს მსოფლიოში დღემდე დავროვილი თაორული ცოდნის, პრაქტიკული გამოცდილებისა და ტექნოლოგური სიახლეების ათვისების ქართული ვერსია. სხვანაირად, რომ ყუქვათ - ქართული საინფორმაციო სააგენტოების საქმიანობის შესაბამისობა მსოფლიოში უკვე კარგად აპრობირებულ და საყოველთაოდ აღიარებულ სცილთან და ფორმებთან.

როგორც ცნობილია, საქართველოში საბჭოთა კავშირის დაშლისა და დამოუკიდებელი ქვეყნის სტატუსის მოპოვების პროცესს დაემატა სამოქალაქო ომი და ქვეყნის შიგნით შეიარაღებული კონფლიქტის ორი კერა, რაც განსაკუთრებულ ინტერესს მატებდა საქართველოს, როგორც მსოფლიო პოლიტიკის, ისე საინფორმაციო კომუნიკაციების თვალსაზრისით. საქართველო ბოლო ოცი წლის მანძილზე სისტემატურად ექვევრდა მსოფლიოს წამყვანი სააგენტოებისა და სხვა მედია-საშუალებების ყურადღების ცენტრში. სწორედ ეს ვითარება გამოდგა ნოიყერი ნიადაგი დამოუკიდებელი საინფორმაციო სააგენტოების შესაქმნლად, რომელთა ჯერ კდეე მოუქნელი და გაუბუდაეი ნაბიჯები მსოფლიო საინფორმაციო სივრცის მიმართულებით, ამ დროს გადაიდგა. თითქმის ფორსმაკორულ ვითარებაში ჩნდებოდნენ და ვითარდებოდნენ ქართული საინფორმაციო სააგენტოები. მანამდე არსებული საინფორმაციო ენის გამოყენება, რომელიც „საქინფორმა“ დანერგა, აღარ აკმაყოფილებდა თანამედროვე მოთხოვნებს და მოხდა ისე, რომ გახული საუენის 90-იანი წლების დასაწყისში

ახლად შექმნილ დამოუკიდებელ საინფორმაციო სააგენტოებს ცაიტროტის რეჟიმში მოუხდათ მსოფლიო მედია-საშუალებების მოთხოვნების შესრულებაც და პარალელურად ახალი ქართული საინფორმაციო ენის შემუშავებაც. სწორედ ასეთ ვითარებაში გახდა ცნობილი ჩემთვის, როგორც ახლადდარსებული სააგენტოს დამფუძნებლისა და ხელმძღვანელისთვის „ფინანს-პრესისა“ და „რეიტერის“, „ბი-ბი-სი-სა“ და „ინტერ-ფაქსის“ სტანდარტები. იმხანად უკვე დადგენილი სტანდარტების ათვისება თუნდაც იმათ იყო მნიშვნელოვანი, რომ მათი შეუსრულებლობის შემთხვევაში სააგენტოს არ ყოფილებოდა უცხოელი ხელმძღვრთ და ელემენტარულად შეწყვეტდა ფუნქციონირებას ფინანსური პრობლემების გამო. (საგულისხმოა, რომ ამ დროს საინფორმაციო სააგენტოების შემოსავლის ძირითად წყაროს უცხოური მედია-საშუალებები წარმოადგენდნენ. ავტ.)

ჯერ იყო „ბებია“, „იფრინდა“, „ბი-ჯი-ი“ და „სარკე“, რასაც მოჰყვა „ბი-ეს-პრესი“, „კავკას-პრესი“ „გეა“, „პრაიმ-ნიუსი“, „ინტერ-პრეს-ნიუსი“. „მედია-ნიუსი“ და ათეულობით საინფორმაციო სააგენტო, რომელთა ნაწილის საქმიანობა და ინტერესთა სფერო ხშირად იცვლებოდა ქვეყნის პოლიტიკური ვითარების ცვალებადობის პირდაპირპროპორციულად. ეს კი ხშირად აკარგვინებდა მათ თავისუფალი მედია-საშუალებების სახეს, აქცენდა ვაჭრობარტიულ ინტერესთა ჩარხებში და მათი ძირითადი საქმიანობა სოცკერ მხოლოდ პრესსამახსოვრების ფუნქციამდე დაჰყავდა. შესაბამისად ასეთ ვითარებაში, როგორც წესი, ვერ ხერხდება ამ სახის მედია-საშუალებათა. კონკრეტულ შემთხვევაში კი საინფორმაციო სააგენტოების პროფესიული სრულ და მუშაობის საკუთარი სტილის შემუშავება—დახვეწა. სარგისიეროდ აღმოსწავნენ საინფორმაციო სააგენტოები, რომლებიც არ ცდილობდნენ საყოველთაოდ მისიველ ძირითად პრინციპებს და წლების მანძილზე ახერხებდნენ პროფესიულ სრულყოფას მსოფლიოში მიჩნეული სტანდარტების გასიარებითა და თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვით.

თუ თვალს გადავავლებთ საინფორმაციო სააგენტოების მუშაობას დაეინახავთ, რომ მათი საქმიანობის მთავარი დეტალი და აუცილებელი პირობაა ახალი ამბის შექმნა და მისი სწორი „შეფუთვა“, ანუ რედაქტირება. ეს გახლავთ ის მთავარი ნიშანი, რომელიც აერთიანებს საინფორმაციო სააგენტოებს შესაძლებლობის, მოცულობისა თუ ავტორიტეტის პარამეტრებს. მაგრამ ამავე გამართიანებელი დეტალის შესრულების ხარისხი კაპიტალური როლი გაიხსნა მედიის ერთმანეთისგან

როგორც ხემათ აღინიშნა, სააგენტოების გამართიანებელი მთავარი ელემენტი ახლავთ ინფორმაციის მოპოვება, რომლის ძირითადი წყაროებიც უკვე ას უამრავად წელს შექმნა დადგენილია და მას კონსერვატიულად იხიარებენ. მსოფლიოს სააგენტოები, შესაბამისად ქართული საინფორმაციო სააგენტოებისთვისაც მოპოვების წყაროები უკვლავლია და ესენია: დოკუმენტები და ჩანაწერები, ინტერვიუ, გასაუბრება და პირადი დაკვირვება.

უნდა აღინიშნოს, რომ ახალი ამბების შედგენისას, მსოფლიოში წამყვანი საინფორმაციო სააგენტოების მიერ უკვე კლასიკად მიჩნეულ და საყოველთაოდ აღიარებულ ფორმულას, ქართული სააგენტოები არ ჩამორჩებიან. ეგ არის მხოლოდ, რომ მათი განვითარების ოცქლიანი დინამიკა, ინფორმაციის მოპოვების და შეფუთვის ტექნიკა და ობიექტურობის ხარისხი, მათივე შერჩეული პრიორიტეტების ჩათვლით. უკეთესის ხილვის სურვილს ანებს.

რაც შეეხება ახალი ამბის, ანუ მედიაში დამკვიდრებული ტერმინის „ნიუსის“ (ინგლ.აეგ.) ტრადიციულ ფორმას, საყოველთაოდ მიხსნულია, რომ იგი აგებული უნდა იყოს ე.წ. პირამიდის პრინციპით და პასუხობდეს ხუთ ძირითად კითხვას: ვინ? რა? სად? როდის? რატომ? „5W“-ის სახელით (What? Who? Where? When? Why? ინგლ.აეგ.) ცნობილი ეს წესი „რეიტერმა“ დანერგა და ქართული სააგენტოების სასახელოდ უნდა ითქვას, რომ არსებობის პირველივე დღეებიდან ისინი წარმატებით ართმევენ თავს ამ წესის განხორციელებას. რასაც ვერ ვიტყვით იმავე „Reuters Style guides“-ის დამკვიდრებულ „Slugline“-ზე, რომელიც ბოლო 50-60 წელია, რაც გამოიყენება მიუღწეველ მსოფლიოში და რომლითაც მართალია სარგებლობდნენ თავდაპირველად ქართული სააგენტოები, მაგრამ მალევე მიივიწყეს. საუბრისა ახალი ამბის პირველ და არა მთავარ ნაწილზე, რომელიც გვხვდება ინფორმაციის პირველ სტრიქონში და შედგება 3-5 სიტყვისაგან... „სლაგლაინი“ ახალი ამბის ინდივიდუალური იდენტიფიკატორი. ანუ ერთგვარი კოდია და მოკლედ აღწერს ამბის მთავარ თემას. მაგ. „აფხაზეთი-ბოქოეკები-სროლა“. „სლაგლაინი“ სააგენტოს ზღვა მასალაში საშუალებას იძლევა, დაინტერესებული პირი პირველივე სტრიქონიდან გაეცნოს ინფორმაციის მთავარ თემას და დაზოგოს დრო. შესაძლოა საქართველოში იმიტომ ვერ გახდა ეს მნიშვნელოვანი კომპონენტი პოპულარული, რომ დღის განმავლობაში ქართული საინფორმაციო სააგენტოების ინფორმაციის მოცულობა მსოფლიოს წამყვანი სააგენტოების ინფორმაციის ნაკადს მნიშვნელოვნად სამორნება და შესაბამისად, უმარტივედეს ამგვარ ხერხს ნაკლებად საჭიროებდეს. აღსანიშნავია, რომ „ინტერ-ფაქსის“ „სლაგლაინით“ ინფორმაციები პირდაპირ მიქცელების ადგილის, ქვეყნის დასახელებით იწყება. „რეიტერთან“ და „ახალი ამბის“ პრესთან“ ქვეყნის დასახელება მეორე ადგილზე გადაიწევა. რასაც რეზიუმე მნიშვნელობა არ უქსევა და უოუკლთის მოხდევს არსებითი სახელი, რომელიც მოვლენის-მთავარი ამბის ძირითადი მახასიათებელია.

ახალ ამბავს, ანუ „ნიუსს“ კიდევ რამდენიმე საკვლეველ კომპონენტზე აქვს, რომელთა თანმიმდევრობა შემდეგნაირად ღვავდება: პირველი-სათაური (headline.ინგლ.აეგ), რომლის შედგენისას საგულისხმოა გვახსოვდეს, რომ ლაკონური და ტეეადი იყოს თემის გამოხატვაში და ვერსდით სათაურშივე კითხვის დასმას; მას მოხდევს თარიღი, დრო და სააგენტოს დასახელება(dateline.ინგლ.აეგ.). შემდეგ ნეხნის ქვე ქარგად ცნობილი ინფორმაციის პირველი სტრიქონი თემის მოკლე მინიშნებით(slugline.ინგლ.აეგ.), ასევე ნაცნობი პირამიდის პრინციპი 5 მთავარი კითხვის პასუხით (5W.ინგლ.აეგ.). ახალი ამბების მთ.ნაწილი, როგორც წესი 5-7 სტრიქონით შემოიფარგლება. იწყება „დეუთლიანით“ და მიივავს მთ.ამბავს-„5W“-ს სათვლით. ეს მთავარი, პირველი ნაწილი უოუკლთის პირველი ამბავია და ეწოდება „ლიდი“ (lead-ინგლ.აეგ.). ღიდს მოხდევს თემის გაშლა-განვრცობა, რომლის ინგლისური დასახელება-„Background“(ბეგრაუნდი - ფონი). პოპულარობით სარგებლობს ქართულ მედიაში. „ბეგრაუნდის“ წერის დროს უურნალისტი შლეუფის მხავებსა და შლის თემას და იყენებს კონკრეტულ თემასთან მიმართებაში არსებულ ყველა დეტალს.

როგორც დავინახეთ, ქართულ უურნალისტიურ ბეტყეულებაში და კერძოდ საინფორმაციო ენაში წარმატებით თეილებს ყვეს ინგლისურენოვანი ღექსიკა, რასაც თავისებური თბიექტური ახსნა გაანია ინგლისურენოვანი სააგენტოების ისტორიული ფაქტორისა და თანამედროვე პირობებში მათი

გაეფენის გათვალისწინებით. ასეთ ვითარებაში მხოლოდ უცხოურ გამოცდილებაზე სწორება და უცხოური ტერმინებით ტკობა სახიფათოა ქართული მედია-სიერცისტეის განსაკუთრებით კომუნიკაციების საშუალებათა ესოდენ სწრაფი ტექნიკური პროგრესის პირობებში. მიუხედავად იმისა, რომ საინფორმაციო სააგენტოს ჟურნალისტებს არ უყვართ აკადემიური ლექსიკა, მედიისა და კერძოდ საინფორმაციო ბუმის ეპოქაში ყველაზე მალე ფუჭბადი და ძვირადღირებული პროდუქტის – ინფორმაციის ეთება ქართველი ჟურნალისტებისაგან განსაკუთრებულ მიდგომას მოითხოვს. მათ უნდა წერონ ისე მარტივად და ქართულად, რომ არც მსოფლიოში მიმდინარე პროცესებსა და ტექნიკურ პროგრესს ჩამორჩნენ და არც უკვე ჩამოყალიბებული ქართული საკომუნიკაციო ენის განვითარება და გამოყენება დაივიწყონ.

ცნობილია, რომ საინფორმაციო სააგენტოები, გარდა ყოველდღიური საინფორმაციო გამოშვებებისა, წარმატებით მუშაობენ ანალიტიკურ მასალებზე. ყოველკვირულ ან თვის პრესის „დაიჯესტებზე“, ინტერვიუებსა და სტატისტიკაზე და რაც მნიშვნელოვანია – ეკონომიკურ ინფორმაციებზე. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ისეთმა სააგენტომ, როგორც „რეიტერია“, თავისი საქმიანობა 150 წლის წინათ ეკონომიკური და ფინანსური ამბებით დაიწყო და მისი ფუნქცია შემოიფარგლებოდა კომერციული კომპანიებისათვის საბასრო ინფორმაციების მიწოდებით. 1904 წელს დაარსებული ცნობილი საბჭოთა სააგენტო „ტასი“ თავდაპირველად ჩამოყალიბდა როგორც ფინანსთა სამინისტროს ერთ-ერთი დანაყოფი და მის ფუნქციას ძირითადად ეკონომიკური ინფორმაციების გავრცელება წარმოადგენდა. მოგვიანებით სრივე საინფორმაციო სააგენტომ გააფართოვა მუშაობის არეალი და გარდა ეკონომიკური და ფინანსური აქტივობისა, ფოკუსირება მასმედიაზე მოახდინა.

სემოთ ჩამოთვლილი საქმიანობიდან მეტნაკლებად ყველა მათგანია ათვისებული ქართული საინფორმაციო სააგენტოების მიერ, ხოლო რაც შეეხება ეკონომიკურ პრივილს, ამ მხრივ გამოიყოფიდა სააგენტო „სარკეს“. რომელიც მხოლოდ ფინანსებზე და ეკონომიკაზე მუშაობს და სააგენტო „Новости-Рუსия“-ს, რომელიც თავისი საშუაოს ნახევარზე მეტს ეკონომიკურ ინფორმაციას და ანალიტიკას უთმობს. სხვა სააგენტოები თავის ყოველდღიურ საინფორმაციო ბლკებში მეტ-ნაკლები წარმატებით აშუქებენ ამ სფეროს.

საინფორმაციო სააგენტოების ზღვარება რადიკალურად შეცვალა ინტერნეტმა: თითქმის ყველა სააგენტოს ორგანიზაციულ სტრუქტურაში შევიდა კორექტივები, რადგან გაჩნდა დიზაინის და რედაქტორთა ჯგუფების საჭიროება ახალი ინტერნეტ-პროექტებისთვის. განსაკუთრებით მას შეეხებოდა რაც ხელმომწერებისთვის ელ-ფოსტით ინფორმაციის დაგზავნა ჩაანაცვლა ინტერნეტ-გვერდების აქტიურმა მუშაობამ. უფრო მეტიც, ინტერნეტი გახდა ინფორმაციის ნაკადის არა მარტო გადაცემის, არამედ გასაღების დიდი ბაზარი სააგენტოების ეკონომიკის განყოფილებებში. ანალოგური პროცესები აისახა ქართულ საინფორმაციო სააგენტოებშიც ოღონდ მცირე მასშტაბებში ადგილობრივი ეკონომიკისა და ფინანსების მწირი შესაძლებლობებითა და უფრო მდარე ხარისხის დიზაინით. ინტერნეტმა ბევრ სხვა სიკეთესთან ერთად სააგენტოებს პირდაპირ მკითხველთა ყართო აუდიტორიაზე გახვედრის საშუალება მისცა. ამით ნაწილობრივ მაინც მოიხსნა ის უხერხულობა, რომელიც სააგენტოს მითითებას უკავშირდება და რომლის ტრადიციის დამკვიდრება დაქმდე ვერ მოხერხდა ქართულ მასმედიაში. მკითხველთა ფართო აუდიტორიაზე გახვედით ინტერნეტ-გვერდებმა

სააგენტოები სარეკლამო ბაზარზე გაიყვანეს, რითაც ფინანსური პრობლემების გადაჭრაც შეძლეს ინტერნეტ-გვერდებზე რეკლამის განლაგებით. ეს კი, ის იდეალური შემთხვევაა, როცა ტექნიკურმა პროგრესმა ერთდროულად გააუმჯობესა მუშაობის ოპერატიულობა და ხარისხი და საინფორმაციო სააგენტოებს ახალ სარეკლამო კონკურენციაში ჩაბმის საშუალება მისცა.

დროთა განმავლობაში ქართულმა საინფორმაციო სააგენტოებმა საინფორმაციო ბაზრის გაჯერებისა და შესაბამისად ისედაც მწირი ფინანსური შესაძლებლობის დაკარგვის შიშით, შეიძლეს გამოსავლის მოძიება და რამდენიმე მათგანმა თავი მოკლდინებეს შეაფარა მაგ. ინტერ-პრეს-ნიუსი – ჯერ მედიაპოლიტიკა „იმედში“, ეხლა მედია-სახლ „კეირის პალიტრაში“ განაგრძობს მუშაობას, „ბი-ეს-პრეს-მა“ ცალკეული მედია-პროექტებითა და „რია-ნიუსტის“ დახმარებით „გრუნია-ნიუსტი“ ამოქმედდა, თავის დროზე „მედია-ნიუსიკ“ მედია-პოლიტიკის ნაწილი იყო ტ/კ „თბერიასთან“ ერთად. იშვიათად ან საერთოდ არ გვხვდება სააგენტოების შერწყმა-გაერთიანების შემთხვევები, რაც გაცილებით ეფექტური და ბუნებრივი იქნებოდა, მაგრამ ამგვარ თანამშრომლობას გაცილებით მაღალი პარტნიორული კულტურა სჭირდება, ვიდრე დღეს არსებობს ქართულ საინფორმაციო სააგენტოებში. ალბათ ამიტომ აღარ ფუნქციონირებს „გეა“, „თბერია“, „ბი-ჯი-აი“ და „გეორგია“. ნახევარი ძალით მუშაობს „აფინდა“, „პრაიმ-ნიუსი“ და „ქაქავა-პრესი“. შესაძლოა ეს შემოქმედებითი ძიების ბუნებრივი პროცესია და ამ მხრივ ქართულ საზოგადოებას წინ სასიამოვნო სურამბრები ულის აღორძინებული და განახლებული, დროსა და საზოგადოების შექვეთაზე სწორად ორიენტირებული, ტრანსფორმირებული საინფორმაციო სააგენტოების სახით. ერთი რამ კი უდაოა – ნებისმიერ შემთხვევაში ეველაფერი მათი მუშაობის ხარისხე და ოპერატიულობაზე დამოკიდებული.

В труде К.Бохуа «Вербальные коммуникации во времени и пространстве на примере грузинских информационных агентств», делает краткий обзор истории грузинских информационных агентств. Автор проводит короткий экскурс форм их деятельности. А также проводит параллель с международным опытом работы информационных агентств.

Keti Bokhua

Verbal Communication in Space and Time, Based on Georgian Information Agencies

A short review of the history of Georgian Information agencies is made. Their activities are analyzed and parallels with the experience of the leading World News Agencies are made.

*ქეთევან გაფრინდაშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი.*

ქ. დიურკვიმი და პ. სოროკინი დანაშაულის სოციოლოგიის საგნის შესახებ

ეგრებულურ კომუნიკაციებში საინტერესო მოვლევებს წარმოაჩენს დანაშაული, როგორც სოციალური მოვლენა. დანაშაული ადამიანის ქცევის გარკვეული ფორმაა, იგი საზოგადოებაში არსებულ მორალურ-ეთიკურ ნორმებთან

მიმართებაში გადახრის გამოვლენაა. ამდენად იგი სოციოლოგიური კატეგორიაა. დანაშაულის სოციოლოგია განიხილავს მიმართებას ადამიანის ქცევასა და სასოგადოების დამოკიდებულებას შორის. ეს გამოიხატება ადამიანის ქცევის რაგვარობაში. სასოგადოების მიერ დაწესებული, დაწერილი თუ დაუწერელი ადამიანის ნორმებით და სასოგადოების რეაგირებით ამ ქცევაზე როგორია სასოგადოების რეაგირება დანაშაულებრივ ქცევაზე; არის თუ არა ეს რეაგირება ერთგვაროვანი ყველა ეპოქასა და ხალხებისათვის; რა მექანიზმები განაპირობებს ადამიანების ამგვარ ქცევას და სასოგადოების მისადმი რეაგირებას; რა მიზეზები იწვევს დანაშაულებრივ ქცევას; ვინ შეიძლება იყოს დამნაშავე; როგორია დანაშაულის ცვლადების ტენდენცია, მისი კავშირი სასოგადოების დინამიკასთან. ეს და სხვა მსგავსი პრობლემები შეადგენს იმ სფეროს, რომელსაც მთლიანად დანაშაულის სოციოლოგია. იგი ძალზე ახლოსა კრიმინოლოგიასთან. თუმცა ამჯერად საკითხის ეს მხარე არ შედის ჩვენი დაკვირვების სფეროში.

რადგან დანაშაულის სოციოლოგიის საგანი ადამიანის ქცევაა, ამდენად აუცილებელი ხდება ადამიანის ქცევის ძირითადი ფორმების გააზრება. უსოკადესად ადამიანის ქცევა ორი ფორმით ელვინდება: ჯერარსულით და არაჯერარსულით.

ჯერარსულია ქცევა, რომელიც სასოგადოებისთვის მისაღებია. შეესაბამება სწავლას და იურიდიულ ნორმებს. სასურველი და მოსაწონია:

არაჯერარსულია ქცევა, რომელიც მიუღებელია. დასაგმობი და გასაკიცხია ან იმსახურებს სასჯელს. ეწინააღმდეგება სასოგადოების მორალურ და იურიდიულ ნორმებს, საფრთხეს უქმნის ან სიანი მოქცეს სასოგადოებისთვის.

ადამიანის თანახმად, ჯერარსულია ქცევა, რომელიც შეესაბამება ადამიანის უფლება-მოვალეობებს, არაჯერარსულია ქცევა, რომელიც სცილდება, ან კიდევ არღვევს ადამიანის უფლება-მოვალეობათა სფეროს. იმის მიუხედავად, რომ სოგადად ასეთი განსაზღვრება მისაღებია, ყოველი ცალკეული ქვეის მიმართ ყველა ეპოქისა და ხალხში თავისებური კრიტერიუმებია: რადგან უფლება-მოვალეობის ცნება ყველა ეპოქისა და ხალხისთვის არაა ერთი და იგივე. მაგალითად, მკვლელობა თუ ერთ შემთხვევაში დანაშაულად ითვლება და არაჯერარსულის სფეროს ეკუთვნის, სხვა შემთხვევაში ის ჯერარსულია, კერძოდ, იმში მოწინააღმდეგის მოკვლისთვის არათუ სჯიან ადამიანებს, არამედ აჯილდოებენ კვლავ.

ადამიანის ქცევის ფორმების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან კლასიფიკაციას გუთაქონის პიკორიმ სორიკინი თავის ხადოქტორ დისერტაციაში, რომელიც მან დაიცვა რუსეთში, ემოგრაციაში წახელამდე; იგი განასხვავებს ადამიანის ქცევის აქტთა სამ ძირითად ფორმას:

1. დასაშვებ ჯერარსულს. მასში იგულისხმება ქცევები, რომელიც შეესაბამება ჯერარსულზე წარმოდგენებს, ატრიბუტულ-იმპერატულ განცდებს. ესაა უფლებების და მოვალეობის განხორციელების აქტები. თუ ადამიანის ქცევა შეესაბამება იმ უფლებებს და მოვალეობებს, რასაც მას ინდივიდები, ჯგუფები და სასოგადოება ანიჭებს, მისი ქცევა ჯერარსულია. თუ არ შეესაბამება, არაჯერარსულია;
2. რეკომენდირებულ ქცევის აქტებს. ასეთია ის აქტები, რომელიც არათუ არ ეწინააღმდეგებიან ადამიანის წარმოდგენას დასაშვებ ჯერარსულზე, არამედ სენორმალურ ფუნქუნებას ქმნიან კეთილი ქცევის აუცილებელ მინიმუმზე ამაღლებით. ეს აქტები ნებაყოფლობითია და არ მოიცავენ მოვალეობას;

3. აკრძალული, ანუ დაუშვებელი ქცევის აქტებს მიეკუთვნება ყველა ის ქცევის აქტი, რომელიც ეწინააღმდეგება თითოეული წევრის წარმოდგენას ჯვარარსულზე, ეწინააღმდეგება ატრიბუტულ-იმპერატიულ განცდებს. ყველა მათ შიგარდებითი ხასიათი აქვთ. ის, რაც ერთ ვითარებასა და ხალხში მისაღებია. მყორეში შეიძლება იკრძალებოდეს, მაგრამ ამის გამო გარკვეულთა არ ბუნდოვანდება. ბოროტება ბოროტებაა გარკვეული ხალხებისა და ეპოქების ადამიანისთვის, ასევე სიკეთეც. სხვა ვითარებაში შეიძლება მათ ადგილები შეიცვალოს.

ქცევაზე რეაქციის ტიპოლოგიაშიც პირიმომ სორიკინი სამწვეროვან სქემას იყენებს. დადებითი რეაქციის შიგნით განასხევენ სამ ხახობას:

1. ქცევის აქტებს, რომელთაც აღვიქვამთ როგორც ჯვარარსულს, რომელნიც წევრში არ იწვევს არც სიძულვილს და არც სიძათიას, რადგან ისინი აღიქმება როგორც დასაშვებ-ჯვარარსული, ანუ ნორმალური. ასეთი ქცევები სამართლიანია და ამდენად დადებითი;
2. წევრი რეაგირება დასაშვებ (მისაღებ) ქცევაზე გამოსხატება კეთილგანწყობაში, მაღალიერებაში, სიყვარულში, სიძათიასა და ქცევის სუბიექტისადმი სამაგიერო სიკეთის მიგების სურვილში. ასეთი ქცევის აქტი წევრის სამსურველი, მიძსიდეკელი და აღმაყროთოქანებულთაა;
3. აკრძალული ქცევის აქტებზე წევნი რეაგირება არაკეთილგანწყობის, სძულვილის, არაკეთილგანწყობის, მტრობის გამომხატველია. ასეთი ქცევის სამდენის მიმართ წევრში წნდება შურისძიების სურვილი. მასმასდაძე არსებობს ქცევის აქტების და მათზე რეაქციის სამი ჯგუფი. ესენია:

დასაშვები - ჯვარარსული რეაქცია;

შედევნი - რეაგირება;

დანაშაული - ხასჯელი;

როდესაც ერთმნიშვნელოვნად განსახლერავენ სამოგადოების ინტერესებს სამწინააღმდეგო მოქმედებებს. მათ არტისამოგადობრივ, არტისოციალურს უწოდებენ. ისევე როგორც სამოგადოებისთვის ყველა სამწინა ქცევა თავისი ბუნებით, დანაშაულბრივი, ანუ გადახრალი ქცევა არაა. მაგდემოგრაფიულ პროცესებში იმ ადამიანების ქცევა, რომელნიც თავს იცავენ შეგნებულად შეილიანობისაგან, ან კმაყოფილბიან ერთი ან ორი ბაქმითა, ფაქტობრივად, არ ამრავლებენ სამოგადოებას და ერთს თუ ხალხს დემოგრაფიულ კრისისს უწობენ ხელს. მაგრამ ეს არ აღიქმება დანაშაულად. ასეთივე განქორწინება. მას სამოგადოებისთვის სამნი მოაქვს, რადგან იგრევეა ოჯახი - სოციალური ყოფიერების თიველადი უჯრდს და ეს ნეგატიური მოველნაა. თუმცა გარკვეული თვალსამრისით ის არის, ყოველთვის დანაშაულბრივი ხასიათისა.

შეველვარები უარყოფითად აფასებენ სამრისამოგადობრივის, სამრისოციალურის ტერმინსაც, რადგან პიროვნების ყოველი რეაქცია, რომელთაც აყალიბებს ქცევის ნორმები, თავისთავად ქცევაა. რომელთაც მხოლოდ იქ ელინდეს, სადაც სოციალური ჯგუფები მოქმედებენ. ეი, ნორმის შემქმნელი და მტარბელი სუბიექტი თანამყოფობენ. ამ თვალსამრისით არანარი ქცევა არაა სოციალურობისაგან დაცილილი. ყოველი ქცევა სოციალურად მტვიორბული და განსახლერული, ისე, როგორც ქცევის სუბიექტი - პიროვნება, ემსჯელობთ დანაშაულბრივი ქცევის სოციალურ განპირობებულობაზე და ამის მიუხედავად მთლად ვერ გამოერცხავთ კოსმოსურ განპირობებულობას.

სანამ სამრისოციალური ქცევის ცნება არ განხორციელდება, სათლად განსახლერებად კრიტერიუმებში ან ნორმებში, იგი მიუღებელია სამართლებრივ სისტემაში, ასევე მოუხელთებელია მეცნიერული კვლევისათვის. ამ მო-

ტივით სოციურთი მოაზროვნე გეთავაზობს „სოციალურისა“ და „ანტი-სოციალურის“ ცნებები შეცვალოთ „ნორმალურისა“ და „არანორმალურის“ ცნებებით. ერთი იქნება ქცევის ნორმებთან შესაბამისობა, მეორე – შეუსაბამობა. ესეც არაა დამაკმაყოფილებელი, რადგან „ნორმალური“ გარკვეულწილად „მოსალოდნელს“ უკავშირდება. როდესაც, მაგალითად, საქმე ეხება ქურდს, მისგან მოსალოდნელი ქცევა ქურდობა იქნება. არანორმალური ქცევა არ გამოიყენება იმპულსური, ასოციაციური აზროვნების ადამიანის მოქმედების მიმართ. გამოდის, რომ ნორმალური ქურდი ნადის ნორმალურ მოსალოდნელ საქციელს, იმპულსური კი არანორმალურს, მაგრამ ეს არანორმალური ნორმის დარღვევა არაა, რადგან იმპულსურ-ასოციაციურის მიმართ ნორმებს ძალა არა აქვთ და თუ მოსალოდნელობის კრიტერიუმით განეხილათ მის ქცევას, მისგან სწორედ ისაა მოსალოდნელი, რასაც სხვების მიმართ არანორმალურად ვთვლით.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ე. ლიურკეიში. სოციალური ასპექტი დანაშაულის სყეროში. 2001.
2. პ. სიროკინი. დანაშაულის სოციოლოგია. 1987.

K. Gaprindashvili, professor

Грузинский Технический Университет, Тбилиси, Ул. Костава 77

E. Durkheim and P. Sorokin on the subject of sociology of crime

Преступление обязательно связано со всеми формами коллективной жизни. Преступление для общества является нормальным, но при безмерном росте принимает ненормальную форму. Существование преступления само по себе нормально, но только тогда, когда не превышает определенный уровень для каждого социального типа.

K. Gaprindashvili, professor

The Georgian Technical University, Tbilisi, Kostava str. 77

E. Durkheim and P. Sorokin About a Subject of Sociology of Crime

Crime is necessarily connected with all forms of collective life. Crime is a normal event for a society, but immense growth of crime becomes abnormal. Existence of crime is normal only when it does not exceed a certain level for each type of society.

*ქ. გიორგობიანი, მ. დათუკიშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

ვერბალური აგრესია, როგორც ერთ-ერთი უურნალისტური ხერხი

საკვანძო სიტყვები: ინფორმაციული აგრესია, კომუნიკაცია, რეაქცია, ადრესატი

რაც უფრო დაძაბულია ცხოვრების რიტმი და კატაკლიზმებით აღსავსეა ჩვენი ყოფა, მით უფრო მეტ პასუხისმგებლობას იძენს უურნალისტის პროფესია. ამასთანავე, მედიამ თავად უნდა მოიპოვოს საზოგადოებრივი ნდობა და შემდეგ შეინარჩუნოს იგი, ამის მიღწევა კი შესაძლებელია მალაქხარისხოვანი მომსახურების უსრუნველყოფით. თანამედროვე ადამიანი

დატვირთულია არა მარტო ინფორმაციულად, არამედ ემოციურადაც. საზოგადოების დროული ინფორმირება, სუსტი და ამომწურავი ცნობების მიწოდება უურნალისტის მოვალეობაა ნებისმიერ სიტუაციაში, მაგრამ ექსტრემალური პირობების დროს სამსახურებრივი მოვალეობის შესრულება დიდ ძალისხმევას მოითხოვს. მედიის არაერთი წარმომადგენელი დაღუპულა სიბრთლისა და ობიექტურობის ძიებისას. ამდენად, დღესდღეობით უურნალისტის პროფესია სახიფათო და საშიშ პროფესიად იქცა. უურნალისტი არსებობს საზოგადოებისთვის, აქედან გამომდინარე, დიდია მისი პასუხისმგებლობა. აშშ-ში აქტუალურია ტერმინი "სოციალური პასუხისმგებლობა", რაც გულისხმობს საზოგადოების წინაშე მედიის პასუხისმგებლობას. ევროპაში უპირატესობას ანიჭებენ ტერმინს "საზოგადოებრივი სამსახური", რაც იმას უსვამს ხაზს, რომ მედია არსებობს მიდლიანად საზოგადოებისთვის და არა მისი რომელიმე ფენისათვის. თუმცა ფაქტობრივად ეს ტერმინები ერთსა და იმავეს ნიშნავს. მედიას მიიჩნევენ მეოთხე ხელისუფლებად, რომელიც განსხვავდება სამი დანარჩენი ხელისუფლებისგან იმით, რომ მას არც ირჩევენ და არც ნიშნავენ, თანაც გარკვეულ საფრთხეს წარმოადგენს პოლიტიკური ძალაუფლების მქონე მმართველი წრეებისთვის, ამიტომაც არის მკვლელობა მედიის საქმიანობის შესუფუძვისა და მისთვის სრული თავისუფლების მინიჭებისთვის ხელის შეშლისა. მედიას დიდი გავლენა აქვს საზოგადოებაზე და შესწევს ძალა მოახდინოს როგორც პოლიტიკური, ისე ნევატიური ეფექტი. მედია მომხმარებელთა მოთხოვნისგანაა მიიღოს დროული, ხარისხიანი, ობიექტური, ეთიკური პროდუქცია. ისიც უნდა ითქვას, რომ საზოგადოების წევრთა უმრავლესობას მაინც ურჩევია საკუთარი უფლებები არ დაივიწყოს და ნაკლებად გაიხსენოს მოვალეობა. მკვლევარები აღნიშნავენ, რომ მედია ერთდროულად წარმოადგენს წარმოებას, საზოგადოებრივ სამსახურს და პოლიტიკურ ინსტრუმენტს, ამით არის განპირობებული მისი სირთულე და მრავალფეროვნება.

უურნალისტი, ისევე როგორც ნებისმიერი პროფესიის სხვა ადამიანი, პირველ რიგში მოქალაქეა, ამიტომ ეველა ის მოვლენა, რომელიც ქვეყანაში ხდება, გავლენას ახდენს მის ცხოვრებაზე. ეველა გადაუტრეული და მოუგვარებელი პრობლემა დაღს ასევე მის მოვალეობას. ამიტომ სრულიად ბუნებრივია, რომ ისიც იღწვის ხელისშემშლელი ფაქტორების მოსაწესრიგებლად, იმ ფაქტორებისა, რაც ხელს უშლის ამ თუ იმ პროცესების შემოქმედებით პროტენციების გამოვლინებას. უურნალისტს თავისი პროფესიის წყალობით აქვს საშუალება, უფრო ახლოს გაიცნოს ადამიანები, იტრიალოს მოვლენების შუაგულში და საკუთარი შეხედულებები დააფიქსიროს. მან გონიერულად, მიუკერძოებლად უნდა მოახერხოს საკუთარი აზრის მკითხველამდე მიტანა, რომ ეს უკანასკნელი არ გაღიზიანდეს და თავის საწინააღმდეგოდ არ განაწიოს. დაუფიქრებელი ქმედებით უურნალისტი შეიძლება დიდი ზიანი მიუყენოს მათ. ვისთვისაც შეიქმნა უურნალისტის პროფესია. მედიის წარმომადგენელს აქვს საშუალება მიმართოს მთელ საზოგადოებას და ეს ბოროტად არ უნდა გამოიყენოს. მკითხველის, მსმენელის ან მაყურებლის ნდობის დაკარგვა თუთ ამ უურნალისტის კარიერასაც კრახით დაემუქრება. განსაკუთრებით საშიშია როცა უპასუხისმგებლოდ იქცევა მედიის წარმომადგენელი და არ ითვალისწინებს მოსახლეონდელ შედეგებს, დარწმუნებულია რა იმაში, რომ სახელმწიფო დაწესებულებაში მუშაობს. მაგანთა კეთილგანწყობით სარგებლობს და ხელს ეერავინ ახლებს.

ჟურნალისტი, რომელიც მივლტეის მხოლოდ პოპულარობას, მაღალ რეიტინგს. მატერიალურ უზრუნველყოფას, ბუნებრივია. ნაკლებად ფიქრობს აუდიტორიაზე ემოციური შემოქმედების შედეგებზე. იმისთვის, რომ მყისიერად მიაღწიონ კომუნიკაციურ ეფექტს, მედიის წარმომადგენლები არცთუ იშვიათად ირჩევენ აგრესიულ სალაპარაკო სტრატეგიას. დღეს-დღეობით ჩვენს სინამდვილეში გამოიკვეთა ე.წ. აგრესიულ ჟურნალისტთა ტიპი, რომელიც კითხვას სვამს და პასუხს არ აცდის რესპოდენტს, ან ცდილობს ის პასუხი მიიღოს. რისი მოსმენაც სურს. ნერვული ექსტი-კულაცია, კალამზაბლაუტკებული ხელის ვაუთაყებელი მოძრაობა, რომელიც თითქოს ემუქრება ინტერვიუერს, უსიამოვნო და ზოგჯერ სასაცილო სანა-ხავია. ტერმინი “ვერბალური აგრესია” განიხილება, როგორც სალაპარაკო აქტი, რომელიც შეიცავს აგრესიულ ფიზიკურ ქმედებას: შეურაცხყოფას, დანძღვა-გინებას. დაცინვას, მუქარას, დამცირებას, რაც ყოველგვარი ეთიკური ნორმების დარღვევაა. ფრანგი სემიოლოგი როლან ბარტი აღნიშნავს, რომ აგრესია ნადებულაა თვით გრამატიკაში. მისი აზრით, ფრაზა, როგორც დახურული სინტაქსური ერთეული, ერთგვარ საბრძოლო იარაღს წარმოადგენს. ყოველ დასრულებულ ფრაზაში არის რაღაც დამუქრებით-ბრძანებითი (იმპერატიული). ადამიანი, რომელსაც ახასიათებს აგრესიული სამკერველო ტექტიკა. ყოველთვის არ მოქმედებს შეგნებულად. სალაპარაკო აგრესიის ერთ-ერთ მიზეზად მკვლევართა ერთი ნაწილი თვლის საკუთარი სამკერველო ქცევების და ნაწილობრივ მასში აგრესიული კომ-პონენტების არახაპარის გაცნობიერებას. ამ მხრივ გამოირჩევა ტექსტური ბუჭღვითი მახალა, რომელსაც არ ახასიათებს სპონტანურობა. აქ ვერბალური აგრესია ჟურნალისტის რეალიკაში ეფინდება არა იმდენად ემოციური ნაკადის გაელენით. რამდენადაც წინასწარ მოფიქრებული სტრატეგიით. ამიტომაც ვერბალური აგრესიის შემთხვევები ჟურნალ-გაზუთების ფურ-ცლებზე უფრო თვალსაჩინოა რადიოთა და ტელევიზიასთან შედარებით. სა-მართლიანად აღნიშნავენ, რომ ჟურნალისტური სალაპარაკო აგრესია ყველაზე ნათლად და დობად ეფინდება ინტერვიუში და ეს არა მარტო დაბალი დონის, მდარე ხარისხის ბუჭღვით ორგანოს ეხება, თვით ე.წ. ხარისხიან ჟურნალ-გაზუთებშიც კი. სადაც ნეიტრალური სტილი ჭარბობს, არ ირღვევა დიტერატურული ენის ნორმები. იბუჭდება თავშეკაეებელი, დაბალანსებული მახალები, შეინიშნება ვერბალური აგრესიის ცალკეული ე მოვლინებები. ეს ვერ აიხსნება ელემენტარული გაუჩინალებლობით, უწიგ-ზურობით. ეთიკური ნორმების არცოდნით. პირიქით, თავდასხმითი სტრატეგია შეგნებულად არის შერეული. ინტერვიუში. სხვა ეარებისგან განსხვავებით, დაპირისპირების იდეა თავიდანვეა ნადებული, რადგან ამ შემთხვევაში არსებობს “საკუთარი” და “სხვისი” ემეტესწილად ინტერვიუს “ინტრიგა” იმაში მდგომარეობს. რომ ჟურნალისტი სვამს ორასრთავან, უსიამოვნო, არადელიკატურ შეკითხვებს, ბოლომდე არ უსმენს რესპოდენტის პასუხს, აწვევტინებს აზრს, ცდილობს ირონიული ელფყვი მისცეს მის ნათქვამს.

დღეისათვის ვერბალური აგრესია თითქოს მოდურ რიტორიკულ ხერხად იქცა. როგორც აღნიშნავენ, აგრესია გამოვლინდება ლექსიკურ, გრამატიკულ და ტექსტის დონეზე. სალაპარაკო აგრესიის ლექსიკურ გამოვლინებას წარმოადგენს ექსპრესიული, უხეში, ხისტი სიტყვებისა და ეარგონების გამოყენება ეარყოფითი შეფასებისთვის. ვერბალური აგრესიის სინტაქსურ საშუალებად შეიძლება ჩაითვალოს დამაზუსტებელი შეკითხვა-ჩაიძება, რომელიც ზოგჯერ არსებითად ცვლის რესპოდენტის ნათქვამს. როგორც ჟურნალისტი რამდენჯერმე სვამს ერთსა და იმავე შეკითხვას სხვადასხვა

ყოფრმით. აღწევს იმას, რომ ანალიზს შორდება და მოუდენას კრიზისულად წარმოგვიდგენს. მაგ; ჟურნალისტი ესაუბრება რესპოდენტს რომელიმე მნიშვნელოვანი დარგის შესახებ, უხვამს მას დამაინტრიგებელ შეკითხვებს და ასკენის: "გამოდის, რომ ეს დარგი იღუპება"; მომდევნო შეკითხვა და კვლავ ჟურნალისტის შენიშვნა "ე.ი. ეს დარგი მალე აღარ იარსებებს" და ა.შ. კრიზისზე საუბარი შეიძლება გადაიზარდოს კატასტროფაზე მსჯელობაში. ხშირად მოურიდებელი და ხისტი სიტყვა მეთხველზე უფრო მეტ შთაბეჭდილებას ახდენს. ეიდრე მოსამილი და ნეიტრალური, რაც ერთგვარად უსრუნველყოფს დისკუსიაში ემოციურ გამარჯვებას. სიტყვები შეუძლია ადრესატის დისკრეტირება, მის მიმართ ნდობის დაკარგვა. მაგ. ჟურნალისტი თანამოსაუბრეს ახსენებს წინაუ ნათქვამს "თქვენ წინააღმდეგ ვიყავით ყოველგვარი მოლაპარაკებისა მმართველ პარტიათან. რადგან მიიჩნევდით, რომ ამის არაერთი აზრი არა აქვს, ახლა სხვას ამბობთ. ე.ი. შეიცვალეთ შეხედულება. გადააბოჯეთ თქვენს ამბიციას, რა გარანტია არსებობს, რომ მომავალში ისევ არ შეიცვლით აზრს" ბუნებრივია, მეთხველს უნდება საფუძველი დაეკლდეს რესპოდენტის გულწრფელობაში. არის შემთხვევები, როცა ჟურნალისტი კომპრომატებს იყენებს არა მარტო იმ პირის მიმართ, ვისაც ინტერვიუს ართმევს. არამედ მთლიანად იმ სოციალური ინსტიტუტის ან ორგანიზაციის მიმართაც, რომლის შესახებაც არის საუბარი. მაგალითად, მისი დანაშაულებრივ საქმაროსთან კავშირში მოხსენიებით. რეალურად არსებული პრობლემების გასვლიდებით, მოკვლეების მაკრობოლიზაციით, დაპირისპირების მიხან-მიმართული გამწვანებით. მაკრობოლი კომუნიკაციის საშუალებებში ერთმანეთისგან განსხვავებულ ვერბალურ აგრესიას ნაბეჭდი ტექსტის ფურცლებზე და უშუალო, ზეპირი ურთიერთობისას, რომელიც ხანდახან თავდაცვის მიზნითაც იხმარება. სალაპარაკო აგრესია წანაცვლებს რა ფიზიკურ აგრესიას. ასრულებს ერთგვარ მაკომპენსირებულ ფუნქციას და, ამჟინად, ზოგჯერ მოხიციურადაც კი შეიძლება წაითვადოს.

ვერბალური აგრესიის პრობლემები ბევრი მკვლევარის დაინტერესების საგნად ქცეულა (რ. ბერონი; დ. რინარდსონი; ნ. კრუპინა და სხვები). რომლებიც თანხმდებიან იმაზე, რომ სიტყვიერი აგრესია ექვლა შემთხვევაში გამოსწულია ცალკეული ადამიანების, ჯგუფის, ორგანიზაციის ან მთლიანად ს.სოციალების, შეკრაცხეუვისა და დისკრედიტაციისთვის, რაც სორციელდება ბილწსიტყვაობის, უხეში გამორთქვამების, ვარგონის გამოყენებით, იარღიყების მიწვებების და სხვა მსგავსი საშუალებების გზით და უთიკის ნორმების აშკარა დარღვევას წარმოადგენს. თუმცა მკვლევარები იმსაც აღნიშნავენ, რომ არის სიტუაცია, როცა სალაპარაკო აგრესია დროული და აუცილებელიც კია.

ზოგ შემთხვევაში დიალოგში ჟურნალისტის დომინირებულ პოხიციას ერთგვარად განაპირობებს ვერბალური აგრესიის გამოყენება. თავდასმთაპროიოკაციული ქმედება. აგრესიული რეპლიკა თანამოსაუბრეს ხდის ემოციური, პირდაპირი, ნაწილობრივ მკეეთრი საუბრის მონაწილედ, იწვევს აუდიტორიის გააქტიურებას სტუდიაში, მსმენელისა თუ მაყურებლის დაინტერესებას მაშინაც კი, როცა ინტერვიუს ტექსტის წერილობითი ვაფორმება ხდება.

ამგვარად, სალაპარაკო აგრესია შეიძლება განიხილებოდეს როგორც საკმარისად ეფექტური, მაგრამ არა ყოველთვის კორექტული ჟურნალისტური ხერხი, რომლის ფუნქცია არის რესპოდენტზე ფსიქოლოგიური სეწოლის მოხდენა, ასევე სასოგადოების ინტერესის გაღვივება კონკრეტული პუბლი-

კაცისა ან ამა თუ იმ სატელევიზიო გადაცემისადმი, რადგან ჟურნალისტური პროდუქციის მუდმივი მომხმარებლის ცნობიერებაზე გავლენას ახდენს მასალის არა მხოლოდ შინაარსი, არამედ მიწოდების ფორმაც.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. თემურ ჯაგოდნიშვილი, ივანე ჯაგოდნიშვილი “ვერბალური კომუნიკაციები” თბ. 2009.
2. Барт Р. «Война языков». Избранные работы. М. 1989.
3. Щербинина Ю. «Методы диагностики речевой агрессии». М. 2001.

*асоц. проф. К. Гиоргобiani, М. Датукишвили
Грузинский технический университет*

Вербальная агрессия, как одна из журналистских способов

В труде рассмотрены проявления вербальной агрессии-одной из журналистских способов; отмечено, что журналистская речевая агрессия особенно четко и открыто проявляется в интервью и объяснено, чем это обусловлено; речь идет о том, что функция вербальной агрессии-произвести психологическое давление на респодента и разжечь интерес общества к конкретной публикации или к той или иной телепередаче, так как на сознание постоянного потребителя журналистской продукции воздействует не только содержание материала, но и форма его подачи.

*Asoc. prof. K. Giorgobiani, M. Datukishvili
Georgian Technical University*

Verbal aggression as one of the journalistic methods

Appearances of verbal aggression – one of the journalistic methods – are discussed in the work; it is mentioned that journalistic spoken aggression is most clearly and openly shown in interview and it is explained by which is conditioned. There is talking about that the function of verbal aggression is to make physiological pressure on the respondent and to rouse the interests of society towards the concrete publication or this or that TV broadcasting, because not only the content of the material but the form of delivery make an effect on consciousness of permanent customer of journalistic production.

*თამარ დოლიძე
შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი*

ინგლისურენოვანი საგაზეთო სათაურების ლექსიკის თარგმანის თავისებურებანი

ინგლისური საგაზეთო-საინფორმაციო ტექსტის განმასხვავებელ თავისებას წარმოადგენს არა მარტო განსასჯერული გრამატიკული კონსტრუქციები, არამედ ე.წ. „სათაურის ლექსიკა“ (headline vocabulary). მაგალითისათვის მოვიხმოთ ჟურნალისტთა დასახმარებლად შემოთავაზებული „სათაურის ჯარონის“ სიტყვების სია: ban, bid, hit, move, pact, plea, probe, quit, quiz, rap, rush, slash. (L. Selerson, 1990:171)

„სათაურის ლექსიკის“ დამახასიათებელ ნიშანს წარმოადგენს არა მარტო მათი გამოყენების სიხშირე, არამედ მათი ჭეშმარიტად უნივერსალური ხასიათი. სიტყვა 'pact' სათაურში არა მარტო „პაქტს“ აღნიშნავს, არამედ „შეთანხმებას“, „მოლაპარაკებას“, „გარიგებას“ და სხვა. ზმნა 'hit' კი ნებისმიერ კრიტიკულ გამოსვლას აღნიშნავს.

თარგმნის დროს აუცილებლად მხედველობაში უნდა მივიღოთ „სათაურის სიტყვების“ ფართო სემანტიკა.

მაგალითად:

**REPORT RAPS LACK OF LAW REFORM
NUT RAPS NASTER'S STRIKE CALL**

პირველ შემთხვევაში საუბარია საგანგებო კომისიის მოხსენებაზე, რომელიც საკანონმდებლო რეფორმებს შეისწავლის. როგორც ნანს, მოცემული სათაურის კონტექსტში ზმნა 'to rap', რომელიც „აკრიტიკების“ მნიშვნელობით გამოიყენება, აღნიშნავს „ამხელს, ამლაგებს“ – (разоблачать) (კომისია საკანონმდებლო რეფორმის არარსებობას ამხელს) КОМИССИЯ РАЗОБЛАЧАЕТ ОТСУТСТВИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ РЕФОРМ). მეორე მაგალითში საუბარია იმაზე, რომ მასწავლებელთა სახელმწიფო პროფესიული კავშირი დირექტორთა ეროვნული კავშირის გადაწყვეტილების – გაფიცვის მოწყობის წინააღმდეგ გამოვიდა. სტატის ტექსტში ნათქვამია: Leaders of the National Union of Schoolmasters yesterday strongly opposed the action of the National Association of Schoolmasters announcing a one-day strike on June 5. (ibid). ცხადია, რომ მოცემული სათაური შემდეგი სახით შეიძლება ითარგმნოს:

მასწავლებელთა ეროვნული პროფესიული კავშირი სკოლების დირექტორთა მოთხოვნის გაფიცვის მოწყობასთან დაკავშირებით წინააღმდეგ გამოვიდა.

ამ გზით შეუძლებელი იქნება მოცემული სათაურის სიტყვისათვის „მუდმივი და ტოლმნიშვნელობიანი შესატყვისი სიტყვის“ პოვნა. საქმე იმაშია, რომ მოცემულ სიტყვებს იმდენად ფართო მნიშვნელობა აქვს, მათი განსაზღვრა ერთი სიტყვით შეუძლებელია. ამიტომ ასეთ სიტყვათა თარგმნის ერთ-ერთი რეკომენდირებული გზაა არა მარტო სათაურის, არამედ საგაზსუო შენიშვნის კონტექსტის დაკონკრეტება. მაგალითის სახით შეიძლება მოვიყვანოთ არსებითი სახელი 'bid', რომელიც საგაზსუო სათაურებში ხშირად გვხვდება. მოცემული სიტყვის მნიშვნელობის დადგენა უფრო რთულია, ვიდრე ზმნისა 'to rap'. ეს შეიძლება იყოს „გამოძახილი“, ან „მოწვევა“ და „განსაზღვრული მისინის მიღწევის მცდელობა“ შემდეგი სათაური:

NATIONAL GALLERY LAUNCHES BID TO BUY TITIAN (ibid)

სათაურის კონტექსტი აქ აშკარად არაა საქმარისი, რამდენაც სიტყვა 'bid' მოცემულ შემთხვევაში შეიძლება ნიშნავდეს როგორც „გამოწვევას“, ასევე „მცდელობას“ განვიხილოთ საგაზსუო შენიშვნის ტექსტი:

The National Gallery is to make every effort to buy Titian's "Death of Actaeon"

ამ გზით 'bid' აქ აღნიშნავს „მცდელობას“. შესაბამისად, სათაური შეიძლება ითარგმნოს:

ეროვნული გალერეა ტიციანის ნახატის შეძენას ცდილობს

სუსტად ასევე არასაკმარის ინფორმაციას შეიცავს მორიგი სათაურის ტექსტი, სადაც გამოყენებულია სიტყვა 'bid':

BID TO STOP NEW POLICE POWERS

ზმნის 'bid' მნიშვნელობის დასადგენად (რის გარეშეც სათაურის თარგმნა შეუძლებელია) კონტექსტის შენიშვნებს უნდა მივმართოთ.

მაგალითად:

Members of Parliamentary Civil Liberties Group will try today to have deleted a clause in the Bill concerning powers of search and seizure.

აქ ზმნა 'bid' საყრდენი სიტყვაა, რომელიც თარგმანს არ ექვემდებარება. იგი მხოლოდ იმაზე მიანიშნებს, რომ მისი მომდევნო ფრაზა სხვა მოქმედების გეგმას აღნიშნავს:

US ARMY REGIME'S BID TO CRUSH THE LEFT /ibid/

აქ ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს ზმნა 'bid'-ია მნიშვნელობის გადმოცემის: შეერთებული შტატების სამხედრო რეჟიმის მცდელობა დაამხო პროგრესული მორაობა შეერთებული შტატების სამხედრო რეჟიმში პროგრესული რეჟიმის დაშობას ცდილობს.

მოცემულ შემთხვევაში საგაზეთო სათაურის კონტექსტი „სათაურის სიტყვის“ მნიშვნელობის გააზრებისა და მისი დაკონკრეტებისათვის სრულიად საკმარისია. სხვა საქმეა სიტყვათშეხამება 'peace bid', რომელიც შეიძლება ნიშნავდეს „სამშვიდობო ნაბიჯს“ და „ამა თუ იმ სამშვიდობო მოქმედების მცდელობის მიღებას“. ერთ-ერთი გასუთის სათაურში შევხვდით სიტყვას **US PEACE BID**. შინაშეგებში საუბარი იყო აშშ-ის ახალ წინადადებაზე, რომელიც აღმოსავლეთის კონფლიქტების მშვიდობიანი გზით მოგვარებისკენაა მიმართული. ამ კონტექსტში, თარგმანის აპტიმალური ვარიანტი შეიძლება იყოს *შეერთებული შტატების მშვიდობიანი ინიციატივა*. მოცემული სათაურის სიტყვის დაკონკრეტება როგორც ვიწრო, ასევე ფართო კონტექსტით ხორციელდება.

სათაურის ავტორების მიერ ასევე ხშირად გამოიყენება ზმნა 'to quit' გასუთ „უკონტრინ პოსტის“ ერთ-ერთ სათაურში მას 'to leave'-ის მნიშვნელობა აქვს.

მაგალითად:

CIA MAN QUILTS ISRAEL

მოცემული ფრაზა კი შემდეგი სახით შეიძლება ითარგმნოს:

The Head of the US Central Intelligence Agency yesterday left Israel.

ამ შემთხვევაში შესაძლებელია შემდეგი თარგმანი:

ცენტრალური სადაზვერეო სამსახურის უფროსი ტოვებს ისრაელს

ასევე დროს quit სხვა საგაზეთო სათაურებში შეიძლება გამოიყენებოდეს 'შინის,'withdrow'-ის სინონიმად.

TELL US TO QUIT

მოითხოვთ შეერთებული შტატების ჯარების ისრაილიდან გაყვანა

ხოლო სათაურში **SENIOR U.S. OFFICER QUILTS** /Reuters, Sun May 11, 2003/

მოცემულ ზმნას აქვს resign-ის მნიშვნელობა

შეერთებული შტატების უფროსი ოფიცრის გადაყენება

განსაკუთრებულ სირთულეს ქმნის ინგლისურ საგაზეთო სათაურებში ხშირად გამოიყენებული იმ სახელობითი კონსტრუქციების თარგმანა, რომელსაც რამდენიმე სუფიქსით ახლავს, და რომელიც ერთი და იმავე სასურულის ეხება. მაგალითად:

FIGHT SIX SELLOUT CALL

სხვა ამგვარი საგაზეთო სათაურების მსგავსად მოცემული სათაური თარგმანის ენის თვალსაზრისით სემანტიკურად არ არის სრული და დაშლას მოითხოვს.

FIGHT SIX SELLOUT CALL ტრანსფორმირდება შემდეგი სახის წინადადებად:

CALL TO FIGHT SIX SELLOUT. სიტყვათშეხამება **SIX SELLOUT** კვლავ გაუგებარი რჩება (სემანტიკურად არ არის სრულყოფილი), თუ არ მოვიხმობთ უფრო ფართო, გასუთის მკითხველისათვის ცნობილ კონტექსტს. **SIX** („ექვსეული“) – ე.წ.

საერთო ბაზარში შემაჯალი ექვსი ქვეყანაა. SELLOUT გამოიყენება „გამცემლობის“ მნიშვნელობით. მოცემულ შემთხვევაში six მოქმედების სუბიექტი კი არ არის, რომელიც გამოიხატება სიტყვით sellout, საუბარია არა „ექვსეულში“ შემაჯალი ქვეყნების გამცემლობაზე, არამედ იმ ქვეყნებზე, რომელთაც ინგლისი საერთო ბაზარში შესყავთ. ამიტომ ეს სათაური შემდეგნაირად შეიძლება ითარგმნოს:

ინგლისის მოწოდება საერთო ბაზარში გამცემლურ

ჩათრევის ბრძოლისაკენ

სათაურებში, ვიდრე შენიშვნის ტექსტში. საკმაოდ ხშირია სასაუბრო ლექსიკის გამოიყენება.

მაგალითად:

A leading Chinese diplomat has been accused of responsibility for violence against foreign embassies /The Guardian Weekly, November 7-3, 2002/

იმედროულად, სტატიის სათაურში იგივე სიტუაცია შედარებით უფრო სალაპარაკო ლექსიკის საშუალებითაა გადმოცემული:

CHINA BLAMES DIPLOMAT FOR EMBASSY ROWS-

ეს ქართული და რუსული ენებიდან ინგლისურზე თარგმნისას უნდა გაითვალისწინოთ: მაგალითად: სტატიის შემდეგი სათაურის: ფინანსთა სამინისტრო „არას“ ამჯობინებს – МИНИСТЕРСТВО ФИНАНСОВ ПРЕДПОЧИТАЕТ «НЕТ» თარგმნის დროს მთარგმნელმა შედარებით უფრო სალაპარაკო ვარიანტი არჩია: MINISTRY OF FINANCE PREFERS 'NO', რომელიც რელაქტორმა შემდეგნაირად გააასწორა:

MINISTRY OF FINANCE LIKES TO SAY 'NO'

რა თქმა უნდა, იმ შემთხვევაში, როდესაც ტექსტში სალაპარაკო ლექსიკაა გამოიყენებული, ეს ელფერი თარგმნის დროსაც უნდა იქნას შენარსუნებლი.

და ბოლოს, არსებობს კიდევ ერთი არანაკლებ მნიშვნელოვანი პირობა, რომელიც სათაურის თარგმნის დროს უნდა გაითვალისწინოთ. სათაური – ეს ტექსტის სტრუქტურის კიდევ ერთი ფორმალური, კომპოზიციური და აზრობრივი ელემენტია. მთარგმნელმა აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს ის სტრუქტურული და აზრობრივი კუთხურები, რომელიც ამა თუ იმ ენაში სათაურსა და საგაზეთო ტექსტს შორის ელინდება.

ამასთან დაკავშირებით არ შეიძლება უპერადლებოდ დავკოეოთ ინგლისურ, ქართულ და რუსულ საგაზეთო-საფორმაციო შეტყობინებებს შორის არსებული სოფიერთი არსებითი განსხვავება.

ინგლისურ პრესაში საკმაოდ მკაცრად გამოიხატება სათაურების შედგენის პრინციპი, რომელიც ლესლი ხელერსმა შემდეგნაირად ჩამოაყალიბა:

Headlines should tell the story, the sages say /L. Sellers, 1990:165/

აღნიშნული კიდევ ერთხელ ცხადყოფს, თუ რაოდენ მნიშვნელოვანი სათაურის მიერ ტექსტის სრული ასახვის ფუნქცია, რომ სათაურებმა მაქსიმალურად შემჭიდროებული ფორმით უნდა გადმოსცეს იდეა, აზრი, რომლის გახსნაც სტატიის ტექსტის საშუალებით ხერხდება.

ინგლისური საგაზეთო სათაურების თავისებურება გამოიხატულებას პოულბობს თარგმანში. ისეთი სათაურები, როგორცაა, დელეგაციის ჩამოსვლა, გადამწყვეტი პროტესტი, არ შეიცავს საკმარის ინფორმაციას ინგლისურ პუბლიცისტიკაში მიღებული საგაზეთო ტექსტის ავებისათვის საჭირო წესების გათვალისწინებით.

შემდეგი სათაურის *დელეგაციის ჩამოსვლა* – თარგნის დროს საჭიროა დამატებითი ცნობები: ვის დელეგაციაზეა საუბარი, სად ჩამოვიდა ეს დელეგაცია და ა.შ. შენიშენის ტექსტიდან ეგებულობთ, რომ მოსკოვში უგანდას დელეგაციის ჩამოსვლის შესახებაა საუბარი. ინფორმაციის მოცემული მინიმუმის საფუძველზე ჩვენ მოყვანილ სათაურს შემდეგნაირად ვთარგმნით:

UGANDA DELEGATION VISITS MOSCOW

და ბოლოს, სათაურის – *გადამწვევები პროტესტი* – სიტყვასიტყვითმა თარგმანმა შეიძლება გამოიწვიოს სათაურის აგების შემოსხნებული წესების დარღვევა. აუცილებელია დამატებითი ინფორმაცია: ვინ გამოთქვამდა პროტესტს? რის წინააღმდეგაა ეს პროტესტი მიმართული? ამ დამატებით ინფორმაციას ჩვენ ტექსტის შენიშენიდან ეგებულობთ: საუბარია იაპონიის პროტესტის შესახებ ატმოსფეროში ბირთვული იარაღის გამოყენების წინააღმდეგ. მსგავსი სათაური შეიძლება ასე უღერდეს.

მაგალითად:

JAPANESE RAP CHINESE BLAST

მკითხველს შეიძლება დაეზღოს კითხვა: ექვემდებარება თუ არა თარგმანს მსგავსი ტიპის „სათაურის თარგმანები“? თუ, რა თქმა უნდა, „სემიოტიკური სიტყვათშეხამებების თარგმანს გადავხედავთ, მაშინ ტერმინი „თარგმანი“ აქ მთლებელია. მაგრამ უნდა ვთქვათ ისიც, რომ მსგავსი მთლიანობები საესებით დაუშვებელია. ოღონდ თუ სათაურებს გადავხედავთ ისე, როგორც ტექსტის სტრუქტურის შემადგენელ ნაწილს, მაშინ არ შეიძლება არ ვაღიაროთ, რომ ტექსტის სტრუქტურაში სტილისტურად განირობებული განსხვავებების გათვალისწინებით მსგავსი მთლიანობები დასაშვებია. მოცემული განსხვავებები ეს არა მარტო საგანგებო სათაურის სინტაქსური სტრუქტურის განსხვავებებს გამოაუღენს, არამედ სათაურის აგებისათვის საჭირო ინფორმაციის მინიმალურ რაოდენობასაც შეიცავს.

ამრიგად სათაური ტექსტის შემადგენელი ნაწილია. იგი არის ერთ-ერთი ძლიერი ოპოზიცია და ხასიათდება ყველა ნიშნით, რაც ძლიერი პოსიციის ერთეულს – ტექსტს ახასიათებს.

Е. П. Козлова

Грузия, Грузинский технический университет

Воздействующая функция языка медиатекстов в современном информационном обществе

Ключевые слова: медиатекст, коммуникативная деятельность, язык, прагматика, функциональный стиль

Массовая коммуникация – система социального взаимодействия особого рода. Значимость данной коммуникативной сферы обусловлена тем, что в центре ее внимания находится человеческое общество, которое выступает как ограниченное социальное пространство со специфическими внутренними процессами и культурными характеристиками.

Средства массовой информации прочно вошли в жизнь современного общества. Они являются мощным средством воздействия на человеческий разум. Современные

масс-медиа – это и актуальный информатор, и путеводитель, и центр набравших вопросов действительности. Они ориентируют социум, сообщают о важнейших событиях, о характере относительных перспектив, используя в качестве рабочего инструмента язык. Именно с его помощью решаются конкретные задачи информирования аудитории, посредством языка адресат побуждается к определенным действиям. Наконец, в целом ряде случаев, использование языка является если не единственным, то основным компонентом действия, в корне меняющим социальную действительность или индивидуальную судьбу. Поэтому вполне оправданным является изучение языка медиа как инструмента действия. Именно под этим углом зрения и рассматриваются языковые явления в рамках коммуникативно-лингвистической прагматики.

Выполняя функции источника и хранителя информации, язык одновременно является способом выражения накопленного знания и базой для формирования нового. Как «носитель информации» конкретный язык выступает в качестве инструмента социальной наследственности, благодаря которому человек может обращаться к знаниям и опыту предыдущих поколений, чтобы затем получать новые знания. Именно поэтому с помощью языка в процессе активной познавательной трудовой деятельности человеку удалось радикально изменить информационную картину мира.

Если под информационной картиной мира понимать всю совокупность знаковых систем, сигналов и проявлений информационных связей, то язык можно рассматривать как особый вид социальных информационных связей. Благодаря языку картина мира получает возможность социального репродуцирования, связанного с активным отношением к прошлому опыту, когда отбирается, сохраняется и создается то, что способствует дальнейшему развитию общества.

Будучи динамичным по своей сути, язык масс-медиа наиболее быстро реагирует на все изменения в общественном сознании, отражая состояние последнего, с одной стороны, и влияя на его формирование, с другой. Именно на примере языка СМИ легко проследить новые тенденции в подходах к изучению языка, формирующиеся в современной лингвистике. Существенную роль среди них играют функциональные аспекты использования языка.

Текст массовой информации (медiateкст) обладает целым рядом особенностей, которые еще недостаточно изучены. Сложность его анализа связана со многими разнородными факторами: жанровой неопределенностью, «привязанностью» к каналу передачи, смешением устной и письменной речи, «коллективностью» создания и получения текста и др. Все это стимулирует не только анализ отдельных «языков» СМИ – прессы, радиовещания, кино, телевидения и т.д., - но и поиск некоторой общей теории, которая позволила бы дать трактовку массовой информации как единого текста.

Возникшее на пересечении ряда наук – психологии, лингвистики, семиотики, герменевтики, социологии - понятие «текст» имеет десятки определений. Специфика и многогранность его понимания заключается в том, что текст представляет собой целый комплекс языковых, речевых, когнитивных, синтаксических, словообразовательных, лексических текстообразовательных компонентов, неразрывное единство которых и определяет его внутреннюю смысловую сущность. В рамках теории средств массовой коммуникации текст рассматривается как основное средство социального общения, ориентированного, по определению А.А.Леонтьева, «на изменение коллективной

(совместной) деятельности за счет согласования (рассогласования) индивидуальных деятельностей по тем или иным параметрам, или, наоборот, за счет разделения функций». (5, с. 43).

Медиатекст можно определить как средство коммуникации, порожаемое реальным миром на основе реализации актов волевых решений и потенций авторов-журналистов, востребованных открытой системой – социумом.

Работа по созданию медиатекста вычленяется в самостоятельный вид деятельности, где субъектом остается журналист, но его активность направляется не на мир-реальных объектов, а на язык и осложняется его природой, своеобразием функционирования в определенном стиле, его нормами. В журналистских текстах активизируется внимание к языку как средству кодирования данных о мире.

Познание мира системно, оно органически связано с неразрывностью знаний, в языковом отношении выражающихся посредством дискурса – динамического процесса, с помощью которого осуществляется предикативная связь явлений окружающего мира с непосредственным выражением ее при помощи языка.

Тексты средств массовой информации представляют собой именно дискурс; они всегда динамичны и современны, они воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий. Как известно, материалы, относящиеся к этому регистру речи, представляют собой «сплав» всего спектра функциональных стилей языка. В медиатекстах функция сообщения реализуется в той же мере, что и функция воздействия, для чего используется весь набор имеющихся в распоряжении языка средств. Дискурс, будучи динамическим процессом, отражающим функциональные особенности речи, имеет в то же время все свойства ее прагматических, экспрессивных и когнитивных свойств.

В современной трактовке медиатекста на первый план выдвигаются вопросы коммуникативного характера и функциональной специфики, а текст трактуется соответственно как социокоммуникативная единица. Такой подход к медиатексту определили социальные отношения, политическая ситуация, групповые и общественные интересы, которые конструирует автор журналистского текста. Журналистский текст, в этом плане, наделён уникальными возможностями. Он предстаёт исключительно многоаспектно, в самых различных вариантах с учётом осмысления и логически оправданной целесообразности. В связи с этим актуальна задача моделирования смысловых и структурных связей, участвующих в текстообразовании, с безусловной опорой на прагматику отношений говорящего и слушающего, автора и читателя, субъекта и объекта.

Таким образом, современный взгляд на медиатекст содержит указание на коммуникативную сторону журналистского произведения. Понятие коммуникативной деятельности шире понятия речевой деятельности: второе входит в первое как её важнейшая составляющая, содержание которой есть обмен информацией. То есть, если речевая деятельность осуществляется средствами языка, то коммуникативная наряду с языковыми средствами использует и иные (психологические, например). Так теории текста оказываются подведомственны тексты и языковые, и смешанные, и, в определенных случаях, неязыковые.

Обращение к понятию «деятельность» делает возможным рассмотрение текста как двуединства процесса и продукта, что и находится в русле тенденций современной медиалингвистики. Коммуникативность определяется как высшая категория текста, в наиболее общем виде фиксирующая многофакторную обусловленность текста как

системы, его интегративное качество и динамический принцип организации. Микросредой существования текста является акт коммуникативной деятельности человека, которая складывается в определённую схему: коммуниканты – процессы вербализации и понимания – язык – обстоятельства коммуникативного акта – практические цели – коммуникативные цели

Текст массовой информации создается на основе перевода коммуникативного намерения (*интенций*) в коммуникативную деятельность. Предметом текстовой деятельности в данном случае является не смысловая информация вообще, а смысловая информация, цементируемая конкретным замыслом, коммуникативно-познавательным или коммуникативно-побудительным намерением. Большую роль при этом играют *фоновые знания* получателя информации, являющегося членом конкретной государственно-коммуникативной общности, носителем определенной культуры. Фоновые знания составляют ту основу, базируясь на которой можно повлиять на восприятие текста реципиентом и/или на его поведение. (3, с. 27).

Отмечая глобальные изменения в современном информационном обществе, связанные с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, необходимо иметь в виду: эти изменения влияют не только на условия жизни, но прежде всего на способ мышления и систему восприятия современного человека.

Информационное общество – это новый этап развития человеческой цивилизации. Когда доминирующими становятся информационные процессы. Другие синонимы, раскрывающие смысл термина: постиндустриальное, посткапиталистическое, постматериальное, общество знаний и риска. Это третья стадия развития человечества. Мы живём в ней сейчас. Концепции информационного общества при всей их прагматичности ориентируют на глобальный идеал. Всё чаще звучит мнение, что СМИ и люди, использующие медиа как инструментарий в работе, обладают специфической властью. Появилось даже понятие, определяющее данную прослойку общества – медиакратия. Медиакратия представляет собой слияние власти медийной, политической, экономической и служит интересам владельцев СМИ и информационных империй. Само понятие «информационное общество» было введено профессором Токийского технического института Ю. Хаяши. Оно характеризуется: переориентацией экономики от товаропроизводства к сервису; уменьшением значимости материальной собственности в системе ценностей; повышением ценности знаний как основы технологической и социально-политической структур общества; реорганизацией культурной сферы, подразумевающей ориентацию на приоритеты интеллектуализма; возникновением доминанты «университет» (образование, наука) как системогенерирующего общественного фактора и др. (4, с. 7).

Тексты массовой коммуникации отличаются от других видов текстов тем, что систематизируются, перерабатываются и оформляются особым способом. Практические и коммуникативные цели занимают особое место в медиатексте; они являются сквозными, связующими, пронизывают все другие компоненты. Это во многом объясняется целенаправленностью как атрибутом человеческой деятельности, целевыми характеристиками языка. Практические цели связаны с типом социальной деятельности, в которую вплетена коммуникативная деятельность. Практические цели представляют собой образ практического результата, который предполагается достичь универсальному журналисту.

Коммуникативная цель – это намерение, установка, реализуемая при помощи текста. Если практическая цель принадлежит человеку, то коммуникативная – тексту.

Таким образом, рассмотрение текста в аспекте цели выводит текст на уровень исследования его прагматики и выдвигает категорию коммуникативной направленности текста как реализацию фундаментальной цели коммуникации (воздействия на слушающего, преобразование его сознания, достижение понимания и т.д.). «Коммуникация – это вторжение в систему сознания реципиента, построение в его когнитивной системе определенной модели мира, не обязательно совпадающей с моделью мира говорящего и онтологически существующей картиной мира»(6, с. 123).

Итак, в русле коммуникативного подхода к тексту его можно определить как коммуникативно-направленный и прагматически значимый сложный знак лингвистической природы, репрезентирующий участников коммуникативного акта в текстовой личности универсального журналиста, обладающий признаками эвокативности и ситуативности; механизм существования которого базируется на возможностях его коммуникативной трансформируемости. Данное определение не содержит многих из традиционно приписываемых тексту признаков целостности, связности, завершенности, членимости и т.д. Этот факт объясняется следующим: большинство «канонических» признаков выделено и установлено при рассмотрении текста не извне (из среды его существования) а, изнутри (семантико-структурное образование). Коммуникативность лингвистики текста заставляет отказаться от традиционной изоляции языка как предмета узколингвистического описания. Лингвистическая основа теории текста сохраняется. Нужно только помнить, что и сама наука о языке и тексте в начале двадцать первого века во многом уже иная, чем та, которая имелась прежде.

Всплеск интереса к медиатексту сложился уже во второй половине двадцатого века, когда появляются новые направления – критическая лингвистика и социальная семиотика, в центре внимания которых оказываются проблемы использования языка в идеологических целях. В русле данных направлений текст рассматривается как полифункциональное образование, репрезентирующее реальность и реализующее социальное и интерперсональное взаимодействие между коммуникантами. Прошло более тридцати лет, а этот интерес не только не ослабевает, но, в связи с возрастающим интересом к изучению текста в функциональном аспекте, усиливается. В связи с этим задача моделирования смысловых и структурных связей (синтаксиса, морфологии, словообразования, лексики) журналистских текстов особо велика. Эта необходимость объясняется и тем, что текст, как объект исследования, обладает прагматическими и функциональными качествами.

СМИ создают определенную текстуально-идеологизированную «аудиовизуо-сферу», в которой живет современный человек и которая служит четкой концептуализации действительности. Именно сфера массовой коммуникации способствует тому, что общество становится в той или иной мере согласованно живущей ассоциацией, именно в СМИ наиболее отчетливо проявляется воздействующая функция языка. Именно поэтому исследования в области функциональной стилистики принадлежат к числу тех теоретических разработок, которые при благоприятных условиях могут найти прекрасное практическое приложение. Они исчерпывающим образом объясняют природу стилистического варьирования и при всей каноничности и однозначности базовых постулатов обладают достаточной гибкостью, позволяющей описывать развитые национальные языки в их исторической изменчивости. Разумное и последовательное применение функционально-стилистической теории в лингвистике медиатекста дает возможность

разобраться во многих сложных, спорных и неочевидных вопросах, осмысление которых не в последнюю очередь будет способствовать сохранению национальных языков во всем их богатстве и разнообразии.

Литература

1. Володина М.Н. Проблема информационно-языковой культуры в современном обществе // Журналистика и культура русской речи на переломе тысячелетий. М., 2002.
2. Зарубежная и Российская журналистика: трансформация картины мира и её содержания. М., 2003.
3. Дридзе Т.М. текстовая действительность в структуре социальной коммуникации. М., 1984.
4. Калмыкова А.А., Коханова Л.А Интернет-журналистика. М., 2005
5. Леонтьев А.А. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1974.
6. Самосудова Г.Г. Художественный текст – субъективный образ объективного мира//Концептуальная картина мира и интерпретативное поле текста с позиций лингвистики, журналистики и коммуникативистики. Барнаул, 2000.

E.Kozlova

Effecting Function of Media Texts in the Modern Information Society

At the end of XX century human society forms a system of mass communication, which absorbs the latest technical information expansion to virtually unlimited audience, that allows the system to become a real force, influencing the formation of the whole system of spiritual values and needs of humanity. Media texts that have a number of features that are not well studied yet, carry out functions of a source and storage of information, their language is both a way of expressing the accumulated knowledge and the basis for forming new one.

ეკოზლოვა

თანამედროვე ინფორმაციულ საზოგადოებაში მედიატექსტების ენის ზემოქმედი ფუნქცია

მეოცე საუკუნის მიწურულს საზოგადოებაში ვლინდება მასობრივი კომუნიკაციის სისტემა, რომელიც მოიცავს უასღეს ტექნიკურ საშუალებებს და პრაქტიკულად შეუძლებელია დიდ აუდიტორიას. მთლიანად იგი ძალაა, რომელიც ახდენს გავლენას ადამიანის სულიერი სიმდიდრის მიუღ სისჯების ჩამოყალიბებაზე.

მედიატექსტები ინფორმაციის წყაროა, ხოლო მისი ენა აზიარებს შექმნილი ცოდნის გამოხატვის და ახდის ჩამოყალიბების ბაზას წარმოადგენს.

რუსუდან ლორთქიფანიძე

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი.

„შეხმანება“ და „შეძახილი“, როგორც ხერხი თანამედროვე ქართულ პუბლიცისტიკაში

საკეანძო სიტყვები: ჟურნალისტიკა, პუბლიცისტიკა.

დაღეს კომუნიკაციების რეკულაციის ეპოქაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პუბლიცისტიკას, როგორც მასობრივი ინფორმირებისა და ეურბალური კომუნიკაციის ორიგინალურ სახეობას. მისი ნებისმიერი უანრი მამინ არის

ღირებულებები, თუ კონკრეტულ პრობლემას შეეხება და კონკრეტული მისამართი აქვს. თანაც თუ ეს პრობლემა საინტერესო და მტკივნეული უნდა იყოს ერთი მხარისთვის, დამაფიქრებელი და ადეკვატური რეაქციის გამოწვევი, გამომაფხიზლებელია მეორე მხარეში. თუმცა ჟანრის პოპულარობისათვის ყოველივე ეს არ არის საკმარისი. პუბლიცისტური ნაშრომის წარმატებას შესრულების დონე, ანუ ოსტატობის ის ხერხი განსაზღვრავს, რომელსაც ავტორი არა მხოლოდ ფაქტის წარმოსახენად, არამედ მისი დროულად გადაჭრისთვის ირჩევს. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, პუბლიცისტის ამოცანა მხოლოდ ინფორმაციის (პრობლემის, ფაქტის, მოვლენის) მიწოდება კი არ არის, არამედ ისე თქმა, რომ ამ ამბავს ჩვეულებრივი მკითხველის ვარადა, იმანაც მიაქციოს ყურადღება, ვისაც უშუალოდ პრობლემის მოგვარება ეხება და ხელეწიფება.

სწორედ აქ დგება პუბლიცისტი დიდი მისი წინაშე, რომელი ხერხი აირჩიოს ფაქტის მნიშვნელობის, აკაკრედიანობის წარმოსახენად. რა თქმა უნდა. გასათვალისწინებელია ჟანრის სპეციფიკა, აუცილებელი კი უწყვეტური ეურნალისტური ქმედების საიდუმლოებაში წვდომა და თეორიული ცოდნის პრაქტიკულად გამოყენება. მიგვანინია, რომ გამოსავალი მაინც ფაქტია, როგორც პუბლიცისტური ნაწარმოების ერთ-ერთი უძმათერესი საყრდენი, როგორც მკითხველისათვის დროსა და სიერცეში მახლობელი გარემომცველი სინამდვილის კუქმარტივი სურათი.

არგორც მიუთითებენ (და როგორც პრაქტიკოსი სრულად ვეთანხმები). ფაქტი ემპირიული ცოდნაა მოვლენის შესახებ, ხოლო აზრი - არის შესახებ „თეორიული მონაცემები“, დანახკვი“ [1. გვ. 66]. ორივე შემთხვევაში დღაიორბიტი წარმმართველობის პრობლემა შეიძლება მრავალ არგუმენტსე დაერდნობით დასაბუთდეს, მაგრამ რომელს უნდა მიანიჭოს ეურნალისტმა უიორატეხობა. რომ ადრესატმა იგი ადეკვატურად გაიგოს და „მკედარ მასა-დღად“ არ დარჩეს? აი, აქ იხენს თავს ადღო და ოსტატობა, რომლითაც ბვერი დღეუანდელი ეურნალისტი ვერ დაიკეხნის. თუმცა, ვეიქრობთ, არც მხოლოდ ეს არის იმის მიხეობი, რომ ობიექტური ინფორმაცია ვერ აღწევს ადრესატის ენობიერებამდე. მის არაადეკვატურად აღქმას ეურნალისტის სუბიექტივისში განაპირობებს. ანუ ადრესანტის ცნობიერებაში კოდირებული თეალსახრობი. აანამედროვე ეურნალისტთა უმეტესობა ხედავს იმას, რისი დანახკვიც მას ან იმას, ვისაც დაქირავებული აქავს. სერს. ინფორმაციიდან ირნევენ იმ ფაქტებს, რომლითაც ათასტურებენ მათ აზროვნებაში აკუმულირებულ მენტალურ მონღლებს და უზოზიბელყოფენ ან მკედარ ინტერპრეტაციას აიღვევენ იმ ფაქტებს, რომლებიც არ შესაბამებია მათ თეალსახრობის. ეს ტენდენცია თანამედროვე პუბლიცისტიკაში აზკარაა, შესაბამისად დანღწეულია პუბლიცისტიკის სიმახვილე. რაც ერთობ ხელსაყრელია დღეუანდელი ვითარების წარმმართველთათვის. მიგვანინია, რომ ერთ-ერთი მიზევი ისეთი პუბლიცისტური ჟანრის გაქრობისა, როგორცაა „ფეულტონი“, ესეც არის. თუმცა, თუ გაითვალისწინებთ, რომ დღეს საქართველოში არ არსებობს კიტრია, ამ ცნების ქვეშ შინაარსობრივი გაგებით იგულისხმება დანღწევა-გინება. შეიძლება ითქვას, თანამედროვე პრესაში ამ გაგების „ფეულტონი“ ჭარბობს. ესეც ერთ-ერთი დამახასიათებელი ტენდენციაა, რომელსაც საფუძველი სწორედ 90-იან წლებში ჩაყარა და დღემდე გრძელდება.

ვერ ვიტყვი, რომ პუბლიცისტიკის ის ხერხი, რომელსაც „შეხშიანება“ აქქია 90-იან წლებში წარმოიხნდა. მას ჟერ კიდეც XIX საუკუნის 60-იან წლებში მარჯვედ იყენებდა ილია ჭავჭავაძე. კონსტანტინე გამსახურდია („ეურაინის თემიდა“, ხარკევი), თუღოუს ვყნისი („რეპორტაჟი სახრობუ-ღადან“). ერნესტ კეშინგუვი, რომელიც თავდაპირველად რეპორტიორად

მუშაობდა. საბჭოურ პრესაში კი თავისი დანიშნულებიდან გამომდინარე (მისი მიზანია სიტუაციის ვითარების, მდგომარეობის გამაფრება, ხასიათის აქცენტირება), დაეწეებას მიეცა. ტოტალიტარიზმს თავდაღწეულ დროში მისი გახსენება თითქოს არც უნდა გამხდარიყო საჭირო, მაგრამ დრომ და ვითარებამ მისი აუცილებლობა აჩვენა.

„შეხშიანება“ არის ხასჯანმითი მიმართეა, რომელიც არ მითხოვს საჯარო პასუხს. იგი იგულისხმება“ [1, გვ. 79]. შეხშიანება მკაფიოდ წარმოიანებს ფაქტიდან წარმოშობილ პრობლემას, გამოხატავს პუბლიცისტის ტენდენციას, ანუგუშებს, აფრთხილებს, აფიხსლებს, აფიქრებს ადრესატს. „შეხშიანება“ სრდის მასალის შემოქმედებას, ამიტომაც დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, როდესაც მისი ადრესატი ფართო საზოგადოებაა, თუმცა თანამედროვე პრესაში შეხშიანებას უფრო ხშირად კონკრეტული ადრესატი მკყავს.

„შეხშიანებას“ ბუერი ნიუანსი აქვს. მთავარი ის არის, რომ ეს ხერხი გაბმული მსჯელობის საფუძუბრებიო ნაწილი კი არ არის, არამედ თავისებური ჩანართი, რომელიც დინებიდან ერთგვარი „გამორთვის“ საეცი-ფიკთაც ხასიათდება. როგორც ჟურნალისტიკის მეტრი ბაჭანი წილარ ტაბითე აღნიშნავს, ამიტომაცაა, რომ „შეხშიანებას და პოლემიკის წარ-მოებისას არსებულ მიმართებებს შორის ტოლობის ხიშნის არ ესეპის. „შეხშიანება“ ერთგვარი შეჯამება; არის და ახალი ატასტის წარმოებაც“ [1, გვ. 80-81]

„შეხშიანება“ გამოირჩევა სიმსაფრთხა და ემოციურობით, რომელსაც „შეძახილი“ აძლიერებს. შეხშიანება რამდენაღმე ლირიკულ გადახვევას წააგავს (6. ტაბითე), აქვე დაეყენი, რომ პუბლიცისტური წერილის საეკანისო კითხვა პოლემიკის, კამათის იღუზიას ქმნის, რაც მკითხველს ამ დინამური პროცესის უშუალო მიწაწილედ ხდის. ეს კი მის, პუბლიცისტის პოზიციასე დაეყენებას ეველათე მკოლე ემოციების გსით უწუობს ხელს.

ზოგჯერ პუბლიცისტული წერილი მოლანად დასაწესში დასმული კითხვის პასუხს წარმოადგენს, კითხვისა, რომელშიც აეტრის პოზიცია, მისი დამოკიდებულება, ტენდენციაა გამოხატული. „შეხშიანების“ აღქმაში ადრესატს, თავისი იშვიითი დინამიზით, ექსპრესიით, უშეაღბობით, ესმარება „შეძახილი“, რომელსაც აქცენტი შეაქვს პუბლიცისტურ ტექსტში.

შეიძლება დავასკენათ: „შეძახილი“ აქცენტრებული ფიგურაა, რომელიც ესოდენ საჭირო სიმძაფრესა და ემოციურობას აძლევს „შეხშიანებას“.

ეფიქრობთ სწორედ სიმსაფრე წარმოშობს იმ ემოციას, რომლის ძალ-მოსილებაც შედეგზეა გათვლილი. ვაკისხუნით არდასა: „შეძახილში ხე გაახმო“, ანუ ტექსტის აეტორი დარწმუნებულია სეპირმეტყველებასა თე ბეჭდურ მედიაში ამ ხერხით უსათუოდ მიადწეეს შედეგს.

დიდი მნიშვნელობა ენიჭება შეხშიანებას, რომელსაც მისი ადრესატი ფართო სასოგადოებაა. ამ მიმართულებით გამოირჩეულია XX სა-უკუნის 90-იანი წლების სინებული მწერლისა და პუბლიცისტის ჯანსუდ ლინიჯილიას წერილები. იგი თითქმის ყველა წერილში შეხშიანების ხერხს იყენებს, ადრესატი ქართველობაა. შეხშიანების ხერხი კი დაფიქრებას, ვითარების გაცნობიერებასა და გამოფიხსლებას ისახავს მიზნად.

„საქართველო არ წავიდა ილია ჭავჭავაძის გსით, თითქოს მხარი ექცა, მომავალშიც ასე ეპირებთ?“

მასშტაბურია კითხვა რუსუდან ლორთქიფანიძის პუბლიცისტურ წერილ-ში „ხელისუფლებას „ოსსლეუს“ არ ვენდობით“.

„დღეს, როცა ასე მძიმე ვითარება შეიქმნა ქვეყანაში ჰქონდა თუ არა საქართველოს დღევანდელ პრეზიდენტს ბატონ მიხეილ სააკაშვილს გაცნობიერებული, რას ავალდებულებდა მას თავისი პარტიის დასახელება „ნაციონალური?“ ეს შესმიანება ბეერის მთქმელია. ხაზი გაესვას ვითარების სიმწვევეს. იქვე ავტორის პასუხი: „არა“ მდგომარეობის გაუარესების გარდაუვალობის მაჩვენებელია. რაც აუცილებლად გამოიწვევს ერთიან სახელხო პროტესტს. „შეძახილს“ ხელისუფლების გონსე მოსასველელად იყენებს ავტორი: „ხელისუფალი, შენ ხარ ის ადამიანი, ვინც ყრმა თავის პურსონად წარმოგადგინა, და ვალდებული ხარ, შენ თუ გერეთ წარსდგე არა პირადი, არამედ ერის ინტერესებით, დაიცვა მისი უფლებები!!! [2]

„შესმიანებას“, უმთავრესად, კონკრეტული ადრესატიც უნდა ჰყავდეს. მაგალითად, პუბლიცისტურ წერილს „დაკემილი ქალაქი“ აქვს ქვესათაური: „ბატონო ვანო, მოაწყვეთ ექსპერიმენტი!“ და ეს უკვე კონკრეტული პირისადმი შესმიანებაა თანაც ქვეტექსტით: ნემი ნათქვამი თუ გაუკუებათო. დიახ. ავტორი ნინებულად წარმოაჩენს საჭირობორტო ფაქტს. ანუ, თუ რა ზიანი ადგება თბილისის ღლანშაფტს საგაბტრო ობიექტების (მარკეტო, მინიზარკეტო, სუპერმარკეტო) მშენებლობისას მავანთა განუკითხაობით. ავტორი არა მხოლოდ ასრობრივი დოგით ასაბუთებს ფაქტს, ფოტო მასალითაც შეკავს მკითხველი საქმის კერსში და თანამოაზრედ იხდის. წერილი აგებულია პოლინიფორმაციული წინადადებებითა და რიტორიკული შეძახილებით. ტენდენცია გამჟღავნებულია დეტალების ფოტო აქცენტრებითაც.

„მინდა ვთხოვო ბატონ ვანო ზოდელაეას დაინტერესდეს, რა მსოფლიო საჭიროებამ და ეროვნულმა აუცილებლობამ მოითხოვა აქ „სუპერ-იმანოს“ აკება?“

ან, უფრო კონკრეტულად, რა დაუჯდა იმ ხალხს, ვინც იქ აშენებს. მშენებლობის ნებართვის აღება!

ან, კიდევ უფრო დამისამართებულად: რამდენი აიღეს ამ ნებართვის გაცემისათვის იმ თანამდებობის პირებმა, ვინც ეს ნებართვა გასცა?“ [2, გვ. 4].

შემდეგ, ავტორი დოკუმენტურად ასაბუთებს რა და როგორ, სად და უსი მუშევობით გაიცა ნებართვები მშენებლობებისათვის.

„ხედავთ, როგორ ხდება ნებართვების მიცემა? არა – ამა თუ იმ ადგილის საჭიროებისათვის. არამედ – ვიღაცას „ხოში“ აქვს ააშენოს, ხადაც მოეწონება. იქ“ ეს „შესმიანება“ მკაფიოდ აელენს ეურნალისტის წუხილს. მიმართვა მკითხველს აახლოებს პერსონაჟთან, აჩვენებს ქალაქის მერთან. მასალის სემოქმედებას კი წერილის ბოლო ფრაზები ქმნიან. როდესაც პუბლიცისტი ხმამაღლა ეუბნება ქალაქის მერს:

„თუ არა და, ექსპერიმენტი მოაწყვეთ ბატონო ვანო: საიდუმლოდ შეიგულეთ 100 პარტიისანი უფულო კაცი, დააწვინეთ განცხადებები რაიმე უმტკივნეულო მშენებლობის მოთხოვნით და ვერც ერთი რომ ვერ მიიღებს ნებართვას (უფულოდ!) მერე დინისიძეების განხორციელება თქვენთვის მოგეინდია, გენდობთ!“

განსაკუთრებული ხასგანსა ბოლო ფრაზაში: „თქვენთვის მოგეინდია, გენდობთ“ აშკარად ირონიული ტონით არის ნათქვამი, რომლის ქვეტექსტში სინდისის გავიძების მუხტია კოდირებული.

დასკენის სახით შეგვიძლია ვთქვათ: „შეძახილი“ რთული ენობრივი მოუღენა. იგი ქართულ პუბლიცისტიკაში ამ ბოლო დროს გამოვლენილი ხერხის „შესმიანებას“ კომპლექსურ ველში თავსდება, თუმცა შინაარსობრივად და ფუნქციურად მისგან მინც განსხეაუდება. ამიტომაც „შესმიანებას“, როგორც პუბლიცისტური ოსტატობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან

ხერხთან ერთად თანა-მედროვე პუბლიცისტურ აზროვნების პრობლემურ არე-ში უნდა შემოვიტანოთ „შემახილი“, როგორც „შედევზე გათვლილი აქცენტირებული „ფიგურის“ ზემოაღნიშნული შინაარსი.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ნ. ტაბიძე, „პუბლიცისტური ოსტატობის ხერხები“. ჟურნალისტური ძიებანი, თბ., 2008, ტ. X გვ. 66.
2. რ. ლორთქიფანიძე, გასეთი „საქართველოს რესპუბლიკა“, 2007, 8. XI, გვ. 4.
3. ა. ასვლანიშვილი, გასეთი „საქართველოს რესპუბლიკა“, 2007, 17.X, გვ. 4.

*Doctoral candidate Rusudan Lortkipanidze
The Georgian Technical University,*

"Response" and "Exclamation", as Methods in Modern Georgian Publicism

Publicistic method "exclamation" helps the method of "response", brings new accents, gives dynamism and expression to the text and adds power and emotionality. Analysis of modern publicistic text shows that power gives birth to emotion, which creates the final result. "Exclamation" is in the communication field of "response" but functionally and substantially differs from it. "Exclamation" is the "accented "figure" concentrated on the final result" in publicistic thinking.

*Докторант Русудан Лорткипанидзе
Грузинский Технический Университет,*

«Отклик» и «Восклицание», как метод современной грузинской публицистики

В статье выявлено новшество, в частности, одному из публицистических методов "отклик" явно «помогает» метод "восклицания" Метод вносит новые акценты, придавая особенный динамизм и экспрессию тексту, добавляет ему мощию и эмоциональность. Анализ современного публицистического текста показывает, что мощию рождает та эмоция, сила которого рассчитана на конечный результат. "Восклицание" находитя в области коммуникации "отклика", но функционально и содержательно отличается от него. "Восклицание" нужно рассматривать в проблемной области публицистического мышления, как акцентированную «фигуру», ориентированную на конечный результат.

*თამარ მაღალკურაძე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

ზოგიერთი რამ სოციალური სწავლების თეორიის ისტორიიდან

მედიის ეფექტები, კათარზისი, დაკვირვება, სწავლება.

1960-იანი წლების შუა ხანებში მედიის ეფექტების შესახებ დებატები ახალი ძალით განაღდა. როგორც ადრე, ერთმანეთს შეუჯახნენ მასობრივი კომუნიკაციის, განსაკუთრებით ტელევიზიის, პრაქტიკოსები და სხვადასხვა ელიტები და ფგუფები, რომლებიც საერთო ინტერესებისა და შეხედულებების ადამიანებს აერთიანებდნენ, მაყურებელთა ნათელით (მოცემულ შემთხვევაში, ბეერ მშობელს). შემოთვების მთავარი მიზესი ბაშეებზე ტელევიდაცემებში არსებული ძალადობის ზემოქმედება იყო. სატელევიზიო ძალადობისადმი

მკვლევართა ინტერესის გაძლიერება იმ პერიოდს დაემთხვა, როცა წინა პლანზე შესულდული ეფექტების მყარი მოდელი გამოვიდა, რომელშიც იდეალურად ნაწერა ბევრი თეორია და შრომების შედეგები, მაგრამ სამეცნიერო საზოგადოების მიღმა ამ კონცეფციებსა და მონაცემებს სკეპტიციზმის გარკვეული დონით უყურებდნენ.

განსაკუთრებულ შეფიქრებას იწვევდა ტელევიზიის სეგაგულენა ბავშვებსზე. სოციოლოგები წამოჭრიდნენ სერიოზულ საკითხებს, რომლებიც ტელევიზორთან ხანგრძლივად ჯდომის პათოლოგიურ შედეგებს, დანაშაულის თანამდევ პიროვნულ, ფიზიკურ და გონებრივ შესაძლებლობებს ეხებოდა. ვასაკეირი არაა, რომ ამ შიშმა სხვადასხვა კვლევით პროექტის განხორციელებას მისცა ბიძგი. მათგან ყველაზე უფრო ამბიციურს სათავეში უდგა უილტერ შრამი, რომელმაც ილინოისის უნივერსიტეტთან კომუნიკაციების შემსწავლელი პირველი სამეცნიერო ცენტრი დააარსა. შემდეგ ის სტენფორდის უნივერსიტეტში მიწვიეს, რათა შეესწავლა ტელევიზიის როლი ამერიკელი ბავშვების ცხოვრებაში.

1958-დან 1960 წლის ჩათვლით შრამის გუნდმა 10 სხვადასხვა ქალაქში 11 სოციოლოგიური გამოკვლევა ჩაატარა, რომელთა მიმდინარეობისას გამოაკითხა 6000 ბავშვი და 2000 მშობელი. ამ შრომის შედეგები გამოქვეყნდა 1961 წ. ეს წიგნი კლასიკური მაგალითია შესულდული ეფექტების თმ არადავის დისრებებისა და ნაკლოვანებებისა. რომელიც ორ ათეული წლის განმავლობაში ეალიბდებოდა. მანამდე, სანამ შრამი თავის კვლევებთან ერთად მქშობას შეუდგებოდა. მათ ემპირიული კვლევების განახლებული მეთოდები გამოიყენეს. პირველ რიგში, გამოკითხვით ინტერვიუ, რათა პასუხი ყოფათ ბავშვებსზე ტელევიზიის გავლენის შესახებ კითხვათა ფართო წრეზე. მონაცემთა კომპიუტერისირებულმა ანალიზმა შესაძლებლობა მისცა მკვლევარებს. შეესწავლათ კვლავებს შორის. პირდაპირი მნიშვნელობით ათასობით. კაქშირი და გამოყეათ სტატისტიკურად მნიშვნელოვანი.

სტენფორდის ცენტრი გამოკვლევას იხე ატარებდა, რომ არ ემყარებოდა ერთიან, მკაფიოდ განსხატულ თეორიულ საფუძვლს. ამის ნაკვლად, მსკეებოდა რა შესულდული ეფექტების პარადიგმას, ის ყურდნობოდა მთელ რიგ ემპირიულ განსოგადებებს. რომლებიც გამონდნენ წინამორბედი კვლევების შედეგად, შერწყეითობისა და ინდივიდუალური უსხეეებულობების ცნებების ჩათვლით.

ისინი გაავრთიანეს სხეებთან, რომლებიც სხვადასხვა წყაროდან აიღეს. ყრედიხტული ფსიქოლოგიისა და ბიეყეორისმის ჩათვლით. შესულდული ეფექტების მკვლევართა მსგავსად. შრამმა და მისმა გუნდმა ამჯობინეს, არ ეხელმძღვანელათ რომელმე შემუშავებული თეორიული სისტემით, რათა მიკერძოებული არ მოსწეებოდნენ, არამედ თავიანთი თეორია აავეს სისტემატურ ემპირიულ დაკვირებებსზე. ამ დასკვნების არსი ორ აბზაცშია გადმოცემული:

“არც ერთ ინფორმირებულ ადამიანს არ შეუძლია უბრადოდ თქვას, რომ ტელევიზიას ბავშვებისათვის სარგებლობა ან ზიანი მოაქვს.

სოციურთი ბავშვისათვის სოციურთ პირობებში ტელევიზია მავნებელია. სხვა ბავშვებისათვის იმავე პირობებში, ან იმავე ბავშვებისათვის სხვა პირობებში ის შეიძლება სიკეთის მომტანი იყოს. ბავშვების უმრავლესობისათვის უმრავლეს შემთხვევაში ტელევიზიის უდიდესი ნაწილი, სავარაუდოდ, არც განსაკუთრებით მავნა და არც განსაკუთრებით სასარგებლო” ან. სხვაგვრად რომ ვთქვათ, ტელევიზია მავნე სეგაგულენას ახდენს სოციურთ ბავშვზე სოციურთ პირობებში, მაგრამ არა ბავშვების უმრავლესობაზე

პირობების უმრავლესობაში. აგრძელებდნენ რა თავიანთ კვლევებს, მეცნიერებს იმედი ჰქონდათ, რომ ტელევიზიის ეფექტების სასარგებლო თეორიას შექმნიდნენ საიმედო, სარწმუნო ემპირიული ფაქტების საფუძველზე.

კათარზისის ან სუბლიმაციის იდეა ვარაუდობს, რომ ტელევიზორზე ძალადობის ყურებისას ადამიანი თავისუფლდება აგრესიისაგან, ან, უკიდურეს შემთხვევაში, იკმაყოფილებს თავის ძლიერ აგრესიულ სურვილებს, რის შედეგადაც მცირდება აგრესიული ქმედების ალბათობა.

ეს თვალსაზრისი საკმაოდ ხდებოდა სარგებლოდა კომუნიკაციით მასობრივი კომუნიკაციების თეორეტიკოსებში. უპირველეს ყოვლისა, იმიტომ, რომ კათარზისის ცნება პირველად არისტოტელემ შექმნიტანა ბერძნულ ტრაგედიაზე მაყურებლის რეაქციის ახასხუნელად და ამგვარად მისი ინტელექტუალური ფასეულობა უფრო მეტად ტრადიციულობას ეფუძნებოდა, ყიდრუ დაკვირვებებს. გარდა ამისა, სატელევიზიო ძალადობის სასოგადოებისათვის სასარგებლოობა იმითაც საბუთადებოდა, რომ ის საშუალებას აძლევდა ახადგაზრდობას, დაგროვებული აგრესიულობა გარეთ გამოეშვა.

სოცკურ ძალადობის ხეყნებას მართლა შეუძლია მაყურებელთა აგრესიის გამოვლინების აღბათობის შემცირება. მაგრამ ეს არაა აკვილებლად კათარზისთან დაკავშირებული. ეს უფრო მეტად იმიტომ ხდება, რომ მაყურებლებს ესმით, რომ მოცემულ სიტუაციაში ძალადობა უადგილოა. შესაძლებელია, სწორედ ასეთია იმ თეორიის არეკმენსებები, რომელიც მედიაძალადობის გავლენის გასაგებად კვლახე სასარგებლოდ ითვლება – სოციალური სწავლების თეორია.

დაკვირვების საშუალებით სწავლების კვლევის კვლახე სერიოზული პირველი მკვლეობა 1940-იან წლებში განხორციელდა, როცა ფსიქოლოგებმა გამოავლინეს, რომ ადამიანები ქცევის ნაჩაზი მოდელების იმიტაციას აკვირებენ და შესაძლებელია ამ მოდელების გამოყრება და ქცევის ჩორმად ქცევა.

სოციალური სწავლების თანამედროვე თეორია ამტკიცებს, რომ მაყურებლებს ქცევის სიმბოლურ რეპრესენტაციას იღებენ და ეს “სურათები” მათ უსრუნველყოფენ ინფორმაციით, რომლის საყრდენსაც იხინი შემდეგში თავინთ საქციელს აგებენ. მასმედისგან ქცევის მოდელების სესხებით მაყურებელი ეფექტურად სწავლობს ქცევის სრულიად სხვადასხვა სახეს და პრობლემის გადაწყვეტას, რისი სწავლაც სხვა საშუალებით ან ძნელი, ან საერთოდ შეუძლებელი, ან ძალიან ძვირია. სოციალურ სწავლება, მასკვლახე რეპრესენტაციით ერთი ან ერთდროულად კვლეა შემდეგი საშუალებით ხდება: 1. გაკვირვების მეშეობით სწავლება – ინდივიდები ითვისებენ ქცევის ახალ მოდელებს ტელევიზორზე შესაბამისი რეპრესენტაციის უბრადლო ყურებით; 2. დათრგუნვა – რეპრესენტაციაში იმისი ხეყნებით, რომ მოდელო გარკვეული ქცევის გამოვლინებას დაღს ასეამს, შესაძლებელს ხდის იმის აღბათობას, რომ მაყურებელიც ანალოგიურად მოიქცევიან; 3. გამოფხიზლება – რეპრესენტაციები, რომლებიც ასვენებენ აკრძალული ან სახიფათო ქცევის წახალისებას. ხშირად ხაკმარისია იმის აღბათობის გასაზრდელად, რომ მაყურებელიც ასე მოიქცევა.

მასმედის მეშეობით სოციალური სწავლების ცნებისათვის ცენტრალური იდეა კომპენსატორული (ანაზღაურებით) გამოყრებაა, თუმცა სინამდვილეში დაკვირვების მეშეობით სწავლება გამოყრების გარეშეც შესაძლებელია მიმდინარეობდეს. კომპენსატორულის ან რეალულის, სოციალური სწავლების თეორია, რომელიც ხსნის დამკვირვებლის მიერ საკეთათვის თავის შესაძლებლობაში წარმოადგენილ მოდელებთან გათვლებას და აგრეთვე მათ უფრო აშკარა პირდაპირ მიბაძვას, წამყვანი გახდა ინდივიდების საქციელსე მედიის

ზემოქმედების გასაგებად. ის მედიის ეფექტების ამხსნელი სასარგებლო საშუალო დონის თეორიის მაგალითს წარმოადგენს, რომელიც დაეხმარა მედიის სხედასხეანაირი ეფექტების წინასწარმეტყველებასა და ინტერპრეტირებაში, მაგრამ ხშირად უფრო ფართო სოციალური კონტექსტის იგნორირების ხარჯზე, რომელშიც ხდება სწავლება. სოციალური სწავლების თეორია კონცეფციის სახით აყალიბებს სწავლების პროცესს, რომელშიც მთელი რიგი გარეშე, საზოგადოებრივი, ფაქტორებისა მუდმივი რჩება. მას არ შეუძლია ახსნას, რატომღაც ზოგი მედიამოცემული უფრო გადაძვლები, სხეები კი არა, თუმცა კი აღიარებს, რომ უძრავდება, დაასაბუთოს და შეისწავლოს, ბავშვების მიერ მედიის შინაარსის აღქმა და გამოყენება როგორ ურთიერთქმედებს მათი ყოველდღიური ცხოვრების სხეა ასპექტებთან.

ამგვარად, მიხედავად იმის, რომ ის მიღებულია აკადემიურ საზოგადოებაში, სოციალური სწავლების თეორიას არ შეუძლია ახსნას მაკროსკოპული პრობლემები, თუმცა ნათლად აჩვენებს, რომელი მიმართულებით უნდა გაგრძელდეს ძიება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Schranim W., Lyle J., Parker E. Television in the Lives of Our Children. Stanford, 1961.
2. Feshbach S. The Stimulating Versus Cathartic Effects of a Vicarious Aggressive Activity Journal of Abnormal and Social Psychology. 1961. No 63. P. 391-385.
- Bandura A. Psychological Modeling: Convicting Theories. Chicago. 1971

Т. Малагурадзе

Грузинский Технический университет

Из истории теории социального научения

Социальное научение через репрезентации в масс-медиа происходит одним или одновременно всеми следующими способами: научение через наблюдение, подавление, растормаживание. Она являет собой пример полезной среднеевровневой теории об эффектах медиа, которая помогла предсказать и интерпретировать разнообразные эффекты медиа, но зачастую за счет игнорирования более широкого социального контекста, в котором происходит научение.

Таким образом, несмотря на признание в академическом сообществе, теория социального научения неспособна объяснить макроскопические проблемы, однако ясно указывает, в каком направлении нужно вести поиски.

T. Malaguradze

Georgian Technical University

Some Information From the History of the Theory of Social Studying

Social studying in mass-media through representation can be done in one or several ways at the same time: by surprising, depressing, awaking... this is an example of the theory of an average level explaining the media effects, which has helped to predict and interpret different effects of the media, by ignoring wider social context, in which studying is done.

Despite the fact, that this is accepted in the academic society, the theory of social studying can't explain macroscopic problems, but can show in which direction the search can be continued.

ჟურნალისტური ეთოსი

მასმედია გამუდმებით უნდა ცდილობდეს საზოგადოებასთან ერთიერ-ობის უფექტური მოძღვლების "აგებას", გრძობდეს იმ მრავალფეროვნებასთან და მრავალსახონობასთან "მუდმივ სიახლეებს", რომელიც განსაზღვრავს სოციალური და პოლიტიკური სივრცის მამოძრავებელ არსს. ცნობილია, რომ მასმედირ კონცეფციას მკვეთრად გამოხატული პოზიცია "ამწყენებს". ურთიერთობის ინვესტიური საშუალებები, უნივერსალურობას ანიჭებენ ჟურნალისტური კორპუსის მოქმედებას, რთაც, იმავედროულად, უზრუნველ-ყოფენ საკითხის, როგორც ემოციურ "გარეგნულ ფაქტორებს" დაე-რდნობით შეფასებას, ასევე მის გონით განჭყვრებას. მასმედის სხვადასხვა სოციალური ჯგუფებთან და ცალკეულ მოქალაქეთა ინტერესებთან სიღრმისეული კავშირი აფუძნებს ისეთ ტანდემს, რომელიც განსაზღვრავს მედიის საურთიერთობა. "ნორმატიულ რეკვიპებს" სწორედ მას უნდა დაექვემდებაროს მართლზომიერების პრინციპით აღჭურვილი, ჟურნალისტური კრებულები.

პოლიტიკური თუ სოციალური საკითხის შეფასებისას თანამედროვე მასმედიაში საზოგადოებრივი აზრის პრიორიტეტობას ფუნდამენტური სტატუსი უჭირავს და მთლიანად განსაზღვრავს მის სამოქმედო კონცეფციას. მასმედის მიერ სწორედ აღქმული და ტრანსლირებული მახალა შესაძური რეალობით აღნუსხევის არსებულ სიტუაციას.

დღეს, ამა თუ იმ მოქალაქის, მასმედირი შეფასება მიიწვევა არამხოლოდ "მშრალ აღწერად" ან ურადლების აქცენტრებად. არამედ გარკვეულ, ობიექტურ ცოდნად რეალური ცხოვრების ამ სუგმენტის შესახებ.

ყოველი რეალური საგანი ან მოქალაქე (რომლითაც მასმედია ინტერესდება). გაპრობებულება საზოგადოებრივი აქტუალობით. ანუ საზოგადოების ინტერესი მასმედისათვის იმდენად ძირეულია და ფასეული, რომ მისი უგულებელყოფა, ამ უკანასკნელისათვის თვითმკვლელობის ტოლფასი იქნებოდა.

მასმედისათვის, მისი ნებისმიერი სახეობისათვის, აქცელბეული და სასურველია ისეთი უნივერსალური მოძღვლის შემუშავება, რომელიც გარკვეულწილად გაუადვილებს მას მოსალოდნელის განჭყვრებას, ასეთად კი. დროის ამ მონაკვეთისთვის, მიიწვევა ინტუიციური მოძღვლი, რომლის მთავარი მიზანი, აუცილებელი, მიზნობრივი ფუნქციების განსაზღვრა და მოსალოდნელის "წინასწარმეტყველება".

ნებისმიერი სოციალური თუ პოლიტიკური პრობლემა მოიცავს სპეციფიკურ მახასიათებელს. რომელიც ერთდროულად განსახეივებულები და მსგავსიც. ამგვარი ფენომენის კვლევა გვაფიქრებინებს, რომ ჟურნალისტური ცოდნა ერთდროულად მოიცავს, როგორც სოგად, ასევე განსაკუთრებულ, კერძო ბაზისს, რომელთა სინთეზიც ერთგვარი გარანტიაა ტემპარიტების გამოსაყენებად. მასმედირი მიზანდასახულობა არის საფუძველი იმ მეთოდოლოგიისა, რომელთა დაუფლებითაც ჟურნალისტი აღწევს სხვადასხვა ფენომენტთა უკიდუგანო სიმრავლეს.

ჟურნალისტურ ეთოსს როგ შემთხვევაში, მრავალ სხვა ფაქტორთან ერთად, განსაზღვრავს სოციალური ცხოვრების დინამიზმი. მასმედის სწრაფვა ამქვეყნიური ორიენტრალის სხვადასხვა დეტალების გადმოსაცემ-

საკენ. მისი ძირეული მოვალეობაა, რაც რიგ შემთხვევაში წარმოდგენილია თვალსაჩინო-ხატოვანი სახეებით, ხოლო ზოგჯერ მსჯელობათა მკაცრი სტილით – მსუსხაგი სიცივითა და მუქი შუქჩრდილებით.

მართალია, სიმბოლური და მეტამორფული ხერხი სრულყოფილ მსჯელობას ეველახე უკეთ “უმაგრებს ზურგს”, მაგრამ მხატვრულ-სახოვანი ფორმით აზრის გადმოცემა, ძირითადად, მასშედისათვის არაა დამახასიათებელი. იგი მეტწილად კოეულდლიური, აქტიური ლექსიკური მარაგით კმაყოფილება და თავის უმთავრეს მიზნად მომხდარის ფიქსირებასა და მის უსწრაფესად გაერცვლებას მიიწევს. მოქმედების ასეთი თავისთავად ვერ იქნება ლექსიკურ-ენობრივი ორნამენტებით დახუნდელი. მასშედის ხედვის არეალი მუდმივად ცვალებადია, რაც აიძულებს ამ უკანასკნელს იმოქმედოს ცვლილებათა შესაბამისად. სოციალურ ფენომენთა აღწერისას მასშედი მიმართავს დაკვირვებათა ფიქსაციას, რომელიც ხშირად სცილდება აღწერითობით ფუნქციას, და მის მოქმედებას კელეკით ელემენტებს ანიჭებს. მათში აშკარად ხანს ამა თუ იმ მდგომარეობის არამხოლოდ გამომწვევი მიხსუბი. არამედ პრობლემის დაძლევის მეთოდებიც. რაც ნაშრომს მრავალფუნქციურსა და პოტენციურად მნიშვნელოვანს ხდის. შეიძლება ამით მასშედი კომპეტენციის სახლვარს სცილდებოდეს, მაგრამ ერთი კი ცხადია. იგი უაღრესად მნიშვნელოვანი ფიგურაა, რომლის აზრსაც ითვალისწინებენ ნებისმიერი მნიშვნელოვანი ხაკითხის გადაწყვეტისას.

ეურნალისტიკა არის ის ბელნიური გამორჩევისი, რომელიც “თავისუფლად მომთაბარეობს” ნებისმიერ სფეროში და არც არავის უკერს მისი “დაუბარიტებელი გამონენა” ასევე, ეურნალისტურ კელეკას არასდროს ადევს “ხაკუთრების სტატუსი” და ეველასათვის ხელმისაწვდომობა მისთვის მხოლოდ და მხოლოდ დირსებაა.

მასშედიურ ეთოსს მეტ-ნაკლებად განაპირობებს ზნეობრივი ემოცია. რომელსაც ეურნალისტიკური ადამიანებთან, ცალკეულ ჯგუფებთან თუ მთლიან სასოვალეობასთან ურთიერთობისას გამოხატავს; ასეთებია: სიმპატია, მეგობრობა, ამხანაგობა, კუმანობა და სხვა.

ასევე მნიშვნელოვანია ინტელექტუალური ემოცია, რომელიც ადამიანის გონებრივ, შემეცნებით საქმიანობას, მის ესთეტიკურ გრძობებს უკავშირდება. ასევე უაღრესად მნიშვნელოვანი ფაქტორია ნებისყოფის გამოვლენის თავიხებურებანი – მიადლოის მიზანს, მიიღოს და განახორციელოს გადაწყვეტილებები, კონკრეტულ სიტუაციაში საჭირო მიმართულებით შექმლოს მთელი შინაგანი ძალების წარმართვა.

მასშედიური ეთოსის ძირითადი ნიუანსებიდან განსაკუთრებულია: პატიოსნება და სამართლიანობა, პასუხისმგებლობის ძლიერი შეგრძნება, შემოქმედებითი აზროვნება, უბრალოება და თავმდაბლობა.

ეურნალისტიკის მსოფლმხედველობით პოზიციას პროფესიული და პიროვნული სრულყოფა განისაზღვრავს. სწორედ ამ უკანასკნელს ეყუქრება მასშედიის ნებისმიერ წარმომადგენლის ნორმალური ფუნქციონირება. მედია, სხვადასხვა არაორდინალური სიტუაციისა ვამო, ხშირად მნიშვნელოვანი პრობლემების წინაშე დგას. კერძოდ, სოციალური და, განსაკუთრებით კი, “პოლიტიკური” შესხიერება უაღვილებს მას საშთაერობო წრეების მიერ წარმოდგენილი “სიახლეების” არსებით ნიუანსების შეცნობადობას.

კერძანენტული “გადართეები”, რომელიც მასშედიური ცხოვრების მუდმივი აქსესურია, ქმნის ცოდნის განსაკუთრებულ სახეობას, რომელიც ორიენტირებულია სხვადასხვა, ექსტრემალურ სიტუაციებზე, რომელთა შეფასება “კლასიკურ მოდელსე” დაერდნობით თითქმის შეუძლებელია.

პიპოთეზათა სიმრავლე, მოსწავლეებუი კონკრეტია. უსწრაფესი ცვლილებებით აღსაყუ ყოველდღიურობა მასმედიას უყალიბებს ქვეყისა და მოქმედების - ეთოსის განსაკუთრებულ ნიჭს, რომელიც, უნივერსალურობის პრინციპსე დაყრდნობით, მაქსიმალურად აადიელებს მიმდინარე პროცესების მთლიანი სპექტრის პირუთენელ შუყასებას.

ყოფიერებისადმი ადამიანის დამოკიდებულება გარკვეულ ცოდნას გულისხმობს, მაგრამ მსოფლმხედველობრივი მოსიციო ცოდნა არ არის. ეს მისი "არჩევანია", როდესაც საუბარია მასმედირე მსოფლმხედველობაზე. ეს ნიშნავს იმას, რომ იგი გარკვეულ ღირებულებებს აღიარებს. აღიარება კი თავად სამოქმედო ორიენტაციის არნევანს განაპირობებს. სწორედ მოყლეუნისადმი მსოფლმხედველობრივი მიდგომა განსაზღვრავს უურნალისტურ აქტიუობას, რომელსაც კარგად ესმის, რომ სოციალური გარემო, რომელშიც თავად უხდება არსებობა, მოიცავს სხვადასხვა განსხვავებულ შეხედულებათა კრებულს; მასმედია მეტნაკლები შესაძლებლობით აწესრიგებს საზოგადოებრივის ცხოვრების სხვადასხვა სეგმენტს, ადამიანის სულიერ და ემოციურ განცდებს. ადლიერებს მასში მორალის ძირითად მოთხოვნებს. ამ უკანასკნელისთვის ნიშნულია სწყობრივი ნორმების "დაწესება" და მათი შესრულების მოთხოვნა. მისთვის განსაკუთრებით მიუღებელია სწყობრივი დანიშნულის უზღუდვებელიყოფა.

მასმედიას არ ევალება ხინამდვილეყუ ერთიანი შეხედულების. მყობრი სისტემების შექმნა, საზოგადოების "ერთიანი სერათი", მან "ინდივიდუალურ შემოქმედებაზე", კერძო შემთხვევაზე უნდა ააყოს.

საზოგადოებაში ეს თუ ის პროცესი შეიძლება სხვად, სხვა ხანგრძლივობით მიმდინარეობდეს: აქედან განმომდინარე, ხინამდვილის რაციონალური გავგებისა და ახსნის განსხვავებულ შესაძლებლობებს იძლეოდეს. სხვადასხვა პროცესების მისნობრივი კავშირის წყაშმასა და ვათოყისებან ხელს უწყობს წარმოადგენით ასროყნების ყორმაც, რომელიც დაკვირვებით მიუღებელი ცოდნის პირდაპირი ხედნაშენია და ბენებრივი ოხერეკის აღმძრავი შემდგომი განყთარებისათვის.

მასმედიას შეიძლება აქონდეს ხაშუალება ობიექტთან პრაქტიკული თანამოქმედებისა, თუმცა უმეტეს ცილად, ობიექტი შეიძლება "შეისწავლე ბოდეს" მხოლოდ აბსტრაქტული ასროყნებით. ვონებით წარმოდგენილი და არარეალური სიტუაციის მასმედირი "კლეკა" ადამიანს, მერ ირაციონალური სოქმედებაა, რომელმაც "უნდა დაადგინოს" ურთიერთქმედ ობიექტთა (ადამიანისა და საზოგადოების, პიროყნებისა და სახელმწიყოს და სხე) "სტრუქტურული ქსოვილი", მან უნდა ნამოყალიბოს ის პრინციპები თუ როგორ და რატომ მივიდა იგი ამ დასკვნამდე და რატომბა იგი უტყუარი.

მასმედია და საზოგადოებაც ერთი და იმავე საფეყქელსეა აღმოყენებელი, ამდენად მათი ცალკეადკე წარმოდგენა შეუძლებელია. ოსინი იმდენად არიან ურთიერთთაწწყლნი, რომ მათი გათრმეც, თითოეული მათგანის მეხსიერებიდან წაშლის წინაპირობად შეიძლება ჩათვალოს.

უურნალისტური ეთოსი აუცილებლად უნდა ითვალისწინებდეს პირიანობას და მორალური პრინციპების განუხრულობით უნდა ვამოარსეოდეს. უპირეველესი, რამაც შეიძლება მასმედირი შემოქმედება ნაკლებად საინტერესო გახადოს, სტერეოტიპული ასროყნება.

დღევანდელი გავსახედიდან ტრადიციების კანონიზირებული სტლი, "აუცილებლად ითხოვს" ინოვაციებით სტომულირებას. რათა სოციალური სინამდვილის განმსაზღვრელი ფაქტორები შეყასდნენ, არამხოლოდ სადღესის პროცესებთან შეწონასწორებით, არამედ იმ ღირებულებებით, რომელიც

მომავლის გამოწვევებს ღირსეულად უპასუხებს. საზოგადოების ტრადიციული წესებიდან “გამოსვლის უზრუნველყოფი და გარანტი” მასმედიაში საშუალებებია, რომელთაც თავიანთი მასშტაბურობის და ხელმისაწვდომობისა გამო, ძალუბთ ქვეყნის ახლებური ნორმების განსაზღვრა და დამკვიდრება. ცალკე მსჯელობისა და შეფასების საგანს წარმოადგენს თუ რამდენად დროული და აუცილებელია ამა თუ იმ საზოგადოების, ტრადიციის, ისტორიული მემკვიდრეების ამგვარი გადახალისება. მთავარია მსამედიისაგან სწორად განისაზღვროს თუ რა წყლილი შეიძლება შემოიტანოს ისტორიულ განვითარებაში შემოთავაზებულმა ახალმა გააზრებამ. ინოვაციური მართლსაზრებების და მისანშეწონილობის დაცვა მასმედიის ერთ-ერთი უმთავრესი საკვლევი თბიქტია. ნებისმიერი ინოვაციური იდეის მხარდაჭერა და მის პროგრესულობის დასაბუთება ისტორიული ევოლუციის საწინააღმდეგოდ და გაუთვალისწინებლად არ უნდა ვითარდებოდეს. ინოვაციათა ბუნებრივი ნაწინა ტრადიციული აზროვნების საზოგადოებაში, საკმაოდ საპასუხისმგებლო მოქმედებაა, რადგან მსოფლიოში ჯერ ვერაფერი დაასაბუთა თუ რომელი კთაკერ-მორალური პრინციპები უფრო უპრიანია ღირსეულ პიროვნებათა საზოგადოების შესაქმნელად. როგორც ნანს ამ პროცესში ჰარმონიის მიღწევა საკმაოზე მეტად რთული. ფაქისი და საპასუხისმგებლოა.

Важа Папаскири

Стиль законных традиций требует стимулирование инновациями, для того чтобы оценить определяющие факторы социальной реальности. Средствами «обеспечения и гаранта» массмедии, исходя из традиционных правил общественности, является определение и установление обновленных норм. Главной задачей массмедии является правильное определение того, какой вклад может внести новое мышление в историческое развитие. Поддержка любой новаторской идеи должна идти в ногу с исторической эволюцией.

Vaja Papaskiri, GTU

Style of legal traditions requires stimulation by innovations, in order to assess the determining factors of social reality. According to the public traditional rights, the means of “ensuring and guarantors” of Mass Media is the definition of establishment of updated standards. The main purpose of Mass Media is the precise definition of the fact of what kind of contribution new thinking can make for historical development. Supporting of any innovative ideas should be kept with historical evolution.

*მ. შელეგია
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

რეკლამა პირველ ქართულ გაზეთში

ინფორმაციის შეკრება და გაერცვლება ადამიანებმა უძველესი დროიდან დაიწყეს. ახლობელ თუ შორეულ ამბებს მათთვის სოფჯერ სასიცოცხლო მნიშვნელობაც კი ჰქონდა. ინფორმაციის მისაღებად და გადასაცემად ისინი სხვადასხვა საშუალებებს იყენებდნენ (ცალკეული ცნობების გადაცემა სეპირად ან წერილობით ძველ კვაიპტეში, განცხადებათა დაფები

ძველ რომსა და ჩინეთში... ჩვენში ამ საქმეს მადუმსრბოლელები. "საფიხენოები" თუ "სალაებო მოუდნები" ასრულდებნენ.

კაცობრიობის განვითარებასთან ერთად ისრდებოდა ინფორმაციის გაცვლის საჭიროება. აუცილებელი გახდა პოლიტიკური თუ ეკონომიკური ინფორმაცია სხეადასხეა ქვეყნების შესახებ, სახლეო თუ სახმელეთო გზების მდგომარეობის, საეაჭრო-ეკონომიკური თუ სხეა ცნობების ურთიერთგაცვლა. ამ საქმეში უდიდესი როლი შეასრულა გეტენბერგის მიერ XV საუკუნის შუა ხანებში შექმნილია საბუტდმა მანქანამ.

პირველი გასუთები იმდროინდელი ევროპის დიდ საეაჭრო ცენტრებში: ვენეციაში, ნიუნბერგში, სტრასბურგში და სხე. გაჩნდა. ისინი უმეტესად პრაქტიკული, საეაჭრო მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად იქმნებოდნენ. მათი შედარებით რეგულარული გამოცემა XVIII საუკუნის I ნახევრიდან დაიწყო: 1609 წ. სტრასბურგში, 1622 წელს ლონდონში, პარიზში 1631 წელს და ა.შ. მაგრამ მსოფლიოს უმეტეს ქვეყნებში ბუტდური მედია მხოლოდ XIX საუკუნეში გაჩნდა.

XVIII საუკუნის მეორე ნახევრამდე, როგორც საშინაო, ისე საგარეო ვითარების გამო, დაქუცმაცებულ, დარბუელ და დაუქდურებულ საქართველოში პერიოდულ გამოცემათა არავითარი შესაძლებლობა არ არსებობდა. ვითარება გარკვეულწილად შეიცვალა ერეკლე მეორის ქართლ-კახეთის სამეფოს სათავეში ჩადგომის შემდგომ, როდესაც მან ენერგოულად. პეკიცედ და საზრთანად მოაქცა ხელი ქვეყნის მართვის, ეკონომიკურ და კულტურულ აღორძინებას, სახელმწიფოს ევროპულ ვაიდასუ გარდაქმნას. თანდათან საქართველოშიც მწიფდებოდა ბუტდვითი სიტყვის ჩასახვის პირობები და საჭიროება. საქარია ჭიჭინაძის ცნობით ერეკლე II დროს ცეცილისში დროგამოშეებით გამოდიოდა გასუთისმაგარი პერიოდული ორგანო დამ ას ხელთ პქონდა ერთი ასეთი გასუთი, რომელსაც "ლემორტა" ერქვა. რაც შეეხება "ქართველთაგან გასუთების კითხვის და გაეცობას" საქარია ჭიჭინაძისუ თქმით: ეს მათ აღრიდანეე იცოდნენ: კათოლიკე მისონერებს ძველთაგანეე მოსდიოდათ რომიდან გასუთ "მისიონ კატოლიკ" და ისინი მეყესა და მისი ოჯახის წეერებს უკითხავდნენ სხეადასხეა საინტერესო ცნობებს, რომ "თბილისში მეოფე უცხოელები: აკად. გუდდენშტატი, ექიმი რაინგესი, პოლკოვნიკი პეტროვი და სხე. აქაც იბარებდნენ რუსულ-ევროპულ გასუთებს. ამრიგად, ქართველთა პქონდათ ევროპის გზა და ცეალი, თაუ და თეალი დასაუქდურის წინსვლისა და წარმატებისათვის." (ს.ჭ. ჭიჭინაძე "საქ.", ქართული გასუთის ასი წლის ისტორია, თბ., 1916).

როდესაც პერიოდულ გამოცემათა ისტორიაზე ვსაუბრობთ, მხედველობაში უნდა მივიღოთ, რომ საქართველოში ბუტდვითი საქმის მდიდარი ტრადიცია არსებობდა ეახტანგ VI შეფობიდან მოყოლებული. მთელი საუკუნის განმავლობაში ადგილობრივი სტანბა. სოგჯერ ხანგრძლივი ინტერეეალით, სოგჯერ კი მიჯრით უშეებდა წიგნებს. ამდენად, სასოგადოება არა მარტო გარკვეული იდეებსა და შეხედულებებს ეცნობოდა, არამედ თეალსა და გულს ანიეედა ნაბუტდ პროდუქციას. ჯეროვნად უნდა შეფასდეს ისიც, რომ მე-19 საუკუნის დამდეგს საქართველოში რეგულარული საფოსტო კაეშირი დამყარდა, ამგვარი კომუნიკაციის გარეშე კი შეუქდებული იყო პერიოდული ორგანოს წარმატებით გავრცელება, აგრეთვე მასალათა მიღება [ნ. ტაბიძე, პირველი ქართული გასუთი, თბ., 1969].

XIX საუკუნე უროვნული ტრავედით დაიწყო. ქართლ-კახეთის სამეფოს გაუქმებისა და რუსეთთან მისი "მიერთების" შემდეგ ცარისტული ხელისუფლება საქართველოში თავისი სახელმწიფოებრივი და ეკონომიკური

პოლიტიკის გასაბრუნებლად და განსამტკიცებლად ძირეულ ცვლილებებს ახდენდა, ცვლიდა ტრადიციული ეკონომიკაც. ვსას უკაფაედა რუსულ კაპიტალს, ცდილობდა ეფექტურად გამოეყენებინა ადგილობრივი ნედლეული და შეექმნა რუსეთის სამრეწველო საქონლის ბაზარი. პოლიტიკური და ეკონომიკური ექსპანსიისათვის აუცილებელი იყო სამთავრობო კანონების, წესების, განკარგულებებისა თუ განცხადებების ადგილობრივი მოსახლეობისათვის გასაგებ ენაზე გამოქვეყნება. (ცნობილია, იმ დროს არა მარტო ქართველთა, არამედ საქართველოში მცხოვრებ სომეხთა უმთავრეს საზღაპარაკო ენას ქართული წარმოადგენდა [პ. გუგუშვილი, ქართული ჟურნალისტიკა, თბ., 1941]). ამიტომაც გადაწყდა თბილისში, რომელიც კავკასიის პოლიტიკური და ეკონომიკური ცენტრი ხდებოდა, ქართულ ენაზე გასეთი გამოცემულიყო (რა თქმა უნდა, მისი ინიციატორები რუსი სახელმწიფო (სამხედრო) მოხელეები იყვნენ).

პირველი ქართული პერიოდული გამოცემის ("საქართველოს გასეთი" 1819-1821 წწ. 1820 წლიდან მას "ქართული გასეთი" ეწოდა) ისტორია კარგად არის შესწავლილი (დ. კარიჭაშვილი, ს. ჭიჭინაძე, პ. გუგუშვილი, ტ. კასრაძე, ალ. კალანდაძე, შ. გაგოშიძე, ნ. ტაბიძე და სხვ.). ყურადღებას ამაჯერად პირველი ქართული გასეთის იმ პუბლიკაციებზე შევანერებთ, რომელთაც ქართულ ბეჭდურ პრესაში ხათავე დაუდეს რეკლამას.

რეკლამა თანამედროვეობის ერთ-ერთი ყველაზე ნათელი გამოვლენაა. ყველაწთან და ყველგანმყოფი რეკლამის უამრავი განმარტება არსებობს, და თუ ვერწმუნებთ მის ერთ-ერთ განსახსდურებას: "რეკლამა არის ვიდაცის ინფორმირება რადაცის შესახებ". შეიძლება ითქვას, ის პირველ ქართულ გასეთშიც არის. გასეთის დაბეჭდვითა მიერ 1818 წლის მიწურულს (გასეთის პირველი ნომერი 1819 წლის 8 მარტს გამოვიდა) დაბეჭდილი და გაერცვლებული ინფორმაცია გასეთის გამოცემის განზრახვის შესახებ, სხვა არა იყო, თუ არა - რეკლამა მიმართული სასოგალოების ყურადღების მისაპრობად და ხელისმომწერთა მისანიდა: "ხარგებლობისა და კმაყოფილებისათვის მცხოვრებთა ამის ქვეყნისათა მომავლის მარტის პირველ რიცხვითაგან წინა-და-დებულ არს, რომელ გამოცემოდენ თფილისსა შინა ბუნებითსა ქართულსა ენასა სუდა დაბეჭდილი ფურცელნი, რომელსაცა ეწოდება საქართველოს გასეთი." ამ განცხადებაში გადმოცემული იყო გასეთის გამოცემის პროგრამა და მისანი. რეკლამის ელემენტებს შეიცავს მმართების ის ნაწილიც, რომელიც მკითხველს აცნობდა გამოცემის პერიოდულობის, ფასისა და ხელმოწერის პირობების შესახებ. გამოცემა ძირითადად 500 ხელმოწერი მინც უნდა ყოფილიყო, თაკი რომ შეენახა, ამიტომაც გასეთის მესუეური ფულს ხელმოწერისთანავე ითხოვდნენ.

"საქართველოს გასეთში" მახალა რამდენიმე განყოფილებაში იყო განთავსებული. სანიწმოდ ენახოთ გასეთის პირველი ნომერი: "სანკტებერბურდს" (მეფის სახაღლის საახალწლო ცერემონიალის შესახებ), "უმადლესი ბრძანებანი" (სამხედრო მოსამსახურეთა დანიშვნა, გადავიანა-გადმოვიანის ცნობები), "გამოცხადებანი", "უცხო ქვეყნის ამბავნი", "შერეული ამბავნი". წყნეთის საყურადღებოა "გამოცხადებანი", რადგან აქ გამოქვეყნებული მახალა ფაქტობრივად ქართული ბეჭდური პრესის პირველი სარეკლამო ნიმუშებია. ამ განყოფილებაში იბეჭდებოდა სხვადასხვა სახელმწიფო დაწესებულებათაგან მოწოდებული მახალა. მაგალითად: "ისპორლიტელნის ექსპედიციისაგან მოწოდებული არანი ამ ქვემოსხუნებულ სყიდვის მოწადენი, რომელიც საკუთარის ეაღების მოუცემლობისათვის დადებლნი არიან საქვეყნო [საჯაროდ] გასახყიდად"... გ. სახლი თბილისში, დეისტეიტელნის

სტატისკის თავადის ციციანოვისა... ს. "ასწავლის გრიგოლ დეკანოზის ემა მამუკა გორგაძე მისი შვილით და მისი ძმისწულით ნონათა, იმ თუთრში, რომელიც მმართვეს მას მღვდლის ერგემლიძისა..." (№1. 8 III, 1819 წ.).

"საქართველოს გასუთის" რედაქცია მთელი წლის განმავლობაში (1819 წ.) ცდილობდა მასალათა ამგვარი განლაგების შენარჩუნებას. გასუთთან ერთად, სოფჯერ გამოდიოდა დამატებითი ყურცელი, რომელიც, შეიძლება ითქვას, მთლიანად სარეკლამო მასალას შეიცავს. ასე მაგალითად, გასუთის 33-ე ნომრის დამატების ორივე გვერდი უჭირავს საეკლესიო განცხადებას ქართლისა და კახეთის სხვადასხვა საეკლესიო მამულეთა ოჯართი გაცემის შესახებ. იგივე განცხადება გასუთის მომდევნო ნომერშიც დაიბეჭდა, მაგრამ უკვე როგორც საგაზეთო მასალა.

"გამოცხადებანის" მასალა გასუთში თანდათან ყურო მეტ ადგილს იკავებს, ხშირად პირველ გვერდზეც წყდება და მრავალფეროვანიც ხდება. კმა-გლეხებისა და მამულების გაყიდვის გარდა ქვეყნება სხვა ცნობებიც ახლადდასტამბული წიგნებისა თუ ხიონის სობოროსთან წიგნის დექნის შესახებ. "სეკლემბრის კბ (22) რიცხვთაგან (რესუთის ბიბლიის სასოგადოების განყოფილების თბილისის კომიტეტს აცხადებს, რომ ხიონის სობოროსთან ახლო გახსნილია დუქანი, სადაც იყიდება წიგნი "ხადმროსისა წეროლისანი უცხოელ შეკრულნი)". ამგვარი ცნობები პირველ პერიოდულ გამოცემაში სულ უფრო ხშირად ქვეყნდებოდა. გასუთის ამავე ნომერში (№2. 14 III) კიდევ არა ბიბლიოგრაფიული ხასიათის მასალაა დასტამბული, რომელთა შიხანი მეთხველისადმი ინფორმაციის მიწოდებაა: ["პოლიციის ხამინსტროს მმართველისაგან წარმოგზავნილ] არიან საქართველოს სამთქალაქო და სამხედრო დუბერნატორისადმი გასასყიდად დაბეჭდილი ქართულის თარგმანითურთ წიგნი "კეთილშობილთ დრამოტანი" აქვე მითითებულია სად და რა ფასად შეიძლება მისი შეძენა [... მსურველი გაცხადდეს კანკლარიაში და შიქტანოს 5 აბაზი თუთრთ. ანუ 4 რუბლად ასიგნაცია].

ამგვარად, პირველ პერიოდულ გამოცემაში წყდება და თავის ადგილს იმკვიდრებს ბიბლიოგრაფიული ინფორმაცია, რომელიც მთავრებით სამთქალაქოა, როგორც წყნეი ურნალ-გასუთების აუცილებელი ნაწილი.

და კიდევ, გასუთი იუწყება: "კიდევსო ასხეხორმა და კავალერმა თავადმა მიხაილ ფავლაიანოვიმა მთარგმნა რუსულთგან ქართულსა ენასა სულა წიგნი, რომელსაც ეწოდება ნიკოლოზი ტელმონოვი იმპერატორსა გეორგიანს მუორისა მოცემული კომისიისადმი შესადგენად აქვლისა..." ეს მხოლოდ სასოგადოებისათვის მიწოდებული ბიბლიოგრაფიული ფაქტი რიცია, ხელისუფლებისათვის მას სხვა დანიშნულებაც ქონდა. ამასე მინიშნებს იქვე მითავესებული ინფორმაცია: "ეს თარგმანი ურნოლოვიმა იმპერატორს წარუდგინა. უკანასკნელმა კმაყოფილების ნიშნად ფავლაიანოვის ძეგრფასი ბრილიანტის ბეჭედი უბოძა." ანუ, მას ურთავარი რეკლამის ფუნქციაც მიენიჭა, რომლის მიზანიც ქართველ თავად-ასწავრთა რუსთხელმოწივის სამსახურში ჩადგომის სურვილის წახალისება-გაცხოველება იყო.

პირველი ქართული გასუთი აქტიურ პროპაგანდას ეწეოდა სასოგადოების თეითგანათლების საქმეებისა და ამ საქმეში ურნალ-გასუთების მნიშვნელობის შესახებ. მაგალითად, "საქართველოს გასუთის" ერთ-ერთ ნომერში ეკითხულობთ: "თითოეულმა უწყის, რომელ განვითარება და განათლება კაცთა დამოკიდებულ არს სწავლათა და კითხვისათა სასარგებლოთა წიგნთათა" წერდის მათსო მეთხველს აცნობს: მხოლოდ კვირდონში ყოველდღიურად დიდის რვა და საღამოს შვიდი გასუთი იბეჭდება. ეკირაობით მეტიც. ამას მიუყება ქართველი მეთხველისა და პოეტნიკური ხელისმომწერი-

სადმი მიმართული “დამაინტრიგებელი” ცნობა: “ფინეთში მალე გამოცემენ ჩვენი გაზეთის მსგავს გაზეთს. მაგრამ ის სამჯერ მეტი – რვა მანეთნახევარი ეღირება”. რედაქციის ეს მასალა (შეიძლება ითქვას - რეკლამა), არა მხოლოდ გაზეთის ფინანსური მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად იყო მიმართული, არამედ, ეს მოწოდება: “ქართველები ფინელებს არ ჩამოვრჩეთო – ეროვნული აქტიურობის გამოხატულებაა და გვიჩვენებს, რომ გაზეთის თაოსანთა შორის არსებობდა ძალა, რომელსაც საქართველოს ინტერესი ამოძრავებდა” [ალ. კალანდაძე, ქართული ჟურნალისტიკის ისტორია, თბ., 1977].

იყო თუ არა რეკლამა პირველ გაზეთში? რა თქმა უნდა მაგრამ არა იმგვარი და იმ მასშტაბების, როგორსაც დღეს ვართ შეჩვეულები. ჯერ ერთი, ეს იყო პირველი პერიოდული გამოცემა, ხელისუფლების ხაზის გამტარებელი, კერძო შემკვეთებთან რედაქციის დამოკიდებულება არ იყო ნამოყალიბებული, და რაც მთავარია, ქვეყანაში სოციალ-ეკონომიკური ვითარებაც ძალიან სუსტი იყო. მაგრამ გაზეთის პირველსავე ნომერში ჩნდება რუბრიკა: “გამოცხადებანი”, სადაც სხვადასხვა სახის განცხადებებია მოთავსებული. ის თანდათანობით იხვეწება, მრავალფეროვანი ხდება და სამთავრობო რედაქციების გვერდით სულ უფრო მეტ ადგილს იკავებს (ხშირად პირველ გვერდსაც).

მიუხედავად იმისა, რომ გაზეთში მოთავსებული მასალა მძიმე ენით იყო დაწერილი (მასალა რუსულად იწერებოდა და ძველ ითარგმნებოდა ქართულად), ეს პერიოდული გამოცემა მრავალ ძვირფას ცნობას შეიცავს იმდროინდელ საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ვითარების შესახებ. გაზეთის ფურცლებზე არის არა მხოლოდ აფიციალური რეცერისა და რედაქციის შიშნაირი სტრუქტურები, არამედ მასში ირქვლება იმდროინდელი ეპოქა თავისი წინააღმდეგობებითა და კარადოქსებით.

M. Shelegia

**Реклама в первой грузинской газете
Резюме**

В статье изучен и проанализирован материал, напечатанный в рубрике заявлений первого грузинского периодического издания «Сакართველს გაზეტი» (1819-1821гг.), который фактически является первым образцом рекламы в грузинской прессе.

Mamuka Shelegia

Advertising in the First Georgian Newspaper

The article studies and analyzes material printed in the section of declarations in the first Georgian periodical "Sakartvelos Gazeti" (1819-1921) which is actually the first example of advertising in the Georgian press.

*ივ. ჯაგოდინიშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

**ჟურნალისტიკის ურთიერთობა ინტერვიუერთან როგორც
ინტერაქტიული პროცესი**

საკვანძო სიტყვები: ინტერვიუ, აზროვნების სტილი, აქტიური მოსმენა, სოციალური ტაიმი, კომუნიკაციური ტექნოლოგიები ჟურნალისტიკაში

ინტერვიუება ვერბალური კომუნიკაციის განსაკუთრებული სახეობაა. მისი მეშვეობით წყდება იდეების, მოსაზრებების, ლტოლვა-მისწრაფებების გაცვლა. აქ კომუნიკაციის უწყვეტობა დიდად არის დამოკიდებული ჟურნალისტის კომუნიკაციურ კომპეტენტურობაზე. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ჟურნალისტის ურთიერთობა ინტერვიუერთან ინტერაქტიური პროცესია. ამ ურთიერთობაში ისინი თავ-თავის როლებს ასრულებენ და მათი ქცევა-მოქმედებაში მათი როლების ნორმებითაა განსაზღვრული. ამ სოციალურ ნორმათა შინაარსი სასოფალების მიერ არის დადგენილი. თუქცა ჟურნალისტის პროფესიულ გარემოში სხვა, დაუწერელი კანონებიც მოქმედებს, რომლებიც მკაფიოდ განსაზღვრავს ჟურნალისტის დამოკიდებულებას რესპოდენტისადმი. მაგალითად, „დაუწერელი“ წესია ტექსტის დამუშავების შემდეგ ვიზიტების მიხედვით რესპოდენტისათვის მისი გამოქვეყნებამდე გაცნობა. ამ წესის დარღვევას შესაძლოა კონფლიქტიც კი მოჰყვეს, თუკი რესპოდენტს მოეწყენება, რომ ჟურნალისტმა მისი ნათქვამი დაამახინჯა.

ინტერვიუს წარმატებისათვის არსებითი მნიშვნელობა აქვს სოციალური ტიპის დადგენას. საამისოდ კი ჟურნალისტმა უნდა იცოდეს ადამიანური ტიპების მეცნიერებაში კარგად ცნობილი შინაარსი, ანუ უნდა შეეცადოს, მაგალითად, კ. თენგიშვილი ხაში ძირითადი ტიპის ფსიქოლოგიური პორტრეტები „ამოცნობა“:

- **ექსტრავერტი** - აქტიური, კონტაქტური, კომუნიკაბული, ღია, გასაკები, ვითარებაზე ორიენტირებული ტიპი;
 - **ინტროვერტი** - საკუთარ თავში ხაღრმაკებული, გულწაახრობილი, მოულოდნელის დიდხანს და მტკივნეულად მანალოსუბული, ქვეტექსტური, ქვენაზრების მხხრეკავი, პიროვნული სექციებისადმი განუხრული დასეყული.
 - **ამბოვერტი** - წინა ორი ტიპის თვისებების თანაბრად მქონე ადამიანი.
- ეს საბო ტიპი ერთმანეთისაგან აზროვნების სტილითაც განსხვავდება. ამ თვალსაზრისით მეცნიერები შემდეგ ტიპებს გამოიყენებ:
- **სინთეზატორები** გამოიხვევიან აზროვნების სინთეზური სტილით. ისინი სხვების აზროვნებაში თავხენილი წინააღმდეგობებისადმი განსაკუთრებით მგრძობიარენი არიან და პარადოქსებისადმი დიდ ინტერესს ავლენენ;
 - **იდეალისტები** ისეთი ადამიანებია, რომლებსაც ფართო თვალსაწიერი აქვთ, თადად თავისებუნ განსხვავებულ იდეებს, წინადადებებს;
 - **პრაგმატიკოსები** ისინი არიან, ესთისაც ქცევის, გადაქცევლებების მთავარი სახომი უშუალო პირთქული დამოკიდებულებაა. ისინი მოქნილნი და ადაპტურნი არიან როგორც აზროვნების, ისე ქცევის თვალსაზრისით;

- **ანალიტიკოსები** ლოგიკური, მეთოდური პუნქტუალური აზროვნებით და პრობლემათა ფრთხილი გადაჭრის მანერებით გამოირჩევიან;

- **რეალისტები** გამოირჩევიან ემპირიკოსებით არიან. მათ აზროვნების კონკრეტულობა და მეცდომების აღიარება-გამოსწორების მანერა და მიხნის მიღწევის პროცესში სიტუაციის კორექტირებისათვის მსაობა ახასიათებთ [ალექსევევი, გრომოვი: 1993].

ჟურნალისტის სემოლნიშნელის გათვალისწინება დიდად დაეხმარება პროფესიულ საქმიანობაში, რესპოდენტთან ურთიერთობის ადეკვატური ტაქტიკის შემუშავებასა და მისზე უწყვეტური სემოქმედების ხერხების შემუშავებაში.

ურთიერთობის პერკვეციული მხარე, როგორც აღინიშნა, ადამიანის მიერ ადამიანის აღქმის, გაგებისა და შეფასების მექანიზმებს განსაზღვრავს. აღქმა ემყარება შესასწაველი საგნის მახასიათბლების ძიებას, გადრმაკებას და შეფასებას, რაც საბოლოოდ გარკვეული მთლიანურ ხატის შექმნას განაპირობებს.

ფსიქოლოგები ადამიანთა მიერ ურთიერთშეცნობის აქტებში სამი მნიშვნელოვანი მექანიზმის ფუნქციონირებას ადასტურებენ: *იდენტიფიცირებას, რეფლექსირებას, სტერეოტიპიზებას.*

- *იდენტიფიცირება* პროექციის ნაირსახეობაა, ადამიანის მიერ თავისი თავის გაუცნობიერებელი გაიგივება სხვა ადამიანთან და მისთვის სასურველი თვისებების მიწერა. იდენტიფიცირებით ადამიანი ცდილობს უკეთ გაუგოს სხვას, მის ხელთარსებული ცოდნის საფუძველზე ივარაუდოს მისი ქცევა. ავგოს მისი აზროვნებისა და ფსიქიკური რეაქციების მოდელი. თუმცა ადამიანისათვის ისეთი გრძობის, მოტივების, მოსაზრებების მიწერა, რაც მას რეალურად არ ახასიათებს, ხშირად სერიოზულ შეცდომებს იწვევს.

ადამიანის ადეკვატურ აღქმას სერიოზულად აბრკოლებს სტერეოტიპებიც. სტერეოტიპი რაიმე მოვლენის გამარტივებული, სტანდარტიზებული გაგება და შეფასებაა. პიროვნებათშორის ურთიერთობებში ადამიანის სტერეოტიპული სახე, შესაძლოა, პიროვნების გამოცდილების საფუძველზედაც ჩამოყალიბდეს და გარეშე ფაქტორების სუბაგლენითაც. ადამიანებისადმი სტერეოტიპული მიდგომა მათი არსის ამოცნობას მნიშვნელოვნად აძნელებს.

პროფესიული ურთიერთობების კომუნიკაციური მხარე პარტიოტა კომუნიკაციური განსრავის გათვალისწინებასთან, ინტერაქტიური-პიროვნებათა-შორის ურთიერთობის ზოგადი სტრატეგიის აგებასთან არის დაკავშირებული. ხოლო მერცხეული ასპექტი - მოსაუბრის ადეკვატური სახე-ხატის შექმნასთან [კიმი: 2004. 142]. ადამიანური ურთიერთობების ეფექტურობა არანაკლებ არის დამოკიდებული კომუნიკაციის პრაქტიკულ უნარ-ჩვევებთან. ეს უნარ-ჩვევები ეურნალისტს პროფესიული საქმიანობის პროცესში უყალიბდება: ამასში შედის: ადამიანის შეცნობის უნარი, აქტიური მოსმენის, საკუთარი როლის არჩევისა და აქტუალიზების, გრძობა-განწყობილებათა აღქმისა და გადაცემის უნარი; კომუნიკაციის ეერბაღური და არაეერბაღური საშუალებების გამოყენების, დარწმუნების, სწრაფი ემოციური რეაქციის უნარი; საკუთარი თავის პარტნიორისათვის გაცნობის უნარი; ურთიერთობის ტექნიკით სარგებლობის გარე პირობებისა და საშუალებების გამოყენების უნარი [კრებული: პიროვნებისა და კოლექტივის სოციალურ-ფსიქოლოგიური პრობლემები: 1987. 59].

ამ უნარ-ჩვევებში მთავარია აქტიური მოსმენის უნარი, რადგან ეფექტურობისათვის *უმნიშვნელოვანესი* პირობაა მეტყველებაში ეს პრობლემა კარგადაა დამუშავებული და გამოვლენილია *აქტიური მოსმენის უნარი.*

მოსმენა. ერთი შეხედვით, შესაძლოა პასიურ პროცესად მოგვეჩვენოს, მაგრამ ეს ასე არაა. აქტიური მოსმენა ადამიანის მოსმენის უნარს კი არ ნიშნავს, არამედ ინფორმაციის სწორი აღქმის უნარს. მოსმენის პროცესში ეურნალისტს ერთდროულად რამდენიმე ამოცანის გადაჭრა უწევს: მოსაუბრესთან კავშირის შენარჩუნება, საუბრისათვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნა, ნათქვამის დამახსოვრება და ამ ინფორმაციის უსწრაფესი ანალიზი. მხოლოდ ასეთ შემთხვევაში შეძლებს იგი მაქსიმალური ინფორმაციის მოპოვებას. როგორც ცნობილია, ინფორმაციის მოპოვების ყველაზე ბუნებრივი ფორმაა შეკითხვის დასმა. ამიტომ *შეკითხვა ინტერვიუს სტრუქტურაში* უმნიშვნელოვანესი ელემენტია.

კითხვარის შედგენა გარკვეულწილად შემოქმედებითი პროცესია. ეურნალისტმა საუბრის დასაწყისშივე უნდა განსაზღვროს საუბრის მიმართულება და ტონალობა. შეკითხვის დროს მხედველობაში უნდა იქონიოს მთავარი ასრი. ისიც არის გასათვალისწინებელი, რომ ნებისმიერი წინასწარ

მოზადებული მხოლოდ თემის დამუშავების ინსტრუმენტი და არა „შპარ-გალკა“ [კიმი: 2004, 163].

შეკითხვების დასმის ტექტიკა დამოკიდებულია ეურნალისტის მიზანდასახულობაზე. მას შეუძლია წინასწარ გააცნოს რესპოდენტს თემა, მიუთითოს როგორი პასუხები იქნება სასურველი და რა თანმიმდევრობით, რის მოსმენას ისურვებდა პირველ რიგში. ასეთ ინტერვიუს „პირთულ ინტერვიუს“ უწოდებენ. აქ ეურნალისტი მხოლოდ თემის გამოხატავს, დანარჩუნს რესპოდენტს წვეუტს. სწორედ მას ეძლევა თავისუფლება თემის განმარტებაში, ინტერ-პრეტრებაში.

ეურნალისტის მიზანდასახულობის მიხედვით შეკითხვები უსასრულოდ სხეადასხეგვარია. შეკითხვების კლასიფიკაციის პრინციპი ხაუბრის თემის სტრატეგიას განსაზღვრავს, მაგრამ ნებისმიერი სტრატეგია ტექტიკით უნდა იყოს შემადგრბული. იგულისხმება კომუნიკაციური სიტუაციის დეტალური შესწავლა, საუბარი და წარმოქმნილ ნიუანსებზე მყისიერი რეაგრება. ტექტიკური მოსაზრებებიდან გამომდინარე, სპეციალისტები შეკითხვების შემდეგ კლასიფიცირებას გუთავაზობენ:

- ფორმის მიხედვით - დას და დახურულს, პირდაპირს და ირისს, პიროვნულსა და უპიროვნოს;
- ფუნქციის მიხედვით - ძირთადას, ნიადაკის მოხსინჯს, საკონტრიოლს;
- შემოქმედების მიხედვით - ნეიტრალურს, დაძკვალთანებულს.

შეკითხვათა დასმის პროცედურის თვალსაზრისით სპეციალისტებმა განახივებენ და დახურული შეკითხვებს:

დახურული შეკითხვები პასუხების რამდენიმე შსა კარიანტის არსებობას ეარაუდობს. ასეთი შეკითხვები უფრო მეტად სოციალოგიურ ანკეეტებში გამოიყენება. მათი დახმარებით არა მარტო უანსიხის შინაარსის ვარკვევა შესაძლებელია, არამედ შეფასებათა ინტენსიობის გაზომვა; დახურული შეკითხვა უფრო მკაფიოდ განსაზღვრავს პასუხს. იგი მაშინ არის ეფექტური, როდესაც ადამიანთა დიდი მასის გამოკითხვა ხდება. ეურნალისტებში დახურული შეკითხვის გამოყენება მაშინ არის მოხანშეწონილი, როდესაც ეურნალისტი მასობრივ-სტატისტიკური მონაცემებით არის დაინტერესებული.

და შეკითხვა უფრო პერსონალურ ინტერვიუში გამოიყენება. ასეთ შემთხვევაში ეურნალისტი მხოლოდ თემას მონიშნავს, ხილო პასუხის სტრუქტურას თაყად რესპოდენტს ირსევს. და შეკითხვები იმაზე გათვლილია, რომ ადამიანმა კარნახისა და შეწყობის კარესე გამოიტყოს სპრო.

შეკითხვის ფორმის არჩევაში, ერთი მხრივ, ეურნალისტის წინაშე დასმული ამოკანებით არის განპირობებული, მეორე მხრივ, შესწავლილი სიტუაციის ცოდნა-არცოდნით. თავისებურ როდს თამაშობს ფსიქოლოგიური ფაქტორებიც.

სპეციფიკურია პირდაპირი და არაპირდაპირი (ირიბი), პერსონალური და უპირო შეკითხვებიც. თუ რესპოდენტს არ უნდა, ან არ შეუძლია პირდაპირ დასმულ შეკითხვაზე პასუხის გაცემა, მას ეურნალისტმა არაპირდაპირი შეკითხვით უნდა მიმართოს.

პირდაპირი შეკითხვა ეოველთეის შესაბამის პასუხს ეარაუდობს, რომელშიც განხილვის საგნის გავება შედეგდება.

პერსონალური და უპირო შეკითხვის ფორმა ინდივიდის ინტერესის დონეს ან სოციალურ სიტუაციებში მისი ჩართულობის განსაზღვრას უწყობს ხელს. ეურნალისტური პრაქტიკა ცხადყოფს, რომ ინტერვიუში არაპირდაპირი და უპირო შეკითხვებმა შესაძლოა ადამიანი დააფრთხოს, ეკვი გაეწინოს ეურნალისტისადმი, რომელიც მისგან ცნობების მოპოვებას ეველანარი ხერხით ცდილობს.

ჟურნალისტიკაში შეკითხვები რესპოდენტზე შემოქმედების თვალსაზრისითაც განიხილება. ინტერვიუს პროცესში ისეთი სიტუაციებიც იქმნება, როდესაც ერთი მხრივ, რესპოდენტის წაქეზება-წახალისებაა აუცილებელი, მეორე მხრივ, – საუბრის საჭირო კალაპოტში წარმართვა, მესამე მხრივ – რესპოდენტის გულახდილობის პროვოცირება. ასე, რომ ჟურნალისტიკაში ზოგჯერ პროვოკაციული შეკითხვებიც გამოიყენება. უთიკური თვალსაზრისით ასეთი შეკითხვების დასმა გამართლებული არაა, რადგან პასუხმა შესაძლოა ადამიანი უხერხულ მდგომარეობაში ჩააყენოს. ინფორმაციის გამოტყუების ხერხის უხერხობა იმაში მდგომარეობს, რომ შეკითხვის ფარულ ქვეტექსტს რესპოდენტი ვერ წეება. მიუხედავად ამისა, ასეთი შეკითხვებს ჟურნალისტები მაინც იყენებენ და მაშინ მიმართავენ, როცა რესპოდენტის აღიარებამდე მიყვანას ისახავენ მიზნად.

ინტერვიუში პასუხებიც, ცხადია, სახეობებად ხარისხდება. მაგალითად, ეუროპისტიკის პიროვნებისადმი დამოკიდებულების საფუძველზე პასუხები შესაძლოა პოზიტიურიც იყოს და ნეგატიურიც. პოზიტიური პასუხის შემთხვევაში რესპოდენტი შეკითხვის არსში გარკვევას ცდილობს. ამასთან ჟურნალისტის პიროვნებასაც დადებითად უცქერს. ნეგატიურის დროს კი შეკითხვას უარყოფითად აფასებს.

შინაარსის მიხედვით პასუხები შეიძლება იყოს ჭეშმარიტი და მცდარი, მთელი და გაშლილი, კონკრეტული და ურცელი, ორიგინალური და ტრეპიანური.

ინტერვიუს კითხვარი კომპლექსიურად სამი ნაწილისაგან შედგება. ესენია: შესავალი, ძირითადი და დამასრულებელი ნაწილი.

თეორეტიკოსების მითითებით, შესავალ ნაწილში მიზანშეწონილია რესპოდენტთან ფსიქოლოგიური კონტაქტის დამყარების ხელშეწყობი შეკითხვების განთავსება: ძირითად ნაწილში – თემის გაშლის უხერხულმყოფი შეკითხვებისა, ხოლო დამასრულებელ ნაწილში – ან მსუბუქი შეკითხვები უხედა იყოს თავმოყრილი, ან – უხერხული, რესპოდენტის გამაღიზიანებელი.

ასე წარმოვიდგება ჟურნალისტის ინტერვიუერთან ურთიერთობების ცალკეული საკითხები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ალექსევი, გრომოვი: 2004: Алексеев А. А., Громов Л. А. Поймите меня правильно, или Книга о том, как найти свой стиль мышления, эффективно использовать интеллектуальные ресурсы и обрести взаимопонимание с людьми. СПб., 1993.
2. კიმი: 2004: Ким М. Н. – Социологические методы в труде журналиста – Социология журналистики. М., 2004.
3. კრებული: პიროვნებისა და კოლექტივის სოციალურ-ფსიქოლოგიური პრობლემები: 1987, Социально-психологические проблемы личности и коллектива. Краснодар, 1987.

И. Т. Дзасоდიანი
Грузинский технический университет

Взаимоотношения журналиста с интервьюером как интерактивный процесс

Ключевые слова: интервьюер, социальный тип, стиль мышления, активное слушание. Рассматриваются социологические, психологические и языковые (вербальные) особенности взаимоотношений журналиста со своим респондентом (интервьюером), характеризуются процессуальные аспекты, указывается их интерактивная природа.

I. T. Jagodnshvili
Georgian Technical University

Relationship Between a Journalist and an Interviewer as an Interactive Process

keywords: interviewer, social type, style of thinking, active listening.

The article concerns the sociological, psychological and linguistic (verbal) features of the relationship between a journalist and his respondent (the interviewer), as well as characterizes the juridical aspects underlining their interactive nature.

ქეთი ჯიჯეიშვილი
სტყუ

პოლიტიკური ტელერეკლამის როლი საარჩევნო კომპანიაში

საკვანძო სიტყვები: საარჩევნო ტელერეკლამა, იდენტიფიცირების რეკლამა, პრობლემური კლიპები, ნეგატიური რეკლამა

Ключевые слова: выборная телереклама, реклама идентификации, проблемные клипы, негативная реклама.

Keywords: election TV advertisement, advertising the identification, problem clips, negative advertising.

ყველა კლასიკურ ტექსტში, სადაც რაიმე ფორმით ხაუბარია დემოკრატიული წყობის მნიშვნელობაზე და მის პრინციპებზე, ხაზგასმულია, რომ მოქალაქე სრულად უნდა მონაწილეობდეს ქვეყნის განვითარების პროცესებში და სახელმწიფო მის წინაშე ანგარიშვალდებულ უნდა იყოს. აქედან გამომდინარე, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ მოქალაქეებს ქვეყანაში მიმდინარე პროცესებისა და გადაწყვეტილების მიმღები საჯარო ფიგურების შესახებ სრულყოფილი და ობიექტური ინფორმაცია აქონდეთ. ასეთი ინფორმაციის თუ ყველაზე პოპულარულ არაა. ერთ-ერთ პოპულარულ წყაროდ მასმედია მდინევა. მთელი რიგი თეორიებისა და აქვლევარებისა კი სწორედ მედიას აკრიტიკებს სუბიექტური და არასწორი ინფორმაციის გავრცელებაში. ამავე დროს, მედიის თეორეტიკოსების აზრით, მედია მხოლოდ საზოგადოებრივ აზრს კი არ ასახავს, არამედ ხელს უწყობს კიდევ მის ფორმირებას. რასეც ძალიან დიდი გავლენა აქვს რეკლამას როგორც გარკვეული იდუალოგის, მოვლენის, ფიგურისა თუ პრობლემის პროპაგანდას, განსაკუთრებით კი საარჩევნო პერიოდში. საარჩევნო კამპანიების დროს ცდომილებიან პოლიტიკური რეკლამის ამომრწყელებამდე მიტანის მთავარ საშუალებად ტელევიზია გამოიყენონ. რაც აიხსნება მასობრივ ცნობიერებაზე ტელევიზიის ზემოქმედების სპეციფიკით. გამოკვლევებით დადგენილია, რომ ყველაფერი, რასაც ტელემთავრებელი ეკრანზე ხედავს, მის მიერ აღიქმება როგორც რეალურად დანახული, ის თავს გრძობს არა მაყურებლად, არამედ ეკრანზე მიმდინარე მოვლენების თანამონაწილედ. აქედან - ტელევიზიისადმი ნდობის მაღალი დონე. "სატელევიზიო გამარჯვება", ხშირ შემთხვევაში, შეიძლება გადაამწყვეტდეს ადამიანებს კანდიდატისათვის.

პოლიტიკური ტელერეკლამის "დაბადების" თარიღად 1952 წელია მინიჭებული, როდესაც აშშ-ის ტელევიზიით პირველად გადაიცა საპრეზიდენტო არჩევნებში დუაიტ ეისენჰაუერის მხარდასაჭერად როსერ რივერსის მიერ შექმნილი სარეკლამო რგოლები პრეზიდენტი პასუხობდა უბრალო ადამიანების შეკითხვებს ქუჩაში. აღსანიშნავია, რომ ეისენჰაუერის მეტოქეს ე. სტივენსონს პრაქტიკულად არ გამოუყენებია ტელერეკლამა. როგორც შემდეგ დაასკვნეს, ტელევიზიამ უფრო ადამიანური გახადა ეისენჰაუერის "რკინის

ჯარისკაცის" სახე და მისი გამარჯვებაც განაპირობა. ტელევიზიის, როგორც მასმედის საშუალების სწრაფად განვითარებასთან ერთად, ის სულ უფრო მეტად გამოიყენებოდა საარსენო პროცესში. 1960 წელს ამერიკელებს უკვე შესაძლებლობა ქონდათ ტელევიზიით თვალი ედევნებინათ კენედისა და ნიქსონის შორის გამართული წინასაარსენო დებატებისათვის. მაშინ ნაკლებად ცნობილი სენატორი, ჯ.ფ.კენედის გამარჯვებამ ექველასე დიდი სექტივოსებიც კი დაარწმუნა ტელევიზიის უდიდეს ძალაში. პოლიტიკოსები სწრაფად შექმნიერნენ ტელევიზიით ნაკარნახევ ახალ "თამაშის წესებს" და დაიწყეს მისი გამოყენება საკუთარი ინტერესების შესაბამისად. ბევრი ამტიკივბდა, რომ პოლიტიკა "კედებოდა" უკვე არა პარტიულ-სამთავრობო კულუარებში, არამედ სარეკლამო სააგენტოების მიერ, რომ ერთი და იმავე სარეკლამო სტრატეგიით შეიძლება საპრისა და პრესიდენტების გაყიდვა და ა.შ. [1.19-21].

სატელევიზიო რეკლამა მნიშვნელოვანი პოლიტიკური მოვლენების, პირველ რიგში კი არსენების დროს იქცა არა მარტო განსაკუთრებულ ინფუსტრიად, არამედ მოსახლეობასე მძლავრი ფსიქოლოგიური ზემოქმედების საშუალებად. ამასთან, პოლიტიკური რეკლამის გამოყენებით შესაძლებელია არა მარტო პოლიტიკური განწყობის ფორმირება არა თუ იმ პოლიტიკური ობიექტისადმი, არამედ ნეგატიური პირობითი რეკლამების განვითარებაც. სატელევიზიო რეკლამამ შეკეთრად შეაქროვა პოლიტიკური რეკლამა გასუბებში, პირველ რიგში ვიზუალური სახის დინამიკით, რომელსაც არა მარტო ფერი და მოცულობა აქვს, არამედ მორღობაშიცაა. ეს კი ობიექტზე ყურადღების უფრო დიდხანს ფიქსირების შესაძლებლობას იძლევა [2.179-182].

დღეისთვის აშშ-ში და, მთლიანად დასავლეთში, სატელევიზიო სარეკლამო კამპანიების ნატარების უდიდესი გამოცდილება არსებობს. კარგა ხანია შემუშავებულია ის სოგადი პრინციპებიც, რომელთა დაცვა და გათვალისწინება წარმატების განმაპირობებელ მნიშვნელოვან ფაქტორადაა მიჩნეული. დასავლური სტანდარტების შესაბამისად, ტელევიზიაში პოლიტიკური სარეკლამო კამპანიის ნატარების დროს დაცული უნდა იყოს გარკვეული ეტაპობრივი თანამშვედრობა, რომელიც შემდეგნაირად შეიძლება წარმოვადგინოთ:

1. კანდიდატის იდენტიფიკაცია. წინასაარსენო კამპანიის პირველ ეტაპზე, მისი შემუშავებული სარეკლამო სააგენტოები უსწრაფვიან, რომ რაც შეიძლება მეტმა ამომრჩეულმა დაიმახსოვროს კანდიდატის სახელი და სოგადი წარმოდგენა შეექმნას მის შესახებ კლიბებში, რომელთა დანიშნულებაა კანდიდატის იდენტიფიკაცია. პოლიტიკოსის სახელი რაც შეიძლება ხშირად მჟორდება. ტელევიზიის მეშვეობით კანდიდატს უნდა შეექმნას იმიჯი, რომ იგი ღირსია დაიკაფოს საბიბელი თანამშვედრობა.

იდენტიფიკირების რეკლამა ხშირად სოგახო აღბომს გაეხ, რომელიც პოლიტიკოსის ბიოგრაფიას ბავშუობის ასაკიდან წარმოადგენს. აშშ-ში განსაკუთრებული აქცენტი კოდება სამხედრო წარსულზე, საუნივერსიტეტო სპორტულ გუნდებში მონაწილეობაზე, ოჯახურ კავშირებსე. იდენტიფიკირების კლიბი ცვლილბს დაარწმუნოს ადამიანები ხმა მისცენ არა თუ იმ კანდიდატს თუნდაც იმიტომ, რომ ის მეოჯახე კაცია და სანაპიროზე ძაღლს ასეირნებს. ტელებიოგრაფიებში წინა რიგშია წამოწეული ისეთი თემები, როგორიცაა კანდიდატის პატიოსნება, უბრადოება და გახსნილობა, ადამიანებისადმი გულისხმიური დამოკიდებულება, შრომისმოყვარეობა და ა.შ. კანდიდატის ღირსებებზე ლაპარაკობენ მისი კოლეგები, მეგობრები, ნათესაეები.

2. პრობლემათა განხილვა. ამომრჩეულებისათვის კანდიდატების პირადი თვისებების გაცნობასთან ერთად, სარეკლამო ტელეკამპანიის ორგანიზატორები ყურადღების ცენტრში აქცევენ კანდიდატების პოლიტიკურ შეხედუ-

ლებებს და პლატფორმებს. ესაა ე.წ. არგუმენტაციული (ანუ პრობლემური) რგოლები. რომლებიც საინფორმაციო დატვირთვას ატარებენ და ცდილობენ წარმოადგინონ ის არგუმენტები, რის გამოც ამომრჩეველმა მხარი უნდა დაუჭიროს ამა თუ იმ კანდიდატს. კანდიდატის იმიჯი უკავშირდება რაიმე კონკრეტული პრობლემების გადაწყვეტას. იმისდა მიხედვით, თუ რა თანამდებობის დაკავება სურს მას, ესაა საერთო, ეროვნული მასშტაბის, ან ადგილობრივი ხასიათის პრობლემები. მათი მნიშვნელობის იერარქიას კი მარკეტოლოგები არკვევენ სასოციალოებრივი აზრის გამოკითხვის გზით. ჩვეულებრივ ესაა საშინაო ან საგარეო პოლიტიკის მტკიცებულება ხაიოსხები: გადასახადები, დამნაშავეობა, ინფლაცია, სოციალური პროგრამები, ეკოლოგია და ა.შ. საარჩევნო კამპანიების გამოცდილებაზე დაყრდნობით შექმნილებული რამდენიმე მარტივი წესი "პრობლემური კლასების" შეხაქმნელად. პირველ რიგში მასში დასმული უნდა იყოს ფართო ხასიათის საკითხები, რომლებიც ყველა ამომრჩეველს აელეყებს. მეორეც, ისინი უნდა იყოს საკმაოდ უბრალო და ავტობული პრინციპით: ერთი კლასი ერთი იდეა. ამასთან, კონკრეტული ინფორმაციის მიწოდებასთან ერთად, ეს კლასები ამომრჩეველთა გრძობებს უნდა ეხებოდნენ.

3. "ოპოზიციის კვლევა" მას შემდეგ, რაც კანდიდატის სახელი, ბიოგრაფია და პროგრამა უკვე ცნობილი გახდა პუბლიკისათვის, დეკლარაცია "ოპოზიციის კვლევის" დრო - ესაა ე.წ. შედარებითი, ანუ უფრო სწორედ, ჩუქავი რეკლამა. ითვლება, რომ ეს კამპანიის აუცილებელი და ამახთან, ყველაზე დრამატული ეტაპს წარმოადგენს. სატელევიზიო მონტაჟის შესახებ დიდი ხანს ახალ პერსპექტივებს ქმნის ნეგატიური სარეკლამო რგოლების შექმნელთა წინაშე ამომრჩეველთა ყურადღება მუცოქეთა ხუც მსარეველზე მახვილდება. ამხელენ მათ ცრუ, გადაჭარბებულ და ბუნდოვან დაპირებებს, კოიკერ ცოდვებსა და პოლიტიკური ბრძოლის უპატიოსნო ხერხებს. ამერიკელთა ახროთ, "ოპოზიციის კვლევა" თავისებურ გარანტიას წარმოადგენს წინასაარჩევნო პერიოდში კონკურენტთა მერ მანომლაციის მეთოდების გამოყენებისაგან თავდასაცავად.

ნეგატიური რეკლამა ყოველთვის იწვევს ყურადღებას: ადამიანებს აინტერესებთ კონფლიქტი. ხოლო იმის მილოდინი, თუ რითი უპასუხებენ თავდასხმას ასევე დამატებითი ინტრივის შემცველია. წინასაარჩევნო კამპანიის დროს, ყოველი კანდიდატი აღრე თუ ეპოან ვიდეოლად ხდება ამგვარი რეკლამის სამიხნე. მაგრამ "ნეგატიური რეკლამა" კარგად თუ არ იქნება გათვლილი მისი ორგანიზატორების მერ, ის პირიქით, მოწინააღმდეგისათვის ზიანის მიყენების ნაცვლად, მის პრესტიჟს ამაღლებს.

4. დასკვნითი ეტაპი. სარეკლამო კამპანიის უკანასკნელი ფაზა დროში ყველაზე მოკლეა. იგი გულისხმობს "ოპტიმისტური ფინალის" შექმნას. ყოველივე იმის შეჯამებით, რაც ცნობილია კანდიდატის შესახებ. ამ ეტაპზე იწვევა არაკომერციული კამპანიაც, რომელიც მოსახლეობას მოუწოდებს არჩევნების დღეს გამოცხადენ საარჩევნო უბნებში. ამ ხახის რეკლამა გათვლილია ან ამომრჩეველთა ყველა კატეგორიაზე. ან მოსახლეობის ცალკეულ ჯგუფებზე (მაგალითად ქალებზე, ახალგაზრდებზე და ა.შ.).

პოლიტიკური ტელერეკლამის შექმნისას პირველ რიგში მკაფიო პასუხი უნდა გავცეს კითხვას, თუ რა მისწინთ იქმნება მოცემული სარეკლამო რგოლი და სტრატეგიული ხახის რომელი ფრაგმენტი უნდა წარუწოდოს აუტორიტარის ცნობიერებასა თუ ქვეცნობიერებაში. რეკლამის შექმნა და "ხალხში გაშვება" პოლიტიკური სარეკლამო კამპანიის სტრატეგიის მიხედვით

უნდა ხდებოდეს და თითოეული სარეკლამო რგოლის ეფექტურობა წინასწარ მოწმედბოდეს [3,246].

როგორი კრიტიკულიც არ უნდა იყოს ოპოზიციური აზრი საქართველოში 2008 წლის 5 იანვრის საპრეზიდენტო და 2010 წლის თბილისის მერისა და თეთიმართეულობის ორგანოების არჩევნების მიმართ, იგი მაინც წინადადებულ ნაბიჯი იყო საქართველოში არჩევნების დემოკრატიულობის თვალსაზრისით, თუნდაც იმ მარტივი მიზეზის გამო, რომ იყო რეალური და არა ფსევდოკონკრეტული. რუსეთისაგან განსხვავებით, სადაც წინასწარ იყო ცნობილი საპრეზიდენტო და საპრეზიდენტო არჩევნებზე ვინ გაიმარჯვებდა. 2007 წლის 2 დეკემბერს რუსეთის უმაღლესი სათათბიროს დუმის არჩევნებისგან ან ასევე, 2008 დის 3 მარტს, რუსეთში საპრეზიდენტო არჩევნებისგან. ამ არჩევნის ფაქტორით ორივე შემთხვევაში ელადიმერ პუტინი იყო. სპეციალისტების აზრით რუსეთმა ხმა მისცა არა პარტიას, არა პოლიტიკურ კურსს. არამედ, ერთ პიროვნებას – მმართველი პარტიის სათავეში მყოფ ელადიმერ პუტინს. სწორედ მისი დამსახურებით „ედინაია რასია“ დუმაში 62 % -ით აკლავ უმრავლესობით მივიდა. დიმიტრი მედვედევიც პუტინის მეურვეობით გახდა პრეზიდენტი. ორივე შემთხვევაში არჩევნების შედეგები წინასწარ იყო ცნობილი მასში ეჭვი არავის ეპარებოდა. ამ ნიშნით 2008 წლის ვადაძეული საპრეზიდენტო და თბილისის მერისა და თეთიმართეულობის ორგანოების არჩევნები იქვეა წინამორბედი არჩევნებისაგან განსხვავდებოდა, რადგან ვინ გაიმარჯვებდა ამის წინასწარ პროგნოზირება პოლიტოლოგებისთვის რთული აღმოჩნდა. მათ მხოლოდ წინასწარჩვენო კამპანიის საბოლოო შედეგების და ექსპერტთა ანალიზის საფუძველზე გააკეთეს ანალიზი, რომ PR-ტექნოლოგიების ცოდნის ხარისხისა და ფინანსური უპირატესობის გათვალისწინებით, სახელისუფლო კანდიდატმა ბევრად უკეთესად შეძლო მომხრეთა მობილიზება, მეტევეი პოლიციის ელექტორატის სათავესად შემობრუნება და ზოგადად, საზოგადოებრივ აზრზე სემპლქმედება. რაშიც მნიშვნელოვანი როლი სატელევიზიო პოლიტიკურმა ტელეურეკლამებმა შეასრულეს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ვ. შუბითიძე იმიჯი და პოლიტიკა, თბ., 2009.
2. სამუცხოურ ეურნალი „პოლიტიკური ტექნოლოგიები“ №1 2001 წ. სტატიის ავტორი ნ. თათარაშვილი
3. მაცაბერძნე „პოლიტიკური მარკეტინგის საფუძვლები“ თბ., 2003

კეტი ჯიჯეიშვილი

Роль политической телерекламы выборной компании.

В статье рассматривается тенденции развития политической телерекламы. Их роль в формировании общественного сознания в выборный период, этапы выборной политической телерекламной компании и критерии их эффективности

Kathy Jijeishvili

The Role of Political Commercials on the Election Company

The article deals with trends in political commercials. Their role in shaping public consciousness in the election period, the stages of the election of political television advertising company and the criteria for their effective influence are given.

კომუნიკაციური ტექნოლოგიები პოლიტიკაში, ეკონომიკასა და ბიზნესში/Коммуникативные технологии в политике, экономике и бизнесе/Communication Techniques in Politics, Economics and Business.

მაია ამირგულაშვილი
სტუპუჩანოვი-ხოციავაძე ფაკულტეტი

პოლიტიკა და მედიატექნოლოგიები

საკვანძო სიტყვები: მედიატიზაცია; "ინფორმაციის წიხი", პერსონალიზაცია, ფრაგმენტულობა, აგიტაცია-პროპაგანდა. პოლიტიკური რეკლამა.

ჩვენს დროში პოლიტიკის წარმოდგენა შეუქმლებელია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გარეშე. მასშტაბი პოლიტიკური პროცესის რეალიზაციის უმნიშვნელოვანეს საშუალებას წარმოადგენს. პოლიტიკას საზოგადოებრივი მოვლადობის სხვა სახეობებთან შედარებით უფრო მეტად სტირდება ინფორმაციული გაფლის სპეციალური საშუალებანი, მკლშიყო კაქური სუბიექტებს შორის.

პოლიტიკა შეუქმლებელია ერთიერთობის გაშუალებული ფორმებისა და კავშირის სპეციალური საშუალებების გარეშე ხელისუფლების სხვადასხვა მატარებელთა შორის, აგრეთვე სახელმწიფოსა და მოქალაქეებს შორის. ეს განპირობებულია თვით პოლიტიკის, როგორც კოლექტიური, რთული, ორგანიზებული, მიზანდასახული მოღვაწეობის ბუნებით.

მედია პოლიტიკის განხორციელების უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტია. ჩვენს დროში პოლიტიკის წარმოდგენა შეუქმლებელია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გარეშე. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს განეკუთვნება პრესა, მასობრივი ცნობარები, რადიო, ტელევიზია, კინო და აუდიოვიზუალიზაცია, ელემენტარული, უკანასკნელ ათწლეულში კომუნიკაციის საშუალებები არსებით ცვლილებებს განიცდიან სათანაპგზავრო კავშირის, საკაბელო რადიოსა და ტელევიზიის, ელექტრონული ტექსტური კომუნიკაციური ხისტემების (ვიდეოკონფერენცია და საკაბელო ტექსტები), აგრეთვე ინფორმაციის დაგროვებისა და ბეჭდვის ინდივიდუალური საშუალებების (კასეტები, დისკეტები, პრინტერები) გაყრდნების შედეგად.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები გადაიქცნენ პოლიტიკური კომუნიკაციის ძირითად არხად. პოლიტიკა ემორჩილება მასშედის ფუნქციონირების შინაგან კანონებს. თავისი კომუნიკაციური თვისებების წყალობით მედია არსებითად შეცვალა:

- პოლიტიკის სტილი;
- სახელმწიფო ორგანოების ფორმირების პროცედურები;
- მმართველი ელიტის შერჩევის წესები;
- პოლიტიკური კამპანიების ნატარების ხასიათი და ფორმები.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებმა პრაქტიკულად შეხადლებელი გახადა მრავალი დემოკრატიული და ტოტალიტარული იდეის განხორციელება, რომელიც ადრე უტოპიურად ჩანდა.

პოლიტიკის მედიატიზაციის ფენომენი იქმნება მასშედის ტექნოლოგიური კანონების სუბიექტური პოლიტიკური პროცესის მედიატიზაციის შედეგად ხდება პოლიტიკური ცხოვრების გადანაცვლება მასობ-

რივი ინფორმაციის საშუალებების სიმბოლურ სივრცეში. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მუშაობის რეჟიმი გადაიქცა საჯარო პოლიტიკის უმნიშვნელოვანეს, თუმცა დაუწერელ კანონად.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს შემოქმედების სხვადასხვა შესაძლებლობა და ძალა გააჩნიათ, რაც დამოკიდებულია პირველ რიგში ადამიანების მიერ მათი აქტის წესზე. ყველაზე მასობრივ და ძლიერ პოლიტიკურ სეგაელენას ახდენს აუდიოვიზუალური მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები, პირველ რიგში კი რადიო და ტელევიზია.

სინამდვილის შესაბამისი და მრავალფეროვანი ინფორმაცია მძლავრ სეგაელენას ახდენს პიროვნების საქმიანობის აქტივისაციაზე პოლიტიკურ ერთიკერობათა სფეროში, ზრდის ადამიანთა დამოუკიდებლობის ხარისხს, არის გარანტი და წინამძღვარი მათი მსჯელობის დამოუკიდებლობის ზრდისა. თანამედროვე პირობებში ინფორმაციას გადამწვეტი მნიშვნელობა აქვს. ინფორმაციის რეკლამაციებისა და ხარისხზე დამოკიდებულია სახელმწიფო ორგანიზებისა და საერთოდ, პოლიტიკის სუბიექტების საქმიანობის ეფექტურობა. სიტუაციის შეფასების ხარისხი და განვითარების ტენდენციების განსაზღვრა, ოპტიმალური გადაწყვეტილების მიღება და შესაძლო შედეგების პროგნოზირება.

ტელევიზია მედიის სხვა საშუალებებთან შედარებით გამოკვეთილი ლიდერია ადამიანებზე სემოქმედების დამაჯერებლობისა და მათი ნდობის ხარისხის მიხედვით. ძნელი იძუო ანალოგი სიტორიაში, როდესაც რაიმე საინფორმაციო ფეროშენა ასეთ მოკლე ვადაში ისეთი დიდი სეგაელენა მიახდინა საზოგადოების ცხოვრებაზე, როგორც ტელევიზიამ.

ტელევიზია, როგორც მედიის საშუალება, გარკვეული სპეციფიკით გამოირჩევა. ეს სპეციფიკობა განაპირობებს როგორც მის განსაკუთრებულ სიძლიერეს ადამიანთა ცნობიერებაზე სემოქმედების თვალსაზრისით, ისე ხარვეზებსაც და ნაკლოვანებებსაც, რაც აუცილებლად ახენს თავს პოლიტიკის სფეროში სწორედ ტელევიზიის სემოქმედებით. პოლიტიკური შედეგების თვალსაზრისით, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია სატელევიზიო ვანრის სპეციფიკა, მისთვის დამახასიათებელი "ვისუალურობის წნეხი". ამ თვისების არსი იმაში მდგომარეობს, რომ თავისი აუდიოვიზუალური შესაძლებლობებიდან გამომდინარე, ტელევიზია ორიენტირებულია ძირითადად ხანახაობით ხასიათის ინფორმაცია გადასცეს უნაიაღან მექანიკური და სხვა სერიოზული ინფორმაცია ცუდად უთავსდება კერანულ გამოსახულებას, მათ "ეკოვებებს" ბუქდვით კომუნიკაციურ საშუალებებს და რადიოს.

"ვისუალურობის წნეხიდან" გამომდინარეობს ტელევიზიისთვის დამახასიათებელი ორი თვისებურება, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია პოლიტიკისათვის:

ინფორმაციის მიწოდების ფრაგმენტულობა;

პოლიტიკის რიტუალისაცია და პერსონალიზაცია.

ინფორმაციის მიწოდების ფრაგმენტულობა საბოლოო ჯამში ახდენს მსმენელთა დესორიენტაციას და განაპირობებს ორ ძირითად შედეგს აუდიტორიაში:

მაყურებელი იძულებულია დაენდოს კომენტატორის შეფასებებს;

მაყურებელს უჭრება ინტერესი და აპათიური ხდება პოლიტიკისადმი.

ტელევიზიისათვის დამახასიათებელი "ვისუალურობის წნეხი" ვლინდება არა მხოლოდ ინფორმაციის ფრაგმენტულ მიწოდებაში, არამედ პოლიტიკური ცნობების რიტუალისაცია და პერსონალიზაციაში. ტელევიზია ამჯობინებს გადასცეს ის ინფორმაცია, რისი გადაცემაც შეიძლება ტელეკამერით, ე.ი.

ამეწონ კონკრეტული სახეები, საგნები და ა.შ. ამიტომ ვერანაშე დომინირებს ტელეკომუნიკაციებისთვის ადვილად მისაწვდომი დიპლომატიური და სხვა რიტუალები, ოფიციალური შეხვედრები, ვიზიტები, პრეს-კონფერენციები და ა.შ.

ინფორმაციის ასეთი მიწოდების შედეგად, პოლიტიკა უსომოდ პერსონალიზებულია, მაკურბეულთა ყურადღება კონცენტრირებულია უმთავრესად პოლიტიკურ ღიღერებზე, რომელთაც, ამასთან, ნუქულბრეე არც უძღვებათ შესაძლებლობა დაწერილობით გადმოსცენ თავიანთი შეხვედლებანი. ინფორმაციის ფრაგმენტაციას, რიტუალისაციას და პერსონალისაციას ტელევიზია მიკაეხ პოლიტიკური მოვლენების გარეთა, სუდაპირული მხარის ნუქუბისაკენ. არსობრივი კაეშირები კი გაუხსნული რნება. სათანადო ყურადღების გარეშე რნება თავად პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღების პროცესიც, რაც პოლიტიკის ღერძს წარმოადგენს.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების, განსაკუთრებით ტელევიზიის განვითარებამ მნიშვნელოვნად შეცვალა მრავალი ტრადიციული "თამაშის წესი" პოლიტიკაში.

პოლიტიკაში მედიატექნოლოგიების მნიშვნელობის გახაგებად, პირველ რიგში, უნდა გავითვალისწინოთ პოლიტიკური საქმიანობის არის, რ განსხვავებბა პოლიტიკურ და სასოგადოებრივ საქმიანობას შორის? სასოგადო მოვლაწე იყენებს თავის რესურსებს, მაგალითად, აქტორიტეტს, ფულს, დროს. ასე იქცევიან მეცნიერების, კულტურის, ბიზნესის წარმომადგენლები, რომლებიც ახორციელებენ რაიმე სასოგადოებრივ ინიციატივებს. პოლიტიკოსი კი, რომელსაც გაანხია რაიმე სასოგადოებრივად მნიშვნელოვანი მიზანი, რაც ამავე დროს მის პირად მიხნად იქცევა, მის მისაღწევად ახდენს "ქცხო" რესურსების მობიღისებას.

პოლიტიკა ადამიანთა ღიდ ვჯუყუბითან ურთიერთობას ნიშნავს. ამისათვის პოლიტიკური კომუნიკაციებია საჭირო.

პოლიტიკური კომუნიკაცია - ესაა ინფორმაციის წარმოება, გადაცემა და აღქმა, რომელთა მეშვეობითაც პოლიტიკოსები ესწრაფვიან თავი მოეკარონ რაც შეიძლება მეტ "უკხო" რესურსს "საკუთარი" მიხნების მისაღწევად. პოლიტიკური კომუნიკაციების მეშვეობით ხდება სასოგადოებრივ ასრსე უკომუნიკედება

მედისისა და პოლიტიკური ტექნოლოგიები კამოქცებთ ხდება სასოგადოებრივი ასრის მანიპულირება, სასურველი სასოგადოებრივი ასრის ფორმირება. პოლიტიკაში რეალიზებადი მიხნები კოლექტიურ ხახათს ატარებს და ამდენად ის აუცილებლად უნდა ვაიცნობიერონ სიფრცოთ გაყოფილი კოლექტივის წევრებმა. სწორედ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები უსრუნველყოფს ადამიანთა ნების ერთიანობას, მრავალი ადამიანის მოღვაწეობის მოღიანობას და ერთიან მიმართულებას.

ერთმანეთისგან უნდა განვასხევაოთ ავტაცია-პროპაგანდისა და მარკეტინგული ტექნოლოგიები. ავტაცია და პროპაგანდა ადამიანებზე საინფორმაციო კონტროლის ხერხებია. ისინი პოლიტიკურ ქმედებას მკაცრ სოციალურ მიმართულებას აძლევენ. პროპაგანდა არ უტოვებს ადამიანს არნევიანის შესაძლებლობას, თავს ახევეს გარკვეულ ასრებს, რწმენას, ქცევისა. ავტაცია-პროპაგანდის ტიპის საინფორმაციო ტექნოლოგიები მიმართულია ადამიანთა ცნობიერებისა და ქცევის კონტროლისაკენ. ამ დროს გამოყენებული ინფორმირებისა და კომუნიკაციის ხერხები და ტექნოლოგიები საბოლოო ჯამში მიმართულია მოსახლეობის რეგორც პოლიტიკური რეაქციების, ისე მოთხოვნილებების ხელოწერი ფორმირებისკენ.

ინფორმირებისა და კომუნიკაციის ავტომატიზირებული ფორმები და ტექნოლოგიები, როგორც წესი, განუყოფლად დაკავშირებული პოლიტიკური სივრცეების პროეცირებასთან, საინფორმაციო და ფსიქოლოგიური ომების წარმართვასთან, საინფორმაციო ტერორის განხორციელებასთან, რაც მიმართულია კონკურენტების რეკლამაციისა და ინტერესებისათვის გამოუსწორებელი სივრცის მიყენებისაკენ, აგრეთვე მათი სრული დისკრედიტაციისა და პოლიტიკური არენიდან განდევნისაკენ.

მარკეტინგული სტრატეგიები ეკლავება ინფორმაციაზე მოთხოვნილებებისა და მიწოდების ურთიერთობების შესაბამისად და მიმართულია იმისკენ, რომ სუბიექტისათვის აუცილებელი ინფორმაცია საჭირო დროსა და საჭირო ადგილას იყოს მის განკარგულებაში. მარკეტინგული სტრატეგიები მიზნად არ ისახავს ადამიანთა ცნობიერების კონტროლს. ისინი მიმართულია ადამიანთა მისწრაფებებზე ზემოქმედებისაკენ და არა მათი ცნობიერების კონტროლისაკენ.

მარკეტინგული ტიპის საინფორმაციო ტექნოლოგიის სახესხვაობას წარმოადგენს პოლიტიკური რეკლამა. პოლიტიკური რეკლამის არსია პოლიტიკური იდეის ან ინიჯის როგორც საქონლის გასაღება. პოლიტიკური რეკლამა წარმოადგენს ადამიანისათვის მიმართვის ფორმას, რომელიც ინფორმაციის თავისუფალი და კონკურენტული არსების პირობებში მიმართულია იქნათკენ, რომ ადამიანს შეეძლოს პოლიტიკური საქონლის (კანდიდატის, ინსტიტუტის, სიმბოლოს) დადებითი სახე. პოლიტიკური რეკლამის როგორც საინფორმაციო ტექნოლოგიის გამოქვეყნებული ("რეკლამის შემკვეთი") დაინტერესებული არა იმდენად მთავარია ინფორმირებით, რამდენადაც მათი აზრით. კომერციული რეკლამისგან განსხვავებით, პოლიტიკური რეკლამა, როგორც წესი, შეიცავს ოპონენტების კრიტიკას. ახასიათებს იდეური მოსაზრებებისა და აქცენტების მკაცრი რეგლამენტაცია, დასაშვებია გადაჭარბებები, ახდენს სინამდვილის გამარტივებასა და დრამატიზირებას და ა.შ. პოლიტიკური რეკლამა სრდის ადამიანის პოლიტიკურ ყურადღებას და აქტიურობას, მაგრამ ამასვე დროს არაა გათვლილი მისი კომპეტენტურობის, შეგნებულობის თვისობრივ ამადლებაზე. პოლიტიკური რეკლამის ტექნოლოგიები ზემოქმედებენ არა პოლიტიკური ცნობიერების აზრობრივ ელემენტებზე, არამედ სუბკონსციალურად. ემოციურ გრძობად, სიტუაციურ ელემენტებზე, რომელთაც შეუძლიათ ადამიანის დამოკიდებულების შეცვლა პოლიტიკური ობიექტებისადმი რეალურ დროში. სარეკლამო ტექნოლოგიების შინაარსი და ხასიათი შეიძლება მნიშვნელოვნად იცვლებოდეს სიტუაციის, პოლიტიკური პროცესის ურთიერების მხედვით.

ამრიგად, ნათელია, რომ მედიატექნოლოგიები პოლიტიკის შექმნის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ელემენტია.

ლიტერატურა:

1. გ. ნიგოლაძე. ინფორმაცია, ინფორმაცია, საზოგადოება, ადამიანი. თბ. 2003.
2. გ. გ. პონელკოვი. საზოგადოებრივი ურთიერთობები პროფესიონალთათვის. მოსკოვი, 2001.
3. Г. Г. Поченцов. Информационно-политические технологии, М., 2003.
4. Н.Л. Кнапп. Вербальная коммуникация, С-Пб, "Питер", 2003.

Mala Amirgulashvili
Georgian technical universiti

Politics and Media Technologies

Key words: Mediatization, visualization, personalization, fragments, agitation-propagand, political advertisement.

Today it's impossible to imagine mass information without politics. Mas media represents the important process of political realization. Politics according to its social duty needs more special informational resources.

Politics is impossible without special relation forms and connections between different state authorities and citizens.

Maia Amirgulashvili
Грузинский технический университет

Политика и медиатехнологии

Ключевые слова: мелатизация, «визуальный пресс», персонализация, фрагментичность, агитация-пропаганда, политическая реклама.

В настоящее время невозможно представить политику без средств массовой информации. Масс-медия представляет важнейшее средство реализации политических процессов. По сравнению с другими видами общественной деятельности, политике еще в большей степени необходимы специальные средства обмена информацией, постоянная связь между субъектами.

Политика невозможна без взаимодействия усредненных форм и специальных средств связи между разными носителями (представителями) власти, а также между государством и гражданами. Это обусловлено самой природой политики, как коллективной, сложной, организационной, целеустремленной системой деятельности.

ნატო ბებიაშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ბიზნეს-გეგმის შედგენისას გასათვალისწინებელი მომენტები

ბიზნეს-გეგმა, საინვესტიციო პროექტები, პროექტის რისკები

საინვესტიციო პროექტების ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემა არის ის, რომ ბიზნეს-გეგმა ყოველთვის არის ორიენტირებული კონკრეტულ ინვესტორზე. უნივერსალური, ყველა შემთხვევაში გამოსაყენებელი ბიზნეს-გეგმები უბრალოდ არ არსებობს. იმის გამო, რომ თითოეული ინვესტორი განსაზღვრავს თავის პირობებს თანხების გამოყოფისთვის, შესაბამისად აქვს თავისი მოთხოვნები საბუთების შემადგენლობის და სისრულის მიმართ. ამ გარემოების გათვალისწინება არის ფუქიმდებლური პირობა საინვესტიციო პროექტის შედგენისას. მაგ. ბიზნეს-გეგმა რომელიც შედგენილია რომელიმე კომერციული ბანკისათვის, კრედიტის მიღების მიზნით, ითვალისწინებს მხოლოდ ამ ბანკის მოთხოვნებს და არ პასუხობს სხვა ინვესტორების კრიტერიუმებს.

საინვესტიციო პროექტების შედგენისას საკმაოდ ხშირად არასწორედ არის ხოლმე შეფასებული პროექტის ღირებულება და ინვესტიციებზე საერთო მოთხოვნა. მანევრებლები, რომლის საფუძველზეც დგება ეს შეფასებები მხოლოდ ნაწილობრივ არიან მსგავსნი. როგორც ეკონომიკური კატეგორია

ინვესტიცია ბევრად უფრო ფართოა, ხოლო პროექტის ხარჯთაღრიცხვა, მხოლოდ მისი ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილი.

პროექტის ხარჯთაღრიცხვის ღირებულება ესაა ფულადი სახსრები, რომლებიც საჭიროა პროექტის განხორციელებისათვის, საპროექტო მასალებიდან გამომდინარე. ეს მანევრებადი წარმოადგენს საფუძველს კაპიტალური დაბანდების ზომის განსაზღვრისათვის, მშენებლობის დაფინანსებისათვის; მოწყობილობის შექმნისა და სხვა დანახარჯების ანაზღაურებისათვის, რაც გათვალისწინებულია ხარჯთაღრიცხვით.

სახარჯთაღრიცხვო ღირებულებიდან გამომდინარე განისაზღვრება პროექტისათვის საჭირო ძირითადი საშუალებების საბალანსო ღირებულება. პროექტის სახარჯთაღრიცხვო ღირებულება არ ითვალისწინებს საბრუნავი სახსრების და ზოგიერთი სხვა სახის დანახარჯების საჭიროებას, რომლებიც საჭიროა საინვესტიციო პროექტის განხორციელებისათვის. ამ დროს მოწყობილობების ღირებულება განისაზღვრება, როგორც მის შექმნასე და მოტანასე გაწეული დანახარჯების ჯამი.

მეოთხედი მითითებების შესაბამისად საინვესტიციო პროექტის ბიზნეს-გეგმა აუცილებლად უნდა შეიცავდეს შემდეგ ნაწილებს: თავფურცელი, რეზიუმე, დარგში არსებული მდგომარეობის ანალიზი, საწარმოო გეგმა, მარკეტინგის გეგმა, ორგანიზაციული და ფინანსური გეგმები, გაანგარიშებათა ცხრილები.

პროექტის რეზიუმეში უნდა მოცემული იყოს არა მარტო პროექტის დახასიათება და მიზნები, არამედ ყველასე მთავარი: პროექტის მიზანშეწონილობის დასაბუთება; სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობა; დაფინანსების წყაროები და ღირებულება; მოსალოდნელი ეფექტიანობის მანევრებალები და სხვა ინფორმაცია, რაც პროექტის „სახეს“ დაახასიათებს. ეს ნაწილი მოიცავს ბიზნეს-გეგმის ყველა ნაწილის ძირითად მანევრებალებს და დასკვნებს. თავისი შინაარსით პროექტის რეზიუმე წააგავს მოკლე საინვესტიციო წინადადებას და პროექტის კასპორტს.

დარგში არსებული მდგომარეობის ანალიზი უნდა ასახავდეს რეალურად არსებულ მდგომარეობას და მოიცავდეს ინფორმაციას პროდუქციის წარმოების შესახებ, რომელიც გათვალისწინებულია პროექტით და მასზე მოთხოვნას, მონაცემებს კონკურენტების შესახებ; პროექტის სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობის და მისი რეალიზაციის მოსალოდნელი შედეგების შესახებ. ამ ნაწილის შინაარსი მოწოდებულია არა მარტო დამატაციოს მოცემული საინვესტიციო პროექტის განხორციელების აუცილებლობა, არამედ დაასაბუთოს პროექტის ცხოვრებაში განხორციელების შესაძლებლობა, ობიექტურად არსებული გარე ფაქტორების გათვალისწინებით.

ნაწილში „საწარმოო გეგმა“ უნდა აისახოს საწარმოს საქმიანობის ყველა ძირითადი ასპექტი, რომელიც პროექტის მიხედვით პროდუქციის გამოშვებასთანაა უშუალოდ დაკავშირებული. საწარმოო პროგრამასთან ერთად აუცილებელ ელემენტს წარმოადგენს ინფორმაცია ახალი წარმოების რესურსებით უზრუნველყოფის შესახებ. აგრეთვე ძირითადი ტექნიკურ-ეკონომიკური მანევრებალების განსაზღვრა.

თუ პროდუქციის წარმოებას აქვს მკვეთრად გამოხატული სეზონური ხასიათი, მაშინ ეს აუცილებლად უნდა აისახოს წარმოების პროგრამაში.

აუცილებელია საბოლოო პროდუქციის თითოეული სახის თვითღირებულების კალკულაციის შედგენა (პროდუქციის ერთეულზე და წლიურ გამოშვებაზე მიფიქრება და დანახარჯების ელემენტების მიხედვით), მისი რენტაბელობის დასაბუთება.

პროექტის მიხედვით ამორტიზაციის გაანგარიშება უნდა შესრულდეს მოქმედი ნორმების შესაბამისად და პროექტით განსაზღვრული მოწყობილობების დადგმის, შენობა-ნაგებობების გამოყენების, სამშენებლო სამუშაოების მოცულობის გათვალისწინებით. საწარმოო გეგმის დამახასიათებელ ნაკლოვანებებს განეკუთვნება:

- საწარმოო გეგმის და საწარმოო სიმძლავრეების ათვისების გრაფიკების უსუსტობები. მაგ. პროდუქციის გამოშვების მოცულობის გაანგარიშება შესრულებულია საწარმოო სიმძლავრეების სრული გამოყენების გათვალისწინებით, მაშინ როცა საჭიროა გარკვეული პერიოდი მათი შექცევის მომენტებიდან საპროექტო მანევრებლებზე გახვლამდე.

საწარმოო სიმძლავრეების სასომი ერთეულების დარგობრივი თავისებურებების არ გათვალისწინება მაგ. ხეტყის დამაშუშავებელი საწარმოს სიმძლავრე უნდა გაიზომოს შუა პროდუქციის კუბომეტრებით. იმის გათვალისწინებით, რომ სხვადასხვა დარგებში გამოიყენება სიმძლავრის განსხვავებული სასომები ბიზნეს-გეგმაში აუცილებელია საწარმოს მუშაობის რეჟიმის შესახებ ინფორმაციის წყენება (ცვლების რაოდენობა, წელიწადში სამუშაო დღეები, დღეში ცვლების რიცხვი ერთი ცვლის ხანგრძლივობა).

უნდა აღინიშნოს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ აუცილებელია ბიზნეს-გეგმაში ტექნიკურ-ეკონომიკური ძირითადი მაჩვენებლების მოქცევა არა, საჭირო ტექსტური ნაწილის ტექნოლოგიური პროცესის აღწერით ვალდებულნი ვართ. თუმცა უპირატესობები, სიხალე და სხვა დადებითი თავისებურებები ახალი ტექნოლოგიის დანერგვისა აუცილებლად უნდა აისახოს.

ბიზნეს-გეგმის დანართ დოკუმენტებში უნდა საილას კონსტრუქციები ახალი ტექნიკის და ტექნოლოგიის შესენახე.

მარკეტინგის გეგმა - ეს ბიზნეს-გეგმის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნაწილია. მისი დანიშნულებაა ბაზრის არსეული სეგმენტის მომხმარებელთა სავარაუდო კონტინენტის დასაბუთება გადახდისუნარიანი მოთხოვნის გათვალისწინებით. მნიშვნელოვანი დამუშავებას მოითხოვს გასაღების ბაზრის მარკეტინგული კვლევა, გასაღების პოლიტიკის საკითხები და პროექტის ინციტორის და გამოსაშეები პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის დასაბუთება. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს პროექტით მიღებულ პროდუქციის ხარეალი საკითხ ფასებს.

პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის დასაბუთებისას მნიშვნელოვანი ფაქტორებს წარმოადგენენ ისეთი მაჩვენებლებები, როგორცაა ხარისხი, შეფუთვა და სხვა, რაც ადასტურებს არსეულ ანალოგებთან შედარებით უპირატესობას არა მარტო მოსალოდნელი ფასით (უფრო ნაკლები, ვიდრე სხეების ფასი).

აუცილებელია ასევე გათვალისწინება იმისა, რომ ბაზრის არსეული სეგმენტი, რომელსეც რომენტირებულა პროექტ, უნდა შეესაბამებოდეს პროექტის გაცხადებულ მიზნებს.

ორგანიზაციულ გეგმაში, გარდა საწარმოს და რეგიონის ადმინისტრაციის პროექტის მხარდაჭერის მონაცემებისა, უნდა აისახოს მენეჯმენტის ძირითადი ასპექტები და მიმართულებები პროექტის რეალიზაციის ფარგლებში. ამ ნაწილის მნიშვნელოვანი შემადგენელს წარმოადგენს პროექტის ინციტორის ფინანსური მდგომარეობის ანალიზი, რომლის დროსაც მნიშვნელოვანი ყურადღება ეთმობა ბუღალტრულ დოკუმენტაციის კრედიტის მისაღებად მისი კრედიტუნარიანობის და გადახდისუნარიანობის გათვალისწინებით.

ფინანსური გეგმა წარმოადგენს ბიზნეს-გეგმის ყოველასე მნიშვნელოვან ნაწილს, რადგან სწორედ იგი შეიცავს პროექტის ეფექტიანობის და მიზანშეწონილობის დასაბუთებას. მის აუცილებელ შემადგენლებს საეკონომიკურ გეგმადგენლობას ცხრილებთან ერთად წარმოადგენენ პროექტის რეალიზაციის ორგანიზაციულ-ფინანსური სქემის, პროექტის ეფექტიანობის განსაზღვრის მეთოდოლოგიის და გაანგარიშებათა მიღებული საერთო სქემის განმარტებები. გარდა ამისა ფინანსური გეგმა უნდა შეიცავდეს პროექტის რისკების გაანგარიშებას და ნახსენები სახსრების დაბრუნების გრაფიკებს.

ფინანსური გეგმის ძირითად ამოცანას წარმოადგენს საინვესტიციო პროექტის ეფექტიანობის მანუენებლების გაანგარიშება ჯამური შემოსავლების და დანახარჯების ნაკადების განსაზღვრის საფუძველზე კრედიტის და მისი პროცენტების დაფარვის გათვალისწინებით.

თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ ნათელია ეფექტიანობის მანუენებლების გამოთვლის აუცილებლობა, ხშირად ბიზნეს-გეგმებში არ არის საინვესტიციო პროექტის რეალიზაციის ეფექტიანობის ინტეგრალური მანუენებლები და რისკის ფაქტორების სემპლექტებაზე მგრძობიანობის ანალიზი.

პროექტის რისკები. საინვესტიციო პროექტები განეკუთვნებიან მომაკვალს, რისკულიც არ შეიძლება აბსოლუტური ალბათობით დაეგეგმოს. ამიტომ ფინანსური ანალიზი და შეფასება უნდა გატარდეს რისკისა და განუხაზვდურელობის ე.ი. პროექტის რეალიზაციის თანმდევი სხვადასხვა ფაქტორების ნეგატიური სემპლექტების გათვალისწინებით.

საინვესტიციო საქმიანობაში ეკონომიკური რისკი აღნიშნავს დანაკარგების ალბათობას კაპიტალის დაბანდების შედეგად. რისკები შეიძლება ასევე იყოს განპირობებული:

- მონაცემების არასწორი ინტერპრეტაციით;
- მათი შეფასებისადმი არაობიექტური მიდგომით;
- პროექტთან მიმართებაში ცვლადი გარემოთი, რის შედეგადაც წარსული გამოცდილების მნიშვნელოვანი ნაწილი უფასურდება;
- ანალიზის დროს დაშვებული შეცდომებით;
- სხვა მიზეზებით.

საინვესტიციო პროექტის ეფექტიანობის გაანგარიშებები, არსებული მეთოდური რეკომენდაციების თანახმად, შეიძლება წარდგეს:

- პროექტის ნამატზე ახალი ტექნიკის ან ტექნოლოგიის მიხედვით წარმოში დანერგვის შემთხვევაში (წარმოების გაფართოება, რეკონსტრუქცია, ტექნიკური გადაიარაღება, არსებული სიმძლავრეების ფარგლებში);

მოდერული პროექტის მთელ მოცულობაზე – ახალი ხაწარმის ორგანიზაციისას (ახალი მშენებლობა, აგრეთვე წარმოების მოდერნიზაცია მისი რეკონსტრუქციის ან ტექნიკური გადაიარაღების გზით).

საანგარიშო პერიოდი საინვესტიციო დაგეგმვაში ნიშნავს პროექტის სასიცოცხლო ციკლს.

საკონკურსო საინვესტიციო პროექტებისათვის ბიზნეს-გეგმით გათვალისწინებულ საანგარიშო პერიოდი განისაზღვრება პროექტის დაფინანსების პირობებით და არ შეიძლება იყოს ვალების გადახდის ვადაზე ნაკლები. ე.ი. უნდა მოიცავდეს კრედიტის დაფარვის მთელ ვადას დაკრედიტების დაწყებიდან მის დასრულებამდე.

მიღებული საანგარიშო პერიოდი იყოფა ეტაპებად: კვარტლების და წლების მიხედვით. ამ დროს წელიწადის ქვეშ იგულისხმება არა კალენდარული, არამედ საანგარიშო წლები. ასე მიღებული საანგარიშო პერიოდი მოიცავს ინვესტიციის ათვისების, ობიექტის მოქმედებაში შეყვანის, საპროექტო მანევენტლების მიდწევის, საწარმოს ნორმალური ფუნქციონირების დროს.

საანგარიშო ცხრილები უნდა შედგეს პროექტის მთელი საანგარიშო პერიოდისათვის ყველა მანევენტული საანგარიშო ცხრილებში უნდა ჩანევენტი იყოს საანგარიშო პერიოდის ეტაპების მიხედვით. დასაწყისად აიღება პროექტის დაფინანსების დაწყება.

ბიზნეს-გეგმის საანგარიშო ცხრილების გაერთიანებულ ნაკლოვანებებს წარმოადგენენ:

- გაანგარიშებიდან ინვესტიციის ათვისების პერიოდის-პროექტის მიხედვით პროდუქციის გამოშვების დაწყებამდე პერიოდის გამორიცხვა (არ გათვალისწინება);

ფულადი ნაკადების გასაღების ნაწილში ზოგიერთი დანახარჯის, რომელიც საჭიროა პროექტის რეალიზაციისათვის გამორიცხვა (მაგ. საერთოდ არ გათვალისწინება დანახარჯები საბრუნავი საშუალებების შექენაზე, ვადის დაბრუნებაზე და კრედიტებზე პროცენტების გადახდაზე გაწეული დანახარჯები).

ეს არის არა მარტო მეთოდოლოგიური შეცდომა, არამედ მნიშვნელოვნად ამახინჯებს პროექტის ეკონომიურ და ფინანსურ მანევენტებს.

ამგვარად, ყველა იმ ნეგატიურ შედეგის გათვალისწინება, რაც დაკავშირებულია ინვესტიციების ეფექტიანობის გაანგარიშების მეთოდური რეკომენდაციებიდან გადახვევათთან, დადებითად აისახება არა მარტო საინვესტიციო პროექტების დანერგვაზე, არამედ რეალური ინვესტიციების შემოდინებაზე ქვეყანაში.

ბიზნეს-გეგმა წარმოადგენს მოკლე პროგრამულ დოკუმენტს, რომელიც საინვესტიციო პროექტის მიზნების, განხორციელების მეთოდების, და მისალოდნელი შედეგების შესახებ წარმოდგენას იძლევა.

ბიზნეს-გეგმა ეხმარება პოტენციურ ინვესტორებს შექენათ ნათელი წარმოდგენა პროექტის ამოცანების და ეფექტიანობის შესახებ. შეაფასონ დაბანდებათა საიმედოობა და მისალოდნელი შემოსავლიანობა.

საქმიანმა პროექტიამ გამოიწვია გარკვეული მოთხოვნები ბიზნეს-გეგმების მიმართ, რომელთა შესრულება საშუალებას იძლევა გაეაერთიანოს პროექტის შესახებ აუცილებელი ინფორმაცია, პროექტის განხორციელების პრინციპები და ფაქტორები, რომლებიც გაელენას ახლენენ საბოლოო შედეგებზე.

სწორად შედგენილი ბიზნეს-გეგმების დამახასიათებელი თავისებურებაა გადმოცემის სიმკვლე, რაც მიიღწევა ნაწილების მკაფიო სტრუქტურებით, რომლებიც ასახავენ დასახული მიზნების მიღწევის სხვადასხვა ასპექტებს.

ბიზნეს-გეგმის დეტალიზაციის დონე და ხარისხი დამოკიდებულია საინვესტიციო პროექტის მასშტაბზე, მისი განმარტოვებული საწარმოს სიმაზე და დარგობრივ კუთვნილებაზე.

ბიზნეს-გეგმა შეიძლება შედგეს ორ ვარიანტად – მოკლე და გავლადი სახის. მოკლე ბიზნეს-გეგმა წარმოადგენს ოფიციალურ დოკუმენტს, ხოლო დაწერილობითი – სამუშაო პროგრამას.

ინფორმაციის შერწყამ, რომელიც წარმოადგენს ბიზნეს-გეგმის საფუძველს, უნდა წარმოაჩინოს საინვესტიციო პროექტის, საწარმოს და მისა

დარგის ბაზრის სპეციფიკის, სადაც დაგეგმილია პროდუქციის ან მომსახურების გატანა მიზნების და ამოცანების საფუძვლიანი გაგება.

ბიზნეს-გეგმის შედგენა შეიძლება დაეყდოს საწარმოს სპეციალისტებს, რომლებიც დაკავებულნი არიან პროექტით, ხოლო მათ დასახმარებლად მიზანშეწონილია პროფესიონალი კონსულტანტების მოწვევა.

იმისათვის რომ თავიდან ავიცილოთ შეცდომები ბიზნეს-გეგმის შედგენისას, აუცილებელია შემოთმობიანი რეკომენდაციების დაცვა და გათვალისწინება.

ლიტერატურა

1. ლ. ქიქიაური, ნ. ბუბიაშვილი, საინვესტიციო პროექტები: თეორია, ანალიზი, მართვა. თბ. 2009.
2. Колтинюк Б.А. Инвестиционные проекты. СПб. 2002.
3. Ross S., Westerfield R., Jordan B. Fundamentals of Corporate Finance. IRWIN, Boston, 1999.

ნათო ბებიაშვილი

Грузинский Технический Университет

Основные моменты, учитываемые при составлении бизнес-плана

В статье рассмотрены вопросы формирования бизнес-плана. Выделены моменты, на которые нужно особенно обратить внимание. А также даны рекомендации, которые помогут заинтересованным лицам правильно составить бизнес-план.

ნათო ბებიაშვილი

The Georgian Technical University

Basic Moments Considered at Business Planning

The article reviews the issues of formation of a business plan. The points, which it is necessary to pay special attention to, are indicated and recommendations, which will help people to make up business plan correctly, are given.

Belenchikoff

(DFR)

Text, Language and Lingua Personality in the Art of John Fowles

The social changes of our age, which brought about the change of the social - political paradigm significantly, stipulated the growth of interest in the factor of personality, especially in the Post-Soviet countries, which were characterized by a different axiology of personality in the age of totalitarianism. Thus this interest matched to the development and formation of a new paradigm - anthropocentrism in science, which offered the new principles of research in the Humanities.

One of the most important tendencies implemented by the methodology of anthropocentrism is the tendency of reestablishing the primary unity of language and literature within the bounds of Philology, the text is seen as the unifying phenomenon, which enables the scholars of Linguistics and Literature to reunite their efforts.

At the end of the XX century new language conceptions were formed and new directions of "human factor" researches were foreseen and pictured in the science of language: the most significant issues, among the series of philosophical problems have been raised in a new way, are the connection of thought and language, and integrity of individual – intellectual, emotional, psychological attributes of human being in a new linguistic paradigm. A new methodological upheaval is pictured in anthropological linguistics. A new wide-bearing concept – language personality, conceptual structure, concept, mental vocabulary and such multi – aspectual phenomenon like world's lingua picture have been established in the science. (Kuznetsova A.V. :44)

Language is one of the major factors in practical and spiritual perception of the world by Man. Language is an important mediator between human being and reality, which determines its intellectual and ethical attitude towards the world and society.

"Language is the pure mirror of a human soul, reflecting first of all the personality of a human being"... (Leibniz G. W.)

Human being is considered as "major object" of language science in modern linguistics. Any person is a language bearer due to personal characters, sphere of interests, language abilities. Any language bearer is unrepeatable individual, whose linguistic - personal picture elicits on the base of text analysis.

As a linguistic and cultural phenomenon the text is result of language activities, which is able to exist beyond the time and the place of its formation.

Text reflects an inner world of a human being and it is related directly to a culture, since it bears a number of cultural codes and keeps the information of what constitutes a substance of a culture. In its turn, the rules of text construction depend on the context of the culture, where it was set up. The text is created from the language units of the lower level, which can strengthen the cultural signal if well selected.

The author is a part of the society, therefore while entering a certain system of relations with others he formulates his own approach to the world, society and people. Therefore by creating any character and choosing any means of language, the author uses not only certain points of view and interests of others (in social, ethical or other aspects) but frequently he expresses his own experience, attitudes and knowledge.

Any situation described by the author is, first of all, a social condition with its laws, norms and standards of behavior established by the society. According to the author's design in this system of intercommunication each character carries a pre-determined function or embodies a social role. To play a pre-designed role in the frame of the text frame, the author should construct the said role, otherwise he will be rejected.

Thus, the author can not be separated from his characters, as he is a constituent and undivided part of the images created by himself. Therefore: the author is represented as a lingual personality in his fictions. The concept of "Lingual Personality" however is complicated and polysemantic.

The establishment of the term - "Lingual Personality" while analyzing a literary text, has given a possibility to the scientists to replace evaluation criteria of literary texts with strictly formalized linguistic criteria. (Pavlikhina L.A. :147).

Lingua Personality deepens, expands, imbuing with additional content the understanding of individuality. The individuality is understood as the unity of contradictions between stability and uncertainty, immovability: of motivational predispositions and liability of external influence, between the existence in real time and "irrelevance" of time parameters for identification of individuality.

Conception reflects out the ways of knowledge and understanding a world by a man; and thus it is a tool of performing metaphorically – aesthetic opinions of a world and a man, his mission, values, in accordance with highest human ideas. The Conceptual picture of a word needs verbal expression. Idea of language as a mediator in interpretation of a world was formulated in the beginning of XIX century by Von Humboldt "Language - is the world between externality and inner realm of a human being." (4:304) By language facts the extra-linguistic reality is modified into the objects of communication.

Humboldt is the first scientist who used the notion "linguistic consciousness of people", meaning extraordinary world-vision, specifying "spirit of people" Language world-vision specifies originality of language semantics, its historical reality. Though a lingual personality and national characters are not directly connected there is implicit analogy between them. It is about the carrier of a national roots appearing relatively stable in space, and invariable part in the structure of personality, which is long-lived result of historical development.

In a literary text author is in a role of character, participating in a communication. His dynamic character should be taken into consideration while studying the development of a literary text, because language phenomena themselves don't indicate to some objects of the world: indication as a speech act is realized by the language bearer at a certain referential system.

One of the most relevant objectives in a modern linguistics is the research of a personality, "standing behind the text", a person speaking as a creator of an opus, forming a culture. This is precisely why the philological approach towards reading, analysis and interpretation of a text is a very essential issue nowadays.

Not only an extensive knowledge and richness of emotional experience is important, but also, the capability select the associations from the reservoirs of experience and extensive knowledge. To a greater degree formation of associative experience and socio-cultural "knowledge" is brought into action by the speech conceptualism, which has been gained during the whole life by a human being. As a result of perception and recasting of many texts of culture a human being gains a semiotic experience, which is considered as a track, left by a mind. Interaction of speech concept of a textual space, their impaction in conceptual world allows us to consider that the mind of a man is textual zed; it keeps concepts of separate texts, concept composition models of texts, concept of vocabulary. In this respect, text should be considered not only as the highest form of a speech, but also distinct, specific, having its own consistency, categories and units.

Due to the fact that a sphere of concept is an open mental education, it helps a man to enrich his knowledge and his world of imagination. Among new sciences should be taken into account all the varieties of information, which could be received by a human mind.

Traditionally the literature in the meaning of a text context, includes not only the reflection of scientist ideas and abstract knowledge about stereotypical situations, but also individual knowledge of a language carrier, cumulating their previous individual experience, orientation and intention, prejudice, mythologies, feelings and emotions.

Writer is a personality not isolated from a society, in other words while entering in a certain system of relation with others he is formulating own approach to the world, society and people. On the contrary, during the relations with society and with separate individuals, the author forms own opinions and views about the society and his self too. Therefore creating any character and choosing any means of language, the author is not only the certain

point of views and interests of others (in social, ethical or other fields) but frequently he is expressing his own experiences and knowledge.

Any situation described by the author is first of all social condition with its laws and the norms and the standards of behavior regulated by the society. According to the author's design in this system of intercommunication each character is carrying determined function or social role or in the worse case he rejects this function.

One of the principal issues of today's philology is to determine the language of author, the structure of speech of the characters, and the principles of description of writer's lingual personality. Naturally, the research of mentioned problems should be done indeed on the base of texts. It is very important from the point of veritability of the research, to select such author, whose art denotes vividly the peculiarity of "lingua personality"

From this point our interest in the Art of John Fowles was stipulated by following factors:

- a) John Fowles philosophical opinion existentialism is connected with the theory of language existence, which is determining the style of his art;
- b) John Fowles characters are real psycho models with conformable language consciousness.

John Fowles is a famous writer of our age, whose work has earned the respect of academic critics and readers. By stylistic mastery and experimental inventiveness Fowles creates worlds which can be mystical, mythical, or starkly real; or as is most of the cases, all three simultaneously. Fowles world stretches through time and space from modern day back to Victorian age.

Lingua person logy is one of the possible ways of researching the art of John Fowles. He belongs to the group of writers, whose characters are creating the theoretical base of language existence theory, and by the help of fiction are expressing their thoughts. "First of all I am poet and only then the scientist. This is biographical fact and not recommendation" – noted John Fowles.

Research of the art of John Fowles is novelty in Georgia. His humanistic works and characters, provokes special interest of literary critics, which is based on social, aesthetic and ethical problems.

In spite John Fowles was recognized as one of the wilful talent and intereting and attractive artist of our age, his works have not been the object of systematic research. The aim of this arthicle is to represent short review of the following:

1. Using the lingua peson logy for revealing the mechanism of art methods.
2. Ascertaining the bonds between his views and the methods of art.
3. Asstimation the Art of John Fowles from the position of social psychology.

Fowles was influenced by the most popular philosophy of twentieth century existentialism. It became dominant and productive philosophy, which was determining the intellectual and spiritual search in the society of intellectuals; and was influencing on literature, art and culture. Fowles was particularly attracted to the existentialists' views on authenticity and personal freedom.

'It's the great individualist philosophy, the twentieth century individual's answer to the evil pressures of both capitalism and communism.'

Fowles always considered personal freedom as a main essence for existence. However it didn't mean for the writer :

“By freedom I don’t mean that I think everyone should have the freedom to be as rich as they like or to behave as they like. That is an awful capitalist misunderstanding of freedom.”

To Understand Fowles’ art means to learn the language of his characters, to apprehend the depth of texts and their meanings.

Except of the novel, the biographical facts of writer is the empirical material for research which gives us possibility to put his art in united paradigm.

It’s important forming the tenets of lingua peronality analyses of Fowles characters

1. Existentialism is the philosophical base of John Fowles art. Although, it has different nuances in Fowles art. “
2. To the philosophical discussion of John Fowles is connected the concept of Aristos. It touches whole system of value of human being – god and power, dissatisfaction typology of life, anti “self” and “homo”, happiness and unhappiness, , love and hater, which are base of man existence, philosophical concepts, Christianity humanism, socialism, fascism and existentialism.
Fowles discussion this issues gives us possibilities to acknowledge all metaphors and marks in his texts.
3. It is very important for Fowles the idea of equality. The distinction, he argues, is a crucial one.” I think the common man is the curse of civilisation, not its crowing glory. And he needs education , not adulation.” That’s why he often provides his main charactores – some of whom number amongst the Many or the existentially inauthentic – with mentors to help them understand life better.
4. Fowles is supporting the idea of gender equality. For Fowles woman is not only source pleasure, but she is an individual with wishes, dreams and pain. His female characters are often mentors – and as the result of their counsel the leading male character in each novel becomes a better human being.
Fowles was influenced by Jung’s notion of the “anima” or feminine principle, an archetype in the collective unconscious which is projected on to experience.

In the age of anthropocentrism rouses special interest for the theory of language existence, the theoretical base of which is in a dense connection with the problems of existent ional philosophy. The best means for decoding the inner life of person is his language world, which displays his stereotype and creative individuality

Fowles’s central themes are art and life, the aesthetic and the existential. The theme of art is tonal and reveals, often by means of his own voice, the author’ personal aesthetic theories.

Art never exists in isolation or in total originality. Each new art work exists as part of genre. The work partakes of the past even as it defines the present and prophesies the future. But the genre is organic, always in process. Palmer :2

Fowles came under the influence of French existentialism, which dates from his undergraduate years at Oxford: “It’s the great individual philosophy, the twentieth century individual’s answer to the evil pressures of both capitalism and communism.” (Folwes J.)

Fowles has described existentialism as “great individual philosophy”, and its key concept as the “authenticity” of individual – which he interprets less as an external

moral ideal and more as person's ability to resist social pressures, to control his or her own life, to exercise free will. (Reynold M. Noakes J. 2003:127)

In his novels Fowles defines an aesthetic philosophy. He is a novelist writing into a mirror so that each of his works reflects back upon his own mind and vision. Fowles is aware in his art of what can be called the existential imperative: modern man's attempt to establish a personal identity in a world hostile to the individual self. Fowles concerns himself with the problems of self-definition, of individuality, of freedom, of choice, and of revolt. For Fowles existentialism "tries to re-establish in the individual a sense of his own uniqueness"

Latterly, however, he has moved towards determinism (essentially, the belief that all events have a cause, and that in the case of human actions, that cause lies in their conditioning), and has described existentialism as 'a kind of literary metaphor, a wish fulfilment. "I long ago began to doubt whether it had any true philosophical value in many of its assertions about freedom." (JF)

Fowles embodies his philosophical and aesthetic themes in the personal dilemmas" of his characters and in the imagistic representation of the world and society in which those characters must define their existences. Fowles has tremendous narrative drive, the ability to compel his readers' attention from the beginning of his novels through to the end.
(James Acheson, 1998:1)

Fowles's implicit demand is that the reader of his works "see the whole" Seeing whole means diving bravely into the teeming substance of each Fowles text, into the glut of detail, the language play, the eccentric modes of narration, bizarre events, the dislocation of time, the distinctive use of history, the structural architecture of patterning and counter point, the deviations from genre, the flagrant use of cinematic, novel-defeating conventions, the meta-fictional concerns and so on. But seeing whole is a skill each reader must learn, and Fowles teaches his reader how to see whole by using the education of his protagonist as an example. (Katherine Tarbox 1988:2)

Artistic perception of the world is wider, including rational and emotional pictures of a world of a person and also a carrier of values of culture. Perception and conversion of literary texts is the real way of attainment of intellectual values of times.

There are the three ways towards linguistic individuality, as an element of studying and researching reception psychology of language and speech (psycho-linguistic); regularities of studying (teaching) of language (lingua-didactic); studying of language of literature (lingua-stylistic).

Literature as an artistic-social phenomenon exists on the edge of two worlds – reality and imagination. Each creation, in a varying degree is some specific estimation of life, embodied by expressive means, by "mode" of self-act, passed though the prism of his own intussusceptions. World of difficult correlations, interactions and connections, changing own structural forms and presentational, notional or characteristic merits during a dynamic unravelling of the plot and displacement its separate links, where appear extrinsic of its systemic nature fanciful artistic-aesthetical, graphic facets of language elements, - all these universe of creation are made by poetic, artistic sense, kind of "modifying person"- writing individuality "self" "My real self is here and now, writing. Whenever I think of this

(writing, not the written) experience, images to do with exploring, single-handed voyages, lone mountain ascents always spring unwanted to my mind" (W.21)

The conflict between Many and Few enacted in much of Fowles's fiction. Fowles suggests, that a better society may emerge – one in which the Few and the Many strive to understand each other better. Unfortunately, matters are complicated by the fact that the Many are for the most part inarticulate, and have difficulty explaining themselves to the Few. In *The Collector*, Clegg strives in vain to make himself understood Miranda, just as the burglar in *Poor Koko* is an enigma to the man of letters. Though language is supposed to be an instrument of communication, it separates the Few from the Many, here and elsewhere in Fowles's fiction, instead of bringing them together.

Fowles often provides his main characters – some of whom number amongst the Many or the existentially inauthentic – with mentors to help them understand life better. In *The Magus*, Nicolas Urfe himself under the tutelage of mysterious Mr. Crouchis, and in a different way, under that his girlfriend Alison. (Acheson J. 1998:7)

Fowles often provides his main characters – some of whom are representatives of the Many or the existentially inauthentic – with mentors to help them understand life better.

We can non of us know what goes on in the minds of other people, and for that reason, neither the continuing dialogue of the Few and the Many, nor that of men and women, new or old generation of artists will lead to any final conclusions about the nature and meaning of life. And this is perhaps the thing that most attracts readers of Fowles to his novels – the sense he gives us that we live in a complex world which can never be fully understood:

"Everything is relative. No absolutes, except our – both your and my – final ignorance. We may pretend we know, but we never do." (W, 456)

Fowles presents this idea in existential terms initially, though he is careful to feature only concept of authenticity in his novels, and takes care not to clutter them with existential terminology, apparently in recognition of the possibility that this might alienate readers. (James Acheson, 1998:8)

'I hate the uneducated and the ignorant. I hate the pompous and the phoney. I hate the jealous and the resentful. I hate the crabbed and the mean and the petty. I hate all ordinary dull little people who aren't ashamed of being dull and little... I hate the New People. the new-class people with their cars and their money and their tellies and their stupid crawling imitation of the bourgeoisie' - says Miranda; and this "pathos of distance" between classes makes language barrier for the other characters of Fowles.

In *The Magus* Nicholas is openly expressing his dissatisfaction towards the Alison's slipshod language: "We went of to an oyster bar; Alison said very little, but I was embarrassed by her, accent, by the difference between her and one or two debs who were sitting near us" (*The Magus*, 2001) For Nicholas, middle – class Oxford graduate, Alison Kelly, an Australian emigrant is something to be used if nothing better turns up.

The style of *The Magus* is generated out of specific kinds of similes and metaphors. The narrator's similes in *The Magus*, his ever – present aesthetic analogies, are the most direct expression in Fowles's fiction of the manner in which life imitates

art. The central metaphor of the novel is based upon the premise that the world is a living theater, in which the art of life is dramatized: 'We are all actors here, my friend. None of us is what we really are. We all lie some of the time, and some of us all the time.' (The Magus)

Fowles actually becomes a character in his own novels. In *French Lieutenant's Woman* he is not only narrative voice, rather he becomes a physically described character, reflecting on the world of his characters. "I stare at Charles, with the look of an omnipotent god, bizarre blend of the inquisitive and the magistral; of the ironic and the soliciting" (317)

Fowles embodies his philosophical and aesthetic themes in the "personal dilemmas" of his characters in the imagistic representation of the world and society in which those characters must define their existences.

ელიშერი (ეპიფანე) გვენეტაძე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების როლი კონფლიქტების დარეგულირების პროცესში კავკასიაში

ადამიანთა საზოგადოებაში ბრძოლა არასდროს არ წყდება. იცვლება მხოლოდ მისი გამოსატყვის ფორმები. ომი მიმდინარეობს თითოეული ადამიანის ქვეცნობიერში. ინფორმაციული ომის პრობლემა სულ უფრო და უფრო ფართო ხასიათს იძენს. ეს არის ომის ახალი ტიპი, რომლის ობიექტი არის ადამიანთა ცნობიერება. ის დაფუძნებულია საზოგადოებრივი ცნობიერების მართვასა და მანიპულირებაზე. რათა დამორჩილოს ადამიანის ნება. იგი თავის თავში შეიცავს ულემენტებს. რომელთა მეშვეობითაც იდეები და ინფორმაციები გამოიყენება მოწინააღმდეგის ცნობიერებასა და გრძობაზე სუ თავს მოსახვევად.

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ აშკარა გახდა, რომ ფიზიკური ომი შეცვალა ფსიქოლოგიურმა ომმა. მასში მთავარი ადგილი დაიჭირა, არა ტანკებმა და საჰაერო დაბომბვებმა არამედ ულექტრონულმა მედიამ და პრესამ.

ინფორმაციული ომები ადამიანთა ცნობიერებაში შევიდა, როგორც თანამედროვე ტექნოკრატული ცივილიზაციის ყოველს შემდგომის წინაშე ადამიანის უკიდურესი დაუცველობის სიმბოლო; ცივილიზაციისა, რომელიც სულ უფრო და უფრო დახვეწილ საშუალებებს მიმართავს მოქალაქეებს სოციალური, პოლიტიკური და ფსიქოლოგიური კონტროლის განსახორციელებლად. რუსეთში დღეს მიიწევენ, რომ ინფორმაციულ-ფსიქოლოგიური ომი დაიწყო 1948 წლის 18 აგვისტოს, როდესაც აშშ-ს უშიშროების საბჭომ დაამტკიცა დირექტივა 20/1 "აშშ-ს მიზნები რუსეთთან მიმართებაში".(1) ინფორმაციული ომი გახდა მოსკოვისათვის "მესამე მსოფლიო ომი", რომელშიც მან სასტიკი დამარცხება დამარცხება განიცადა.

ე. წ. სოციალისტური სისტემის დაშლის შემდეგ წარმოქმნილმა ეთნიკურმა დაპირისპირებამ აშკარად უდიდესი დამანგრეველი როლი ითამაშა მსოფლიოში ბოლო დროს მომხდარ ისეთ ომებსა და კონფლიქტებში, როგორსაც ადგილი აქონდა სამხრეთ-აღმოსავლეთ ევროპაში და პოსტ-საბჭოურ სივრცეში, სადაც განსაკუთრებით გამოირჩეოდა სამხრეთ კავკასია

და ამ რეგიონში ჩამოყალიბებული ახალი სახელმწიფოები—საქართველო აზერბაიჯანი, სომხეთი.

XX საუკუნის 90-იანი წლების დამდეგიდან კავკასიური პოლიტიკა მოექცა მთელი მსოფლიოს ყურადღების ქვეშ, ვინაიდან ამ რეგიონში გადიოდა და გადის მსოფლიოს შესახელმწიფოების უმნიშვნელოვანესი გეოპოლიტიკური ინტერესები.

პოლიტიკურმა, სოციალურმა, რელიგიურმა და სხვა ფაქტორებმა ხელი შეუწევეს დაპირისპირების წარმოშობას, მაგრამ ყველაზე ძალადობრივი და აგრესიული ბრძოლის დაწყება რეგიონში განაპირობა ხაღის, როგორც „სხვების აღქმამ მათი ეთნიკური წარმომავლობიდან გამომდინარე“. რამაც, თავის მხრივ, გამოიწვია ბალკანეთის გამანადგურებელი ტრაგედიების სერია 90-იან წლებში. ასეთივე მდგომარეობაში აღმოჩნდა სამხრეთ კავკასია. სამწუხაროდ, ჟურნალისტებმა და მასმედიის სხვადასხვა ორგანიზაციებმა კონფლიქტების საწყის ეტაპზე სოფჯერ უადრესად უარყოფითი როლი შეასრულეს არსებული სიტუაციის შექმნაში. როგორც კერძო ეთნიკური ჯგუფის წარმომადგენლებისათვის, მათთვის როგორც თურქულენოვანი ობიექტურობის შენარჩუნება, თუმცა ხშირად ეს ხდებოდა გაუსაძლისი პოლიტიკური და სოციალური სეწოდის გამოც, ამის მაგიერად, მათ ხშირად ნაუფლებლო საკუთარი თავი უფრო თავისი კონკრეტული ეთნიკური ჯგუფის ინტერესების დამცველად, უადრე დამკვირვებლად, რომელიც უნდა ცდილობდეს არსებული სიტუაციის მთელი კომპლექსურობის შეცნობას. გაშქქების დროს ეს მიკერძოებული მიდგომა ხშირად იმაში გამოიხატებოდა, რომ მოწინააღმდეგე ეთნიკური ჯგუფს ცალკეული ჟურნალისტები ისე ხატავდნენ. თითქოს ის ყოფილიყო ერთადერთი დამნაშავე კონფლიქტის დაწყებაში. ჟურნალისტები თავიანთი გამოუცდულობის გამოც და სოფჯერ თავიანთი ნების დამოუკიდებლად უწოდდნენ ხელს კონფლიქტების გამოწვევას და მკითხველს, მსმენელსა თუ მაყურებელს ხშირ შემთხვევაში ვერ აწვდიდნენ კონფლიქტების გამომწვევ რეალურ სოციალურ და პოლიტიკურ მიზეზებს. ეს თქმის კონფლიქტში მონაწილე ორივე მხარესე. მსოფლიო თანამშრომლობა საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ დიდი ყურადღებით აღეუნებდა თვალს სამხრეთ კავკასიასა და საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებს და ცდილობდა აქ მიმდინარე პროცესებში გარკვეული პოსიტორი როლი ეთამაშა. მაგრამ სიტუაციების უადრესად დაძაბვის გამო ხშირად მიხნის მიღწევა მოუძღვებელი ხდებოდა. კონფლიქტის ესკალაციით დაინტერესებული ძალები მოუძღვებელი ცდილობდნენ ცალკეული ხაღების ეროვნულ გრმობებზე თამაშს. რაც ხელს უწყობდა სიტუაციის დაძაბვას. სამწუხაროდ ამ პროცესში დომის წვლილი მოუძღვოდა რეგიონის მასშტაბით არსებულ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, რომლებიც ნებით თუ უნებლიეთ თავიანთი მოუზომელი პუბლიკაციებით აშწვებდნენ ისედაც დაძაბულ მდგომარეობას.

დავსათვის ვითარება ნაწილობრივ შეცვლილია ამის მაგალითად გამოდგება ისეთი სახის პუბლიკაციები, როგორცაა „ეკანასკნელ ხანებში ქართულ პერიოდულ პრესაში დაბეჭდილი —“არმინბა და საქართველო“, სადაც ავტორები ცდილობენ, რომ ობიექტურად განიხილონ აფხაზეთში მიმდინარე მოვლენები და ისინი მიუსე—შედგობრივ კავშირში განიხილონ.(2) ამისათვის საჭიროა ქვეყანაში დემოკრატიული პროცესების კიდევ უფრო მეტად განვითარება. მასმედია დაინტერესებული უნდა იყოს და სისტემატურად უნდა აშწუქებს სახალხო დიპლომატიის თუნდაც უმცირეს წარმატებებს. წინ უნდა წამოსწიოს ის ერთიანობის ისტორიული ფესვები, რომელიც ამჟამად

დაბისპირებულ მხარეებს გააჩნდათ. მასმედია უნდა შექმნას იმის საფუძვლები, რომ "მტრობითი დანგრეული" რეალისტურ მარალპროფესიული დონის პუბლიკაციებზე დაურდნობით ააშენოს. მან თავის თავში უნდა მოახსოს ის ძალა, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელი გახდება კონფლიქტის მონაწილე მხარეებს შორის ნდობის აღდგენა.

ბოლო ათწლეულის მანძილზე სამხრეთ კავკასიაში მომხდარმა კონფლიქტებმა და დაბისპირებამ ლტოლვილთა უსარმაზარი ტალღა წარმოშვა. რომელთაგან სოფიურთა გადაღება სახლვარი და სხვა ქვეყნებში უსარმაზარი პირობებში უწევს ცხოვრება; სხვები ქვეყნის შიგნით იძულებით გადაადგილებული პირები არიან, რომლებსაც უბრალოდ აღარ გააჩნიათ საკუთარი სახლი და აღარ ძალუძთ დამოუკიდებლად ცხოვრება. ბევრმა შეძლო საკუთარი ოჯახის შენარჩუნება, მაგრამ სხვებმა მშობლები, მეუღლეები და შვილები დაკარგეს მშვიდობიან მოსახლეობაზე თავდასხმის, ავადმყოფობის, ან კიდევ იმიგრაციის შედეგად. ბუნებრივია, რომ ქვეყნის შიგნით იძულებით გადაადგილებული პირებისა და ლტოლვილების არსებობამ უსარმაზარი სოციალური, ეკონომიკური და პოლიტიკური დაწოლა გამოიწვია იმ რეგიონებში, სადაც იხინი აღმოსნდნენ. ბევრ ადგილას. დიდი ხნის მცხოვრებლებიც. რომლებიც თვითონაც ცდილობდნენ ახალ და ხშირად. მძიმე პირობებში ცხოვრებასთან შეგუებას, ხელგაწმით არ შეგუებობან ამ ადამიანების მოხელას. დაძაბულობის შემცირების საქმეში ეურნალისტებს მნიშვნელოვანი როლის თამაში შეუძლიათ.

წინა პლანზე უნდა წამოიწიოს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მიერ ის ერთიანობის იდეა, რომლის მეშვეობათაც უნდა რეგიონი განიხილებოდეს, როგორც ერთიანი გეოპოლიტიკური სივრცე, რისი დამადასტურებელი მაგალითები რეგიონის ისტორიულ შემკვიდრებაში უხვად მოგვეპოვება. (XI ს-ის 70-იან წლებში შექმნილი ერთიანი კავკასიის კონცეფცია). რაც მთავარია უარი უნდა ითქვას ორივე მხრიდან მასობრივი ინფორმაციულ ფსიქოსზე რომელიც შეიძლება ინფორმაციულ თამაშში გადასარდალს მიუღწიოს თავისი სამხელე შედეგებით. საინფორმაციო საშუალებების განხიერული, მოსანმიმართული მუშაობით ხელის შეწყობა შეიძლება. რათა დაიწიოს ლტოლვილთა თანდათანობითი დაბრუნების პროცესი მშობლიურ მიწა-წყალზე.

მასმედია თანამედროვე პირობებში უნდა შეძლოს თვისებრივად ასევე სასოგადოებრივი ანონის ფორმირება, რომელიც დაეხმარება ადამიანებს სწორი დასკვნები გამოიტანონ 90-იანი წლების მწარე გაკვეთილებიდან. აქედან გამომდინარე კი სადავო საკითხების მშვიდობიანი გადაწყვეტა გახდება სასოგადოებისათვის სასიცოცხლოდ აუცილებელი. ეურნალისტთა მთავარი ყურადღება გამახვილებული ვფიქრობთ მიმართული უნდა იქნას კავკასიის რეგიონისათვის საუკუნეების მანძილზე დამახასიათებელ ინტეგრაციული და დესინტეგრაციული პროცესების ორგანულ შერწყმაზე და მის დინამიკურ წინასწარობაზე.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებმა შეიძლება კავკასიის ხალხებს დაანახონ უპირატესობა "ერთიანი კულტურული სივრცისა", რომელიც გააჩნია რეგიონში მცხოვრებ სხვადასხვა ერებს. ამით ფაქტობრივად შექმადდება ნიადაგი არსებული კონფლიქტების დარეგულირებისა. ამავე დროს საჭიროა მიწოდებული იქნას არსებული რეალობის შეუღამახებელი სინამდვილე. დიად უნდა ითქვას, რომ მხოლოდ მსოფლიოში ხანგრძლივი დროის მანძილზე მიმდინარე გლობალური პროცესების ფონზე შეიძლება განხილვა და გადაწყვეტა რეგიონში არსებული კონფლიქტების.

მედიაში მოსახლეობას ნათლად უნდა აუხსნას და დაანახოს, რომ თუ მომავალში მსოფლიოში არ განხორციელდება რეგიონისათვის სასურველი სტრუქტურული ცვლილებები, არსებობს იმის რეალური საფრთხე-არსებული კონფლიქტები საკმაოდ დიდი ხნით დარჩეს გადაუწყვეტელი.

ამრიგად, მასობრივი ინფორმაციების საშუალებებს შეუძლიათ დაეხმარონ რეგიონის სამივე სახელმწიფოს მთავრობებს რეალური და არა იმიტაციური დემოკრატიზაციის პროცესის განხორციელებაში. რათა უსრულებელყოფილი იქნას ეთნიკური უმრავლესობის დაცვა და სხვა პოლიტიკური თუ სოციალური საკითხების სამართლიანი გადაწყვეტა. ცალკეული ურჩაღლისტური ქაეშირების მეშეობით შესაძლებელია მოხდეს დაპირისპირებულ მხარეთა მედია წარმომადგენელთა შეხვედრები, რომელიც ხელს შეუწყობს მხარეთა შორის დიალოგსა და ცალკეულ პუბლიკაციათა გაცვლას. ამავე დროს გააღრმავონ სახალხო დიპლომატიის სფეროში არსებული მდგომარეუობა. ამით კი დააჩქარონ კონფლიქტების დარეგულირების პროცესი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. В. А. Лисичкин. Третья мировая (информационно-психологическая) война. М. 1999.
2. ვაქ: 24 საათი 02. 04. 2010.

Edisher Gvenetadze

Associated Professor of Technical University of Georgia

The Role of Mass Media in the Process of Conflict Regulation in the Caucasus

The role, granted to the Media for regulation of conflicts in Caucasus is discussed in the work. We indicate that different public communications shall be able to create qualitatively new conditions between the parties of the conflict, for supporting political dialogue and stabilization of situation in the region. The Author highlights the situation in Georgia.

Эдшер Гвенетадзе

Ассоциированный профессор Грузинского Технического университета

Роль средств массовой информации в процессе урегулирования конфликтов на Кавказе

В труде рассмотрена та роль, которая принадлежит средствам массовой информации в процессе урегулирования конфликтов на Кавказе; отмечается, что различные средства информации должны суметь создать качественно новую обстановку между сторонами, участвующими в конфликте, с тем чтобы способствовать политическому диалогу и стабилизации ситуации в регионе.

Особое внимание автор уделит ситуации, сложившейся в Грузии.

*ზუმბურიძე ო.გ. ხახუტაშვილი ე.პ.
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

ახალი ეკონომიკა და მარკეტინგი

საკუანძო სიტყვები: ახალი ეკონომიკა, მარკეტინგი, კომუნიკაცია, მარკეტინგი-მენეჯმენტი, ბაზრის სეგმენტაცია, მომხმარებელი, კონკურენცია.

XXI საუკუნე ახალი ეკონომიკის ერაა. მისთვის დამახასიათებელია არა მარტო საქონლის მიწოდების და მომსახურების ახალი ტექნოლოგიები, არამედ ახალი ორგანიზაციული გადაწყვეტები, სტრატეგიები და კომუნიკაციები. ახალი გარემო ქმნის საბაზრო ურთიერთობების ახალ პირობებს, რაც არსებული გადაწყვეტის და სტრატეგიების სასწავლებს აფართოებს.

ახალი ეკონომიკა თანამედროვე ტექნოლოგიებზე დაყრდნობით საშუალებას იძლევა მომხმარებელთა მომსახურების დონის ამაღლებას, მოითხოვს ახალ მომხმარებელს. მაგრამ ეს ვერტუალური მომხმარებელი ცხოვრობს რეალურ სამყაროში და ახალი სტანდარტები შემოაქვს რეალურ ეკონომიკაში. ამიტომ ახალმა ტენდენციებმა, შეიტანა შესწორებები სტრატეგიების და გადაწყვეტის შეფასებებში.

ახალი ეკონომიკა ხელს უწყობს მრავალი მარკეტინგული ინსტრუმენტის დახვეწას და სრულყოფას, რომელიც მოითხოვს მათ მართვის თანამედროვე მსოფლიო ტენდენციების წარსოში. აქედან გამომდინარე მართვის საფუძვლები მარკეტინგის პრინციპებზე დაყრდნობით წარმოადგენს თანამედროვე ეკონომიკის საფუძვლებს, რომელიც კვლევის პრობლემას აქტუალურს ხდის. ახალი ეკონომიკა ეფუძნება ციფრული ტექნოლოგიების რევილუციას და ინფორმაციების მართვას კლიენტების, პროდუქტების, ფასების, კონკურენტების და სხვა მარკეტინგული გარემოს ასპექტებს. ის იყენებს კლიენტის მთავრობებსა და სურვილებს ტექნოლოგიების დახმარებით. მარკეტინგის ისეთ კონკრეტულ რეგორიციას კლიენტის ორიენტაცია, მომხმარებლის ფასიულობა, მომსახურების ხარისხი და ყველაზე მექანიზმების მოცულობა.

ძველი ეკონომიკა, ახლის საწინააღმდეგოდ, ეყრდნობოდა სამრეწველო რევილუციის და სამრეწველო დარგების მართვას. ხარჯების შემცირებისთვის. მწარმოებლები ახდენდნენ პროდუქტების სტანდარტიზაციას და მისნად ისახავდნენ მუდმივად გაყვარდათ საბაზრო წილი და წარმოების ყველა ქტურობის ამაღლების მასშტაბურობა. იყენებდნენ წარმატებულ პროცესებს და პოლიტიკას თითოეული გეოგრაფიული ბაზრისთვის, რომელსაც მართავდნენ ოპერაციებით იერარქიის თანახმად.

ახალი ეკონომიკა ემყარება ციფრულ ტექნოლოგიას. კლიენტების, პროდუქტების, ფასების, კონკურენტების და სხვა მარკეტინგული გარემოს ასპექტების ინფორმაციის მართვას. ინფორმაციის შექცევა შეიძლება: უსასრულოდ. მისი გაანალიზება, პერსონალიზება და მოკლე პერიოდში მრავალრიცხოვან ადრესატებს შეიძლება გაეცაზაინოს გამოკვლევის შედეგები ხანმოკლე დროში. ასევე გამოიდეველთა უკუკავშირის მეშვეობით მომხმარებლები და კორპორატიული მყიდველები იღებენ უფრო მისაღებ გადაწყვეტებს. ყიდვისათვის.

ციფრულმა რევილუციამ საშუალება მისცა მომხმარებლებს და მწარმოებლებს მთელი რიგი ახალი შესაძლებლობების გამოკვლევა. დღევანდელი მომხმარებლის პოტენციალი ასეთია: 1. მყოფელობითი უნარის არსებითი ზრდა; 2. საქონლის და მომსახურების მრავალსახეობის გაზრდა; 3. ინფორმაციის მოცულობის უდიდესი რაოდენობა, ყოველმხრიდან ყველაფრის შესახებ; 4. ურთიერთქმედების გამარტივება; 5. პროდუქტებსა და მომსახურებაზე გამომხმარებლის შედირების შესაძლებლობა.

ახალმა ეკონომიკამ კომპანიებს მოუტანა ახალი შესაძლებლობანი: უპირველესად, მათ მიიღეს მძლავრი ახალი საინფორმაციო არხები და საქონლის წინწაწევა დიდი გეოგრაფიული მოცეით. კომპანიებს შეუძლია კომუნიკაციების საშუალებით ერთ ან რამდენიმე web-საიტებზე აღწერონ თავიანთი პროდუქტები და მომსახურება, დადონ ინფორმაციები თავისი ისტორიის

შესახებ, ბიზნესის ფილოსოფიაზე, ეკანისების პირობებზე და სხვა საინტერესო სიახლეები. ასევე კომპანიები თავის საიტებზე ათავსებენ სქელ კატალოგებს, რის საფუძველზე მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის კლიენტებს შეუძლიათ ეძებონ ან შეუკეთონ სხვადასხვა საქონელი. კომუნიკაცია გახდა ერთ-ერთი მძლავრი ინსტრუმენტი ახალი ეკონომიკის განვითარებისათვის.

მეორეს მხრივ, კომპანიებს აქვთ შესაძლებლობა მოაგვარონ სრული და მდიდარი ინფორმაცია ბაზრების, კლიენტების, პერსპექტივების და კონკურენტების შესახებ, მარკეტინგული კვლევები ჩაატარონ ინტერნეტის საშუალებით. მარკეტოლოგებს შეუძლიათ ჩამოაყალიბონ ფოკუს-ჯგუფები, გაგზავნონ კითხვარი და მოაგროვონ საწყისი მონაცემები ამ ხერხით.

მესამე, კომპანიები სარგებლობენ შიდა ქსელებით (ინტრანეტით), რომლებიც ამარტივებენ და აჩქარებენ შიდა კომუნიკაციებს. ეს აძლევს თანამშრომლებს კონსულტაციის, რჩევის მიღების საშუალებას ერთმანეთთან, სწავლას წარმოებისგან მოწვევებზე, განაახლოს ინტერუქციები და სამსახურობით შიდა მოხმარებისათვის, ასევე აქონდეს აუცილებელი ინფორმაციები შიდა წარმოებიდან. კომპანიას შეუძლია ინტერნეტი გამოიყენოს ორმხრივი კომუნიკაციებისათვის კლიენტებთან და პოტენციურ პარტნიორებთან პერსონალის აქცინასთან დაკავშირებით. ასევე ეფექტური მოლაპარაკებების და საქმიანი ოპერაციების ჩასატარებლად. ექსტრაქსელები (სხვადასხვა კომპანიების გაერთიანებული კორპორატიული ქსელები) საშუალებას აძლევს კომპანიებს დაეკავშირდნენ მიმწოდებლებს და დისტრიბუტორებს ინფორმაციის გასაგზავნად და მისაღებად, განათავსონ შეკვეთები რათა უფრო ეფექტურად გადაიხადონ ღირებულების ფასი.

მეოთხე, მარკეტინგის სპეციალისტები ეფექტურად აგზავნიან კლიენტებისათვის სარეკლამო განცხადებებს, კუპონებს, ინფორმაციებს, ვინაიდან ეყვლა კომპანიები ერთდროულად წარმოადგენენ მიედევლებს და გამოედევლებს. ისინი იტყბენ უძლიეს ეკონომიას ინტერნეტის გამოყენებით. დაბრუნებულ კონკურენტების ფასებს და შესყიდვებს, აწარმოებენ ონლაინურ აუქციონს, ასევე სთავაზობენ საკუთარ პირობებს. დაბოლოს, კომპანიას შეუძლია არსებითად შეცვალოს ლოგისტიკა და შეამციროს ხარჯები, გააუმჯობესოს მომსახურების სისუსტე და ხარისხი ინფორმაციის გაცვლის საშუალებით ონლაინის რეჟიმში, შეკვეთების განლაგებით, ოპერაციების ჩატარებით კომპანიებს. მათ პარტნიორებს და კლიენტებს შორის ბიზნესში.

თუ ხამრეწველი რეკლამაცია დამახასიათებელი იყო მასობრივი წარმოებით და მოხმარებით, საქონლით გადაჭყდილი მაღაზიებით, მაშინ საინფორმაციო ეპოქა სთავაზობს წარმოების უფრო სუსტ დონეს, რომელიც უფრო მეტად კომუნიკაციაზეა. გათვლილი, და სთავაზობს წარმოების უფრო დაბალანსებულ ფასთან პოლიტიკას.

მარკეტინგი ახდენს ადამიანური და სოციალური მოთხოვნების იდენტიფიცირებას. მარკეტინგის ექვლაზე მოკლე განსაზღვრება ასე უძღვრს: „მარკეტინგი – ეს კომპანიისათვის მომგებანია ხალხის მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად“ კომპანიებმა უნდა დაეძინონ თავის კლიენტებს და კონკურენტებს. მუდმივად უნდა დახვეწონ თავიანთი წინადადებები, გადახედონ ბიზნეს-მოდელს, შედმიწვენიან განსაზღვრონ მასობრივი ბაზრები და ჩამოაყალიბონ ხასკერლო წინადადებანი, მუდმივად უნდა იდგნენ თავიანთი კლიენტების, აქციონერების, თანამშრომლების, მიმწოდებლების, პარტნიორების, მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად გაერცვლების არხების საშუალებით.

ვინაიდან მარკეტინგი აქტუალურია ყველასთვის და ყველაფრისთვის, რაც არ უნდა იყოს მისი კვლევის საგანი: საქონელი, მომსახურება, ქონება, ადამიანები, ადგილი, მოვლენები, ინფორმაცია, იდეები ან ორგანიზაცია. ამიტომ შემოქმედებითად იყენებენ სასოგადოებასთან ურთიერთობას – პიარს და მთელი ყურადღება ეთმობა საქონლის ხარისხს, სტიმულირების მოთხოვნის წვევებს.

გამოიყოფა მარკეტინგული პრაქტიკის განვითარების სამი სტადია:

1. ანტიკონკურენტული (სამეწარმეო) მარკეტინგი. უმეტესი კომპანიები იპრობენ რა პოტენციური მომხმარებლის ყურადღებას, პირდაპირ „აბრახუნებენ“ თითოეულის კარგზე“. ეწევიან პირდაპირ გაყიდვებს სასოგადოებასთან ურთიერთობის დონისძიებების საშუალებით. (ამ შემთხვევაში აწეობენ პრეს-ნტაციებს, ურიგებენ სანუქრებს და სხვა მასტიმულირებულ ინსტრუმენტებს).
2. დოქტრინალური მარკეტინგი. მარკეტინგის „უნივერსალური“ ფორმულაა. კომპანიის მარკეტინგულ განყოფილებაში, სადაც ივლავუნ ბაზარს გამოიყენებენ წარმატებით სოგიერ პროფესიულ მარკეტინგულ ხერხებს.
3. ინტერპრენული მარკეტინგი – დამამთავრებელი სტადია. ბევრი დიდი კომპანიები რნებიან დოქტრინალური მარკეტინგის დონეზე. სუდმიწენით სწავლობენ ბაზრების უკანასკნელ რეიტინგებს. იყენებენ სარეკლამო პოლიტიკას და დიდერებთან ურთიერთობას.

ამრიგად, უეკტერი მარკეტინგი იღებს სხვადასხვა ფორმებს. თანამედროვე და „მოძველის“ მარკეტინგის მენეჯერები იყენებენ შემოქმედებით სხვადასხვა ხერხებს. აუცილებელი ხდება მარკეტინგის მენეჯერული მართვა.

იმისათვის, რომ განისაზღვროს მარკეტინგი მენეჯმენტის არსი, საჭიროა სასოგადოებისთვის მარკეტოლოგების საქმიანობის სიცოცხლისუნარიანობის განხილვა: ეს არის მარკეტინგული კეთილდღეობა (საქონელი). მომსახურება. გამოცდილება. მოვლენები, პირიუნიები. ტერიტორიის გეოგრაფია. საქონრება, ორგანიზაციები. ინფორმაცია და იდეები.

საჭიროა გაიმიჯნოს სოციალური და მმართველობითი მარკეტინგის ცნებები. სოციალური თვალხედვით მარკეტინგი – ეს სოციალური პროცესია, მიმართული ინდივიდების და ცალკეული ჯგუფების მოთხოვნების და სერვილების დასაკმაყოფილებლად. მმართველობის პოლიტიკით მარკეტინგი ხასიათდება რეკორც „საქონლის, გეოდეის, ხელუნიებ.“ რეკორც პეტერ. დრუკერი აღნიშნავს „მარკეტინგის ამოცანა მდგომარეობს იმაში, რომ მინიმუმამდე იყოს დაყვანილი გაყიდვებზე დახარჯული ძალები /2/. მარკეტინგის მიზანი – ეს ცოდნის და კლიენტის მოთხოვნების იმ დონემდე მიღწევაა, რომლის დროსაც შეთავაზებული საქონელი და მომსახურება მთლიანად შეესაბამება მათ და თვითონ გაყიდვანი საქუთარ თავს. მარკეტინგის შედეგი იდუაღში არის „მომხმარებელი ყუდეისთვის მსადაყოფნაშია“

მარკეტინგის ამტერული ასოციაცია სთავაზობს შემდეგ განმარტებას: მარკეტინგი მენეჯმენტი – ხაერთო კონცეფციის დავტემის და რეალისაციის. ფასწარმოქმნის პოლიტიკის, იდეების წინწაწევის და განწაღლების, საქონლისა და მომსახურების პროცესია, მიმართულია გაცვლების განხორცეულებაზე, რომელიც აკმაყოფილებს ინდივიდუალურ და ორგანიზაციულ მსოებებს /5/. გაცვლეთი პროცესების მართვისათვის საჭიროა უდიდესი ძალი-სხმევა და გარკვეული უნარები. მარკეტინგი მენეჯმენტი განიხილება რეკორც მისნობრივი ბაზრებისათვის მარკეტინგული კონცეფციების გამოყენების ხელოვნება და მეცნიერება. აქაც კომუნიკაცია მთავარი მამმრავლებელი ძალაა. ძველი მომხმარებლების შენარუნების და ახალ მომხმარებელთა წრის

გაფართოება მაღალხარისხოვანი მომხმარებლური ფასეულობით კომუნიკაციების გამოყენების საშუალებით /2/.

ამრიგად, მარკეტინგი იწყება ბაზრის სეგმენტირებით, სადაც გამოიყენება სხვადასხვა მარკეტინგული ინსტრუმენტები. ბაზრის სეგმენტების იდენტიფიკაცია ხორციელდება მყიდველთა დემოგრაფიული, ფსიქოგრაფიული და მოქცევითი მახასიათებლების მიხედვით. შემდეგ კომპანია გადაწყვეტს, რომელი სეგმენტი აძლევს საშუალებს რომ დააკმაყოფილოს მისი მოთხოვნები. კომპანია თითოეული შერჩეული მიზნობრივი ბაზრისთვის ახდენს პროციონერებას აღნიშნული საქონლის სარგებლიანობის შესახებ.

დღეს, განასხვავებენ ბაზრის ფუნქციონირების ორ ფორმას – მატერიალურს და სივრცითს. ბაზარი როგორც მატერიალური კატეგორია – ეს არის მაღაზია, ბაზარი სივრცეში გამოიყენება ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებით – ანუ რამის შექმნა ინტერნეტის საშუალებით.

მარკეტინგის ძირითადი ცნება, ვაცელა, მიიღება სასურველი პროდუქტის გაცელებით პროცესისაგან. საქონელს ვცვლთ ფასეულობაზე – რასაც ტრანსაქცია ეწოდება. კომპანიის მიზნობრივი ბაზარი იყენებს სამი ტიპის მარკეტინგულ არხს: კომუნიკაციურს, ინტერაქტიულს და ტრადიციულს ერთ მიმართულების არხს მხოლოდ სარეკლამო განცხადებებისთვის.

პროდუქციის დემონსტრირებისა ან მყიდველთა მომსახურებისათვის გამოიყენება განაწილების არხები, ასევე საეაჭრო არხები, რომელშიც მოცემულია ცნობები საბითუმო საწყობების, სატრანსპორტო საშუალებების შესახებ დისტრიბუტორების, საბითუმო გამყიდველებისა და საცალო მოვაჭრეებისათვის. არსებობს აგრეთვე მომსახურების არხები, რომელშიც უმდიან არა მარცო დისტრიბუტორები და საცალო მოვაჭრეები. არამედ გარეგნობაში მონაწილე ბანკები და სადასწვეუო კომპანიები.

მარკეტინგი მენეჯმენტის გადაწყვეტი ფაქტორია კონკურენცია, რომელიც ითვალისწინებს აქტუალურ და პოტენციურ მუტოქეობის წინადადებას. და მყიდველთა ეურადღების ცენტრში მყოფ საქონელს. გამოიყოფა კონკურენციის ოთხი დონე: 1. საეაჭრო მარკეტის კონკურენცია; 2. დარგობრივი კონკურენცია; 3. ყორმალური კონკურენცია; 4. გეაროენული კონკურენცია.

მიზნობრივი მომხმარებლისაგან სასურველი გამოხმაურების მიღებისათვის. კომპანია – შემქმნელები გამოიყენებენ სხვადასხვა საშუალებებს და ინსტრუმენტებს, რომლებიც ქმნიან მარკეტინგ-მიქს (მარკეტინგის კომპლექსს). მარკეტინგ-მიქსი – მარკეტინგული ინსტრუმენტების ერთობლიობა, რომელიც გამოიყენება კომპანიის მიერ მარკეტინგული ამოცანების გადასაწყვეტად მიზნობრივ ბაზარზე. ჯერემ მაკარტის მიერ მარკეტინგული ინსტრუმენტების კლასიფიკაცია გაერთიანებულია ოთხი ჯგუფში: საქონლის, ფასის, ადგილის და წინწაწევის (ცნობილია მარკეტინგის როგორც ოთხი „P“–Product. Price. Place. Promotion) (2). ხოლო რობერტ ლოტერბორნი თვლის, რომ კომპანიის – მიმწოდებლის ოთხი „P“-ს შეესაბამება მომხმარებლის ოთხი „C“ (Castomer) (2).

ოთხი „P“	ოთხი „C“
საქონელი (Product)	მომხმარებლის გადაწყვეტა (Customer solution)
ფასი (Price)	მომხმარებელთა დანახარჯები (Customer cost)
ადგილი (Place)	მოხერხებულობა (Convenience)
წინწაწევა (Promotion)	კომუნიკაციები (Communication)

В новой экономике используется термин «маркетинг менеджмент», под которым подразумевается процесс планирования и реализации общей концепции, политики ценообразования, продвижения и распределения идей товаров и услуг, направленных на осуществление обменов, удовлетворяющих как индивидуальные, так и организационные цели. Маркетинг менеджмент это искусство и наука использования основополагающих маркетинговых концепций выбора целевых рынков, привлечения, сохранения и расширения круга новых потребителей посредством создания и предоставления высококачественных потребительских ценностей и осуществления связанных с ними коммуникаций.

Вышеизложенное позволило ввести в информационную эпоху, новые, более точные уровни производства, более прицельную коммуникацию и более сбалансированную ценовую политику.

Таковы взаимоотношения новой экономики и маркетинга.

New Economy and Marketing

The XXI-st century has marked itself as an era of new economy, with the new consumer, new technologies, services and organizational decisions, strategy and communications, effective mechanisms and volume.

The new economy is based on digital revolution and management of the information on clients, products, prices, competitors and all other aspects of marketing environment. The information epoch offers more exact levels of production, more aim communications and more balanced price policy. Communications became one of strong tools for development of new economy. It is also very important for new economy to carrying out some actions for public relations.

In new economy the term "Marketing management" is used for the process of planning and realization of the general concept, a pricing policy, advancement and distribution of ideas of goods and services directed on realization of exchanges, satisfying both individual, and the organizational purposes. Marketing management is an art and science of using basic marketing concepts, of a choice of target markets, attraction, preservation and expansion of a circle of new consumers by means of creation and granting high-quality consumer values and realization connected with them communication.

The above-stated has allowed conducting new, more exact levels of production, more aim communication and more balanced price policy during the information epoch.

Such are mutual relations of new economy and marketing.

*თოდუა თეა
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
თოდუა თამარ
სახეობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.*

ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები ბიზნესში

საკვანძო სიტყვები: ტიურინგის ტესტი, კომუნიკაციური ტექნოლოგიები, მოსაგებრე პროგრამები (ნატბოტები), ეირტუალური ასისტენტი

1950 წელს ცნობილმა ინგლისელმა მათემატიკოსმა აღან ტიურინგმა გა-
მოაკვეყნა ნაშრომი "Computing Machinery and Intelligence", რომელშიც განხი-
ლული იყო მანქანის ინტელექტუალურობის განსაზღვრის მეთოდი. ტიურინგის
აზრით, განსაზღვრული სისტემა შეიძლება ჩაითვალოს ინტელექტუალურად,
თუ დამკვირვებლის მიერ დასმულ შეკითხვებზე ამ სისტემის პასუხიდან
გამომდინარე ვერ გაუარკვევთ ადამიანთან გვაქვს საქმე თუ მანქანასთან
(ტიურინგის ტესტი). კომპიუტერი წარმატებით გაივლის ამ ტესტს, თუ
ადამიან-ექსპერიმენტატორს, რომელიც კომპიუტერს წერილობითი სახით

ადღევს განსაზღვრულ კითხვებს, არ შეუძლია განსაზღვროს, წერილობითი პასუხები კომპიუტერისგანაა მიღებული თუ სხვა ადამიანისგან.

ჯერჯერობით ტიურინგის ტესტის გავლა ვერცერთმა პროგრამამ ვერ მოახერხა. ყოველწლიურად ტარდება შეჯიბრება სასაუბრო პროგრამებს შორის და ექსპერტების აზრით, იმ პროგრამას, რომელიც საუბარს ყველაზე უკეთ წარმართავს, ენიჭება ლოუნერის პრიზი. ამ შეჯიბრებაში საუკეთესო შედეგი აჩვენა პროგრამამ ALICE. ეს პროგრამა შეიქმნა ევინსენაუმის ცნობილი "ელიზას" მსგავსად და იყენებს მომხმარებლის ფრაზების ერისტიკული შეპირისპირების მეთოდს ცოდნის ბაზაში არსებულ ნიმუშებთან. ALICE სამჯერ გახდა ლოუნერის პრიზის მფლობელი. მიუხედავად ამისა, ვერც ALICE-მ და ვერც სხვა პროგრამებმა ჯერჯერობით ვერ შეძლეს ტიურინგის ტესტის ჩაბარება. ALICE გააზრებული დიალოგის მხოლოდ იმიტირების საშუალებას იძლევა, სინამდვილეში კი ის კითხვებისა და პასუხების უსარმაზარ ბაზას წარმოადგენს. მიუხედავად ამისა, ასეთი დონის პროგრამებიც კი საკმარისია იმისათვის, რომ ისინი წარმატებით იქნან გამოყენებული ბიზნესის სფეროში.

ერთ-ერთი ძირეული, რომელმაც გადაწყვიტა მოსაუბრე პროგრამების ბიზნეს-მისწეებისთვის გამოყენება, იყო კომპანია NativeMinds. NativeMinds-მა შეიმუშავა პროგრამული უზრუნველყოფა მომხმარებლებთან შეცვლილებების გადგენა-გამოცვლისთვის. ამჟამად ეს კომპანია უკვე აღარ არსებობს. როგორც ნანს. ის 2001 წლის საინვესტიციო კრიზისმა იმსხვერპლა. მისი ყველა პროგრამული პროდუქტი შესყიდულ იქნა Verity-ს მიერ, 3,8 მლნ. დოლარად და ამჟამად ამ კომპანიის სახელით ვრცელდება.

ინტერნეტ-მალასიებში ინტეგრირებული მოსაუბრე პროგრამები (ბოტები), წარმოადგენენ პორტალების სტრუქტურისა და არაკლასიციკური მომხმარებლებისთვის წვდომის გამარტივების ეფექტურ საშუალებას. რითაც იმავე დროულად მცირდება დატვირთვა პერსონალზე (ტექნიკური დახმარება და კლიენტებთან მუშაობის განყოფილება). ვირტუალურ მენეჯერს გაცილებით მარტივად შეუძლია გასცეს სრული და თავაზიანი პასუხი ყველა კითხვას დღე-ღამეში 24 საათის და კვირაში 7 დღის განმავლობაში. ვიდრე რეალურ მენეჯერს. გარდა ამისა, იმასთან დაკავშირებით, რომ ყოფილიყო შეცვლილება და ტექნიკა და კლიენტები სულ უფრო და უფრო რთული პროდუქტით სარგებლობენ. შესაბამისად, მათ მიერ დასმული კითხვებიც რთულია. ასეთ შემთხვევაში, კომპანიას გაცილებით იაფი უყდება თავაზისაუბრე პროგრამის საიტზე დაყენება. მსგავსი ტიპის მოსაუბრე პროგრამა აქვს კომპანია Ikea-ს თავის საიტზე [1]. ამ პროგრამას ანა აქვია, იყენებს რთულ მონაცემთა ბაზას. ლინგვისტურ ალგორითმებს, პასუხობს კლიენტებს კითხვებზე და შეუძლია მათ დაეხმაროს საქონლის შერჩევაში 18 ენაზე. იმ შემთხვევაში, თუ ანა ვერ შეძლებს მომხმარებლის მიერ დასმულ კითხვას პასუხის გაცემას. ის კლიენტებს ცოცხალ ოპერატორთან აკავშირებს.

NativeMinds-ის მიერ შექმნილი პოპულარული პროდუქტი Neuroserver დაყენებულ იქნა Coca-Cola-ს, Oracle-ის, Ford-ის და სხვა ცნობილი კორპორაციების საიტებზე [2]. NativeMinds-ის საიტზე არსებობდა ასევე ვირტუალური კონსულტანტი ნიკოლი და სარეკლამო მისწეებისათვის შექმნილი პერსონაჟი უტელი, რომელიც ელექტრონული ბიზნესის წარმომადგენლებს შორის ძალიან პოპულარული გახდა. სოციალად, კომერციული მიზნით შექმნილი მოსაუბრე პროგრამების შექმნა დაიწყო 2000-2001 წლებში. ისინი ამჟამადაც დიდი წარმატებით მუშაობენ. უნდა აღინიშნოს, რომ მაშინ მსგავსი ტიპის მოსაუბრე

პროგრამების ინტეგრირება ხდებოდა ვებ-პორტალებში, ახლა კი მათ არანაკლებ აქტიურად იყენებენ IM ქსელებში.

ექვსი წლის წინ გამოშვებულ იქნა SmarterChild-ის დემო ვერსია [3]. ამ პროგრამას AIM-ში (AOL Instant Messenger) შექმნილი საუბარი ახალ ამბებზე, ფინანსებზე, სპორტული მატჩების შედეგებზე, ასევე შექმნილი განცხადება ზუსტი დრო და ამინდის პროგნოზი, მოსაუბრის ადგილსამყოფელის მიხედვით. 1 წლის განმავლობაში SmarterChild-ს ესაუბრა დაახლოებით 8 მილიონამდე მომხმარებელი. SmarterChild-მა ფაქტიურად უდიდესი რეკლამა გაუწია ვირტუალური ასისტენტების იდეას, გარკვეული პერიოდის შემდეგ უფასოდ გაერცვლა BuddyScript SDK გარემო, რომელშიც ეს პროგრამა დაიწერა [4]. პაკეტი საშუალებას აძლევს მომხმარებელს შექმნას მსგავსი ტიპის პროგრამა. ეს არ არის AIML-ის (Artificial Intelligence Markup Language) ანალოგი. BuddyScript საშუალებას აძლევდა პროგრამას არა მხოლოდ "ესაუბრა", არამედ შეესრულებინა სხვადასხვა ამოცანა მაგალითად, აეკრიფა საჭირო ტელეფონის ნომერი ან მოეძებნა საქონელი მონაცემთა ბაზაში. SmarterChild უკვე აღარ არსებობს, მაგრამ არის ძალიან ბევრი მსგავსი ტიპის პროგრამები.

2009-2010 წელს კომპანიების ვებ-საიტებზე გამოსწვილ ნატბოტებს (ვირტუალურ ასისტენტებს) შორის ცნობილია:

- ნატბოტი ღენა, რომელიც კომპანია Kaspersky-ს გერმანულენოვან ვებ-საიტზეა განთავსებული. ის ვირტუალური აგენტია, რომელიც მომხმარებელს დახმარებას უწევს მისთვის საინტერესო საკითხების სწრაფად გარკვევაში [4];

ვირტუალური ასისტენტი კრისტოფი, რომელიც პოლონურ კომპანია Zelmer-ს წარმოადგენს. კრისტოფი პასუხობს მომხმარებლის ყველა შეკითხვას. რომელიც დაკავშირებულია ვებ-საიტთან და კომპანიის პროდუქტებთან [5];

კომპანია Aetna-ს ვებ-გვერდზე მოთავსებული ვირტუალური ასისტენტი ანა, რომელიც ახალ მომხმარებლებს სთავაზობს 24-საათიან მხარდაჭერას საიტზე რეგისტრაციასთან დაკავშირებულ საკითხებზე, ასევე ესმარება მომხმარებლებს დაეიწვებული პროდუქტის აღდგენაში [6];

ვირტუალური ასისტენტი კამილა. რომელიც პოლონურ კომპანია archideko-ს წარმოადგენს. მას შეუძლია პროდუქტზე შეკვეთის მიღება და გაყიდვა [7].

ვირტუალური ასისტენტი ვერა პასუხობს მომხმარებლის შეკითხვებს აგრომანქანების დახვეწასთან დაკავშირებით და წარმოადგენს ცნობილ ნიდერლანდურ სადაზღვეო კომპანია Unive-ს [8];

ვირტუალური ასისტენტი ევა წამყვანი სკანდინავიური ავიაკომპანიის დანიურ ვებ-გვერდზეა მოთავსებული და ის პასუხობს კლიენტების შეკითხვებს ფრეიზებთან დაკავშირებით [9];

ისიდორა – ვირტუალური ასისტენტი (ვიდეო აგენტი), რომელიც მსოფლიოში ერთ-ერთ უმსხვილეს სასურსათო კომპანია Kraft Foods-ს წარმოადგენს [10].

ელენე – ვირტუალური ასისტენტი, რომელიც მსოფლიოში უდიდეს ენერჯოკომპანია E.ON-ს წარმოადგენს. მას შეუძლია უპასუხოს ამ კომპანიის, მისი პროდუქციისა და მომსახურების შესახებ დასმულ ყველა შეკითხვას [11].

- ლისა – Pepsi-ს ვირტუალური წარმომადგენელი. ის პასუხობს კომპანიის პროდუქტებთან დაკავშირებულ ყველა საკითხს [12].

ზემოთ მხოლოდ რამდენიმე ვირტუალური ასისტენტზე ვისაუბრეთ. სინამდვილეში მათი რაოდენობა საკმაოდ დიდია და უნდა ვივარაუდოთ, რომ მომავალში კიდევ უფრო გაიზრდება. ასევე აღვნიშნავთ, რომ მათ იყენებენ არა მხოლოდ ბიზნესში, არამედ განათლების სფეროშიც.

მსგავსი ტიპის კომუნიკაციური ტექნოლოგიის დანერგვა ქართული კომერციული კომპანიების ვებ საიტებზე საინტერესო სიახლე იქნებოდა, ამასთანავე, ის იქნებოდა კარგი რეკლამის გაკეთების და კლიენტებთან ურთიერთობის ერთ-ერთი მარტივი, მოხერხებული და იაფი საშუალება.

ლიტერატურა

1. A. Turing. Computing Machinery and Intelligence.
<http://www.loebner.net/Prizef/TuringArticle.html>
2. <http://www.ikea.com/us/en/catalog/categories/departments/cooking/15938/>
3. <http://en.wikipedia.org/wiki/SmarterChild>
4. <http://www.kaspersky.com/de/heimanwender-support/lena/>;
5. http://www.chatbots.org/virtual_assistant/krzysztof1
6. http://www.chatbots.org/virtual_assistant/ann/;
7. http://www.chatbots.org/virtual_assistant/kamila/;
8. http://www.chatbots.org/virtual_assistant/vera/;
9. http://www.chatbots.org/virtual_assistant/eva4/
10. http://www.chatbots.org/virtual_assistant/isidora/
11. http://www.chatbots.org/virtual_assistant/ellen/
12. http://www.chatbots.org/chatterbot/lisa_pepsi/

Tea Todua, Tamar Todua

Verbal Communication Techniques in Business

The paper discusses the usage of speaking programs (chatbots) in the field of business issues. Such programs integrated in Internet shops, serve as effective remedy of simplification of structure of portals and simplifications of access for not qualified users, simultaneously reducing working load of the staff.

Implementation of such technology on the web sites of Georgian commercial companies would be an interesting novelty, at the same time, it would make a good advertising and will be a very simple, convenient and cheap way of communication with clients.

Tea Todua, Tamar Todua

Вербальные коммуникативные технологии в бизнесе

В Работе рассматриваются вопросы использования программ-собеседников (chatbots) в бизнесе. Чат-боты, интегрированные, например, в интернет-магазины, служат эффективным средством упрощения структуры порталов и упрощения доступа для неквалифицированных пользователей, одновременно уменьшая нагрузку на персонал.

Внедрение таких программ на вебсайты грузинских коммерческих компаний было бы интересной новинкой, в то же время, это было бы хорошей рекламой и также очень простым, удобным и экономичным средством для коммуникаций с клиентами.

ნ. კოტეტიშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ფასიანი ქაღალდების განვითარებული ბაზრები

სახაზინო ვაღდებულებები, ფასიანი ქაღალდები, საფონდო ბირჟა, სააქციო ბაზარი, ვაჭრობა

საფინანსო სისტემა ყველა ქვეყნის ეკონომიკაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. იგი წარმოადგენს ერთგვაროვან არსს, რომლის მეშვეობითაც სხვადასხვა ეკონომიკური აგენტების დანაზოგებისა და ჭარბი ფულადი სახსრების ინვესტიციების ფორმით ეკონომიკაში დაბანდება ხდება.

საქართველოში ფუნქციონირებდა ორგანიზებულ ბაზრებს განეკუთვნება: სახაზინო ვაღდებულებების პირველადი აუქციონი პირველადი აუქციონი, ბანკოაშორისი საკრედიტო რესურსების აუქციონი, სახაზინო ვაღდებულებების მუდრადი ბაზარი და საქართველოს საფონდო ბირჟა.

საქართველოს საფინანსო სისტემის მონაწილენი პირობითად შეიძლება დაეყოთ ორ სექტორად:

1. სამეურნეო აგენტებად (მოსახლეობა, კომპანიები, მთავრობა და საგარეო სექტორი)

2. ფინანსურ შუამავლებად (კომერციული ბანკები, სადასაღვეო და საბროკერო კომპანიები, საპენსიო ფონდები, საინვესტიციო კომპანიები).

საფინანსო ბაზარზე ძირითად ფინანსურ შუამავლებად კომერციული ბანკები, სადასაღვეო კომპანიები და საბროკერო ფირმები გვევლინება. სისტემის ყველაზე დიდი კომპონენტი საბანკო სფეროა.

საქართველოს საფინანსო სისტემაში მოქმედი ძირითადი ინსტრუმენტებია: კომერციულ ბანკებში განთავსებული დეპოზიტები, კომერციული ბანკების სესხები, სახელმწიფოს მიერ ემიტირებული მოკლევადიანი ფასიანი ქაღალდები (სახაზინო ვაღდებულებები) და კორპორაციული აქციები.

ფასიანი ქაღალდების ბაზარი წარმოადგენს საშუალებას რისი მეშვეობითაც კაპიტალის ბაზრების მონაწილეები უკავშირდებიან ერთმანეთს რათა მოახდინონ მათ ხელს არსებული ფინანსური აქტივების (ფინანსური ქრის არის პრეტენსიის უფლება რეალურად არსებულ რაიმე მატერიალურ თუ არამატერიალურ აქტივზე) ყიდვა-გაყიდვა. დღესდღეობით განვითარებული ფასიანი ქაღალდების ბაზრების მახასიათებელი ის არის რომ მათ არ სჭირდებათ სპეციალური ადგილი ფუნქციონირებისთვის, თუმცა არსებობს ტრადიციული საფონდო ბირჟები, როგორცაა ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟა. არც რაიმე მატერიალური დასტურის ფლობა აუცილებელი რათა ფასიანი ქაღალდის მესაყურე გახდეს. ყველა ტრანსაქცია ელექტრონულად სრულდება და აღირიცხება.

პირველ რიგში ბაზრის ყველა მონაწილისათვის აუცილებელია მომხდარ ტრანსაქციებზე დროული და აკურატული ინფორმაცია, რათა მან შეაფასოს სიტუაცია და მიიღოს ინფორმირებული და დროული გადაწყვეტილება.

დახვეწილი ბაზრის მეორე მახასიათებელი ლიკვიდურობაა, რაც გულისხმობს ფინანსური აქტივების ფულად გადაქცევის სისწრაფეს გონივრულ ვახად. ლიკვიდურობა მითითებს ფასის განგრძობადობას, ანუ ყოველი მომდევნო ვაჭრობა წინასთან მიხედვით ფასში უნდა განხორციელდეს, რასაც ხელს უწყობს ბაზრის სიღრმე ფინანსური ინსტრუმენტების ყიდვის და გაყიდვის ბევრ პოტენციურ მსურველს.

დახვეწილი ბაზრის კიდევ ერთი მახასიათებელი დაბალი ტრანზაქციული ხარჯებია. ანუ გარიგების ფასის რა წილი მიაქვს ბაზარს შუამავლობაში.

და ბოლოს, თვისება რაც დახვეწილ ბაზარს უნდა ახასიათებდეს არის ინფორმაციული ეფექტურობა, რაც გამოიხატება ფინანსური აქტივის ფასში მის შესახებ არსებული ყველა საჯარო ინფორმაციის ასახვით და ამ პროცესის სისწრაფით.

ფასიანი ქაღალდების პირველად ბაზარზე ხდება მთავრობისა და კომპანიების მიერ კაპიტალის მოსაძიებლად გამოშვებული ობლიგაციების და ან აქციების გაყიდვა.

სახელმწიფო ობლიგაციები ფიქსირებული შემოსავლიანობის მქონე ინსტრუმენტს განეკუთვნება. მოკლევადიანი სახელმწიფო ობლიგაციები 1 წლამდე პერიოდისთვის გამოდის და როგორც წესი მისი ნომინალური ღირებულების ე.წ. დისკაუნტში იყიდება ხოლო მომწიფების მომენტში აბრუნებს ნომინალს. გრძელვადიანი სახელმწიფო ობლიგაციები საპროცენტო განაკვეთიანი ფასიანი ქაღალდებია და მათი ვადიანობა ორიდან ორმოცდაათ წლამდე მერყეობს. ხოლო ინვლანსში არსებობს სახელმწიფო ობლიგაციები, რომლებიც ძირს არასდროს აბრუნებენ და მხოლოდ სარგებელს იხდიან უსასრულოდ, მათ „მუდმივი რენტა“ ეწოდებათ.

კორპორატიული ობლიგაციების ბაზარი გაცილებით მრავალფეროვანია და მისი სახლგარი ფინანსური შუამავლების ფანტასიაზე ვადის. კორპორატიული ობლიგაციები არსებობს როგორც მოკლევადიანი ასევე გრძელვადიანი. უსურნეულყოფილი ან არაუსურნეულყოფილი, ფიქსირებული ან ცვალებადი შემოსავლიანობის, უკუშესყიდვადი ან უკუშესყიდვადი. სხვა ფინანსურ ინსტრუმენტზე გაცილებით და ა.შ.

საწილო კაპიტალის სააქციო ბაზრები ფასიანი ქაღალდების ბაზრის ერთ-ერთი უმსხვილესი და მნიშვნელოვანი ნაწილია. კომპანიის აქცია წარმოადგენს უფლებას მის მიერ გენერირებულ მოგებასა და აქტივებზე კრედიტორების დაკმაყოფილების შემდეგ. კომპანიები უშვებენ აქციებს და ელდონ თავისუფალ ბაზრებზე რათა მიიძიონ დამატებითი კაპიტალი ბიზნეს აქტივობის ზრდისათვის. აქციები შეიძლება გაიყიდოს როგორც საჯაროდ ასევე კერძო განთავსების გზით. დღესდღეისობით საქართველოში აქციების გლობალური პირველადი საჯარო შეთავსების წარმატებული მაგალითია „საქართველოს ბანკის“ ლონდონის საფონდო ბირჟაზე კოცირება.

ფასიანი ქაღალდების მეორად ბაზრებზე ვაჭრობაშია კომპანიების და მთავრობის მიერ გამოცემული ფინანსური ინსტრუმენტები. იმ განსხვავებით რომ ამ შემთხვევაში ტრანზაქცია ხორციელდება ექვე არსებულ მფლობელს და პოტენციურ მყიდველს შორის და გარიგების ფასი მისდის არა აქციის გამომშვებ კომპანიას ან მთავრობას, არამედ ფასიანი ქაღალდის მფლობელს.

ფასიანი ქაღალდების მეორადი ბაზრები უმნიშვნელოვანესია. რადგან ისინი უსურნეულყოფენ აქციების ლიკვიდურობას, რის გარეშეც მათზე ნაკლები მოთხოვნა იქნებოდა.

მეორადი ბაზრები ასევე მნიშვნელოვანია კომპანიისთვის რომელიც ფასიან ქაღალდებს უშვებს, რათა დაადგინოს ფასის ორიენტირი მისი უკვე არსებული ან მსგავსი კომპანიის აქციების მეორადი ბაზრის საშუალებით. კომპანიამ საკმარის მკაცრი მოთხოვნები უნდა დააკმაყოფილოს რათა განვითარებულ საფონდო ბირჟაზე მოხედეს.

მეორადი ბაზრების თვალსაზრისით მაგალითებია ნიუ-იორკის, ტოკიოს და ლონდონის საფონდო ბირჟები, თუმცა მოწინავე კაპიტალის ბაზრების გაჯერება ხელს უწყობს განვითარებადი ბაზრების აღმოცენებას და

არანაკლებ მიზიდველს ხდის რუსეთის, ჩინეთის, აღმოსავლეთ ევროპის და ასიის ბაზრებს.

ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე ვაჭრობის უდიდესი წილი საფონდო ბირჟების საშუალებით ხდება, სადაც მონაწილეები არიან ე.წ. ბაზრის შემქმნელები, ბროკერ დილერები და კლიენტები. ბაზრის შემქმნელები ყიდულობენ და ყიდიან ბროკერ დილერებს, რომლებიც თავის მხრივ, კლიენტებს ემსახურებიან.

განვითარებულ ბაზრებზე კლიენტებს აქციების ყიდვა შეუძლიათ ერთგვარი სწრაფი სესხით ბროკერისაგან – ე.წ. ლევერიჯით ან მარჯინით.

ზოგიერთ ბაზარზე კი ინვესტორს შეუძლია მოგება ნახოს არამარტო აქციის ფასის სრდიდან არმედ ვარდნიდან, რაც ამ აქციის სესხებას, მის გაყიდვას, შემდგომში მის ყიდვას და ჩასესხებას გულისხმობს.

როდესაც ინვესტორი მრავალი ტიპის და კომპანიის ფასიანი ქაღალდს ფლობს, მისთვის ძნელია ყველაფერზე თვალყურის დევნება. ფასიანი ქაღალდების ბაზრის ინდექსები სწორედ იმისათვის იქმნება რათა მათ მოახდინონ ბაზრის ან მისი რომელიმე კომპონენტის რეკლიკაცია.

არსებობს რამოდენიმე ტიპის ინდექსი, მაგრამ ზოგადად რომ ეთქვათ ინდექსში რომლის რეკლიკაციის მიზანია მთლიანად ბაზრის მიბაძვა. ჰიპოთეტურად შედის ბაზარზე არსებული ყველა სექტორის და ინდუსტრიის წარმომადგენელი კომპანიების აქციები (არა ყველა აქცია, არამედ ყოველი სექტორიდან რამოდენიმე სამიზნით აქცია) მათი კაპიტალიზაციის პროპორციულად და საბოლოოდ იკრება პორტფელი, რომელიც ასახავს ბაზარზე მომხდარ გლობალურ ცვლილებებს.

ინდექსებს იყენებენ რათა გაიზომონ სააქციო ბაზრის შემოსავლიანობა და შეადარონ კონკრეტული აქციის შემოსავლიანობას მოცემული რისკის დონეზე.

ინდექსებს ასევე იყენებენ მათი მიხედვით რეალური სააქციო პორტფელის შესაქმნელად და მათი მუშეობით საბაზრო შემოსავლიანობის მისაღებად.

ინდექსებს აგრეთვე იყენებენ ტექნიკური ანალიტიკოსები, რომლებიც ისტორიული ინფორმაციით და სხვადასხვა რიცხვობრივი სტატისტიკით ცდილობენ ბაზრის მომავალი ცვლილების განჭვრეტას.

დღესათვის ყველაზე ცნობილი ინდექსებია დოუ ჯონსის ინდუსტრიული საშუალო ინდექსი.

ფასიანი ქაღალდის შერწყმის ორი მეთოდი არსებობს: ე.წ. 1) სამსაფეხურიანი ზევიდან ქვევით და 2) ქვევიდან ზევით.

პირველი მეთოდი გულისხმობს ქვეყნების მაკროეკონომიკური სიტუაციის, სექტორების და ინდუსტრიების, კომპანიების ანალიზს და ამ ანალიზის საფუძველზე პერსპექტიულ ქვეყანაში და ინდუსტრიაში მოღვაწე კომპანიების აქციების შერჩევას, ხოლო მეორე მეთოდი, მიუხედავად ინდუსტრიული თუ მაკროეკონომიკური სიტუაციისა, გულისხმობს ისეთი კომპანიების შერჩევას, რომელთა აქციები შედარებით არასაკმარისადაა შეფასებული სხვა მსგავსი კომპანიების აქციებთან შედარებით.

აქციის შერჩევის პირველი – სამსაფეხურიანი მეთოდი განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს. მასში გათვალისწინებულ ფაქტორები ქვემოთ განიხილება:

ქვეყნის მონეტარული და ფისკალური პოლიტიკა განსასჯერავს მის ეკონომიკას. ფისკალური პოლიტიკის ნაბიჯები როგორცაა გადასახადების შემცირება და სახელმწიფო ხარჯვის ზრდა ძლიერ სტიმულს აძლევს ეკონო-

მიკას. ასევე ვინაიდან მონეტარული პოლიტიკა განსაზღვრავს საპროცენტო განაკვეთების დონეს, მასაც დიდი გავლენა აქვს ეკონომიკასუ. ეკონომიკურმა ანალიზმა ასევე უნდა მოიცავს ინფლაციას.

თუ მაკროეკონომიკური სიტუაცია სტაბილური და პერსპექტიულია, მაშინ კაპიტალი ამ ქვეყნის სააქციო ბაზრისკენ უნდა მიიმართოს, ხოლო თუ სიტუაცია არასახარბიელოა, კაპიტალი ქვეყნის ნაკლებრსკიან ინსტრუმენტებში უნდა წაიდოს.

მეორე ფაქტორი, ანუ ინდუსტრიის გავლენა გულისხმობს ინდუსტრიების ანალიზს და ისეთის იდენტიფიკაციას, რომელიც უახლოეს მომავალში აუკლებდა. ამ შემთხვევაში აუცილებელია განეხილოთ ციკლური და არაციკლური კომპანიები, რადგან ეს უკანასკნელი არ რეაგირებს მაკროეკონომიკურ ცვლილებებზე. გასათვალისწინებელია აგრეთვე დემოგრაფიული ფაქტორები და ინდუსტრიაში არსებული კომპანიების ბაზრის ადგილობრივობა თუ გლობალურობა.

პერსპექტიული ინდუსტრიის განსაზღვრის შემდეგ მასში მოღვაწე კომპანიები უნდა განალოზღვს ფინანსური ინდიკატორების და მოხალაღწერილი ფულადი ნაკადების მიხედვით. გადამწვევები როლი ენიჭება არა კომპანიის არსებულ და/ან წარსულ წარმატებულობას. არამედ მომავალში მოხალაღწერილ ცვლილებებს, რათა აირჩეს ინდუსტრიაში საუკეთესო ინვესტიციის ალტერნატივა. მას შემდეგ რაც ანალიზი გაკეთდება, აქციის ფაქტორი ფასი უნდა შედარდეს ანალიზის შედეგად მიღებულ ფასს და თუ ეს უკანასკნელი მეტია ან ტოლი პირველის, მაშინ მოხდეს მოცემული კომპანიის აქციების შეძენა. გასათვალისწინებელია ის გარემოეცა, რომ აწმყო დროში კარგი კომპანიის აქციის ყიდვა შეიძლება არც ისე კარგი ინვესტიცია იყოს. რადგან კარგ კომპანიას ბაზარი როდორც წესი სულმეტად ანუ პრემიუმში აფასებს. საწინააღმდეგეო შეიძლება ითქვას მოცემული მომენტისათვის წარუმატებელ კომპანიაზე, რომლის აქცია ეწ. დისკონტში იყიდება. შეიძლება კარგი ინვესტიცია იყოს თუ მისმა მენეჯმენტმა საბაზრო პერსპექტივები აუქციურად გამოიყენა.

ზემოთ განხილული პროცესის რეალურობა მრავალმა კვლევამ დაადასტურა. კერძოდ კვლევებმა აჩვენა, რომ არსებობს კანონზომიერება მაკროეკონომიკურ სიტუაციასა და კომპანიების მოცუბას, კომპანიების აქციების ფასების ცვალებადობასთან და აქციების შესახალაღწერილობაზე.

ამ პროცესით მიღებული საინვესტიციო გადაწვევები გეკარნახობს თუ რომელი ქვეყნების ეკონომიკაში დაებადნოთ ფული, რომელ ინდუსტრიაში და ამ ინდუსტრიაში მოღვაწე კომპანიაში გაგანაწილოთ ეს ფული და რა პროპორციით გაგანაწილოთ ინვესტიცია აქციების, ობლიგაციების და სხვა ინსტრუმენტებს შორის.

მიუხედავად იმისა, რომ ზემოთ აღწერილი მეთოდი უმეტესი პოპულარობით სარგებლობს, ამ მეთოდსაც თავისი მიმდევრები ჰყავს. ეს მეთოდი გულისხმობს კომპანიაში ისეთი პოზიტიური ფაქტორების პოვნას. რომლებიც ბაზრის მიერ შეუმჩნეველი ან არასაკმარისად დაფასებულია ინდუსტრიაში მოღვაწე სხვა კომპანიებთან შედარებით. შედეგად მოხალაღწერილია, რომ გარკვეულ პერიოდში ბაზარი აღმოფხვრის ამ ხარვესებს და ეს ცვლილება ფასშიც აისახება.

მიუხედავად იმისა, რომ ეს მეთოდი საკმაოდ ლოგიკური და გონიერულია წინა მეთოდში განხილული ფუნდამენტალური ფაქტორების გათვალისწინების გარეშე, ფასიანი ქაღალდის შერწყვა მაინც არასრულყოფილი იქნება.

ზოგადად ნებისმიერი ფინანსური აქტივის შეფასების სრულყოფილ ხერხად დისკონტრებული ფულადი ნაკადების მეთოდი ითვლება. ამ მეთოდის გამსაყენებლად საჭიროა ორი კომპონენტი: აქტივის მიერ გენერირებული მომავალი ფულადი ნაკადები და მოცემულ აქტივზე მოთხოვნილი შემოსავლიანობის განაკვეთი.

ფულად ნაკადებში იგულისხმება ნებისმიერი შემოსავლები, რომელიც ინვესტორს ფულადი სახით გადაეცემა ფინანსური აქტივის ფლობის შედეგად. იქნება ეს დივიდენდი, საპროცენტო შემოსავალი თუ რეალიზებული კაპიტალური მოგება.

უმნიშვნელოვანესი როლი ენიჭება ფულადი ნაკადების მოძრაობას დროში, რადგან ფულს აქვს დროითი ღირებულება და ინვესტორისათვის ალტერნატიული გამოყენების საშუალება გააჩნია.

ნებისმიერ ინვესტიციაზე მოთხოვნილი შემოსავლიანობის განაკვეთი განისაზღვრება კუონომიკის რეალური ურისკო განაკვეთით, ინფლაციით და ამ ინვესტიციაზე რისკის პრემიუმით.

ფასიანი ქაღალდების ბაზრის ფორმირებისა და ფუნქციონირების, მისი საქმიანობის რეგულირების უზრუნველსაყოფად აუცილებელია ღონისძიებათა კომპლექსის განორციელება, სახელდობრ:

საფონდო ბირჟის განვითარების ქართულ მოდელს საფუძვლად უნდა დაუკლდოს ამერიკული, კერმანული, იაპონური და სხვა მოდელები. რომელიც ხელს შეუწყობენ და სტიმულს მიცემენ საბანკო სექციალიზაციას ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე საინვესტიციო, საკლირინგო, საანგარიშწორებო და სხვა პროფესიონალური სახეების საქმიანობის გასაშლელად;

ფასიანი ქაღალდების ორგანიზებული ბაზრის ინფრასტრუქტურის შექმნას, მასში თანდათანობით საიმედო და ლიკვიდური კორპორაციული ფასიანი ქაღალდების ჩართვას;

ნორმატიული ბაზისა და ორგანიზაციული მექანიზმების სრულყოფას, რომლებიც ხელს შეუწყობენ ქვეყნის საფონდო ბირჟაზე უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას;

ერთიანი საფონდო ბირჟის ფორმირებისათვის აუცილებელია: ფასიანი ქაღალდების პირველადი განთავსების, ფასიანი ქაღალდების საკუთრების უფლების აღრიცხვის, ფასიანი ქაღალდების გარიგებათა ფულადი ანგარიშწორების, ფასიანი ქაღალდებზე საკუთრების რეალიზაციის ეფექტიანობის გარანტირების სისტემის შექმნა.

ამგვარად, ფასიანი ქაღალდების ბაზრის ჩამოყალიბების დაწყება რეფორმების უმნიშვნელოვანესი მიღწევაა, მაგრამ უნდა ვაღიაროთ, რომ ეს სექტორი ძალიან ნელა ვითარდება. ფინანსური მობილიზების საბაზრო სფეროებიდან საქართველოში შედარებით უკეთ არის განვითარებული სახელმწიფო ფასიანი ქაღალდების ბაზარი. კორპორაციული აქციების, იმთოყური ვალდებულებებისა და სათამაშუქო მიმოქცევის სფეროები განვითარების დონე ვერ უზრუნველყოფს წარმებაში ფინანსების სათანადოდ მოზიდვას. ფასიანი ქაღალდების ბაზრის თანამედროვე მოთხოვნების შესაბამისად განვითარების გარეშე, ქვეყნის კუონომიკის ინტენსიური განვითარება შეუძლებელი იქნება.

В резюме, ценные бумаги становятся объектом финансовой научной исследования, так как они уже стали неделимой частью функциональной переходной экономики, точнее особенной формой выявления денежных отношении.

Developed Stock Markets

As stocks are becoming a subject of research for science on finance, they have become an indivisible part of transition economy and a special form of finance relations.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ასათიანი რ. ფული და ფულადი სისტემები. თბილისი. 1996.
 2. გამსახურდია გ. ფინანსების როლი საქართველოს გარდამავალ ეკონომიკაში. თბილისი. 1997.
 3. გოგოხია რ. საბაზრო ეკონომიკა. თბილისი. 1996.
 4. 'სურაბაშვილი ე. საფინანსო პოლიტიკის 'სოციალური საკითხი საბაზრო ეკონომიკის ფორმირების პროცესში. თბილისი. 1996.
 5. კაკულია რ. ფინანსების 'სოციალური თეორია. თბილისი. 1998.
 6. რ. კაკულია, გ. ხელაია – ფულის მიმოქცევისა და კრედიტის თეორია. თბილისი. 2000.
- ერეკლიანი რ. ბანკები. ბირჟები და საფულეო ოპერაციები კაპიტალისტურ ქვეყნებში. ქუთაისი. 1993.
8. ცაავა გ. ფინანსები, კრედიტი. თბილისი. 1999.
 9. გრეგორი მენქიუ. ეკონომიკის პრინციპები. თბილისი. 2000.
 10. ლაშვილი შ. საბანკო სისტემების პრობლემები. პრაქტიკა, პრობლემები, პერსპექტივები. თბილისი. 2001.
 11. ქისტაური ლ. ფასიანი ქაღალდები: მათი გამოშვების მნიშვნელობა და შედეგები. ჟურნალი "ეკონომიკა" 1991. 11-12. 27-30.
 12. საქართველოს კანონი ფასიანი ქაღალდების შესახებ. თბილისი. 1999.
 13. Уильям Шарп и др. Инвестиции. М. 1998.
 14. Общая теория финансов. под ред. Л.А. Дробозинной М. 1991.
 15. Финансы. под ред. В.М. Родионовой. М. 1995.
 16. Банковское дело. под ред. О.И. Лаврушкина. М. 1999.

*თამაზ ნუცუბიძე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*

საინფორმაციო სივრცის გლობალიზაცია

მსოფლიოში არცერთ ქვეყანას არ შეუძლია ერთმანეთისაგან იზოლირებულიად არსებობა. გლობალიზაცია და დემოკრატია ქმნის ახალ პერსპექტივებს სხვადასხვა ქვეყნების, ერების, ცივილიზაციათა და კულტურათა ურთიერთობისათვის და ეს პროცესი შეუქცევადია.

XX საუკუნის დასასრული გამოირჩეოდა ტელეკომუნიკაციების, ტექნოლოგიების პროგრესული განვითარებით. ჩამოყალიბდა გლობალური საინფორმაციო სივრცე, რომელიც გახდა არა მარტო თეორიულად საინტერესო, არამედ პრაქტიკულადაც აუცილებელი.

როგორც რ. შვარცენბერგი აღნიშნავს, "პოლიტიკური კომუნიკაცია არის პოლიტიკური ინფორმაციის გადაცემის პროცესი, რომლის წყალობითაც

იგი მოძრაობს პოლიტიკური სისტემის ერთი ნაწილიდან მეორეში და ბრუნავს პოლიტიკურ სისტემასა და სოციალურ სისტემას შორის”.

ინტერნეტმა მოხსნა გეოგრაფიული შეზღუდვები, ეს მსოფლიოს კომპიუტერული ქსელია, რომელიც თითქმის ყველა ქვეყნის მილიონობით ლოკალურ და გლობალურ ქსელებს აერთიანებს.

თანამედროვე მსოფლიოსათვის დამახასიათებელია მსოფლიო ბაზრებისა და რეგიონული ეკონომიკური სტრუქტურების ინტეგრაცია. არა მხოლოდ განვითარებული, არამედ განვითარებადი ქვეყნებიც ახორციელებენ თავიანთი ეროვნული მეურნეობების რეფორმირებას სოციალური პრიორიტეტების შესაბამისად.

კომუნიკაცია გახდა აუცილებელი სასიცოცხლო მნიშვნელობის საქმე ნებისმიერი სისტემისათვის.

ეკონომიკური გლობალიზაცია მიმდინარეობს ტექნოლოგიების უწყვეტი, მუდმივად მზარდი განვითარების ფონზე. კომუნიკაციების სტრუქტურები პოლიტიკური სისტემის პარალელურად ვითარდება.

ამავე დროს გლობალური ინფორმაციული ქსელის, ინტერნეტის განხილვასთან ერთად კომპიუტერული დანაშაულის წინააღმდეგ ბრძოლა საერთაშორისო პრობლემა გახდა.

რეეოლოკური ცვლილებები მოხდა კომუნიკაციების გლობალური საშუალებების სამოყალიბების სფეროში. ამჟამად გლობალიზაცია განპირობებულია კომუნიკაციის საშუალებების ღირებულების შემცირებით. დღეისათვის ინტერნეტის ქსელით სარგებლობს დაახლოებით 400 მლნ ადამიანი და მათი რიცხვი დღითიდღე იზრდება.

თუ რამდენიმე წლის წინ შორ მანძილზე მოკლე ინფორმაციის გაგზავნას რამდენიმე დღე სჭირდებოდა და ღირებულებაც სოლიდური იყო, დღეს საუკეთესო ქსელებით ამავე მანძილზე ინფორმაციის გაგზავნას რამდენიმე წამი და უმნიშვნელო თანხა ესაჭიროება. ღირებულება თითქმის ათასჯერ დაეცა და სინქაურ 300 ათასჯერ გაიზარდა. სინქარის კოლონალიზამ სრულად და ამავე დროს ღირებულების შემცირებამ, ინფორმაციის უსწრაფესმა გადაამუშავებამ საშუალება მისცა ქვეყნებს ცხოვრების ყველა სფეროში მომავალი განვითარებისათვის.

ინტერნეტმა დაგვანახა, რომ ინფორმაციის შეგროვება, ინტერპრეტაცია და გაერცხლება აღარაა სახელმწიფო ექსკლუსიური პრეროგატივა.

დღეს ინტერნეტის გაერცხლება საქართველოში, ისევე როგორც მთელს მსოფლიოში, იძენს უფრო ბიზნესის სფეროს ინტერესებს, მათი სტიმულირება ხდება კომერციული ფირმების მიერ, რომლებიც კომპიუტერული ტექნიკისა და ინტერნეტის პროგრამებს ქმნიან.

ინტერნეტი, როგორც კომუნიკაციის ახალი ფორმა, მიზანმიმართულად ერთდროულად გამოასახიეებს როგორც ნეგატიურ, ისე პოზიტიურ თვისებებს. ჩვენ შეგვიძლია წამოვთვალოთ ინტერნეტით გლობალური ქსელის ფუნქციონირების პოზიტიური მომენტები, მაგრამ ჩვენ მიზანშეწონილად წავთვალებთ, შეიძლებისდაგვარად გადმოგვცეთ მისი მოქმედების ნეგატიური შედეგების შესახებ.

როგორც ექიმები და ფსიქოლოგები გვიმტკიცებენ, ადამიანის ნორმალური განწყობისათვის აუცილებელია მუდმივი კონტაქტი სულიერად ახლო მდგომ სოციალურ სფეროსთან.

მეცნიერების დაკვირვებით, ინტერნეტის მუდმივი შემოქმედება ადამიანზე იწვევს სოციალური აქტივობის დაქვეითებას, ინტერნეტთან ხანგრძლივი ჯდომა იწვევს დეპრესიას და მარტოობის გრძობას, აქ არა აქვს მნიშვნელობა, რა სახის ინფორმაციას იღებს იგი.

ამდენად, ინფორმაციის გაცვლის ტექნიკური საშუალებების წყალობით ინტერნეტი აქტიურად გამოიყენება საარჩევნო პროცესის წარმართვისათვის დღეს საარჩევნო ტექნოლოგიები არ არსებობს საკომუნიკაციო პროცესების გარეშე. ამავე დროს საარჩევნო ტექნოლოგია, როგორც საკომუნიკაციო შემოქმედება, მანიპულაციის საუკეთესო საშუალებაა, რომლის მეშვეობითაც კანდიდატი და მისი პოლიტიკური პარტნიორები ელექტორატის მართვას – სასურველი პოლიტიკური ქმედების შესასრულებლად.

ი. ი. პოლიტიკური ტექნოლოგიები ელექტორატის სასურველ ქცევას წარმართავენ. როგორც ჩვენთან, ასევე მთელ რიგ მსოფლიოს ქვეყნებში ჩატარებული არჩევნების პრაქტიკა ცხადყოფს, რომ არჩევნებზე გამარჯვება მიიღწევა არა ღია კონკურენტუნარიანობით, არამედ ამომრჩეველებზე მანიპულირების გზით. დღეს ფართოდ გაიფიქრებოდა ტერმინები: “ჭეუჭიანი ტექნოლოგია”, “შაუი პიარი”, “ანტიტექნოლოგია” და სხვა კიდევ მრავალი...

ყურადღებას იპყრობს კომიუტერის გამოყენება პოლიტიკური ბრძოლის ასპარეზზე. აქ საუბარია ინტერნეტსაიტებზე კომპრომატების დადების სისწრაფისა და ოპერატიულობის შესახებ. რიგ შემთხვევაში, ასეთი ინფორმაცია დაუსუსტებელია ყალბია, მაგრამ მას ვერაფერ იტაცებენ მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები გასაუფრევლებლად. რაც გამაყრცხლებულს არაკეთილსინდისიერ პარტიას, კანდიდატს სახტარტოდ განსაკუთრებულ უპირატესობას ანიჭებს. ინტერნეტის სპეციფიკა იმაშია, რომ დადებულ ხაიტს არაპყავს მასუხისმგებელი პირი, ქალაქი, ქვეყანა. სიტყვის თაბისუყლება, ანონიმურობა, რომელიც მთავარი პრინციპია აღნიშნული ხაიტისა. არასდროს ირღეკვა.

ინტერნეტი კომუნიკაციის ორგანიზებისას ქმნის ახალ ენობრივ საინფორმაციო მახასიათებლებს, მიმართულს ანგლოერობრივ ექსპანსიასზე. თანმიმდევრულად შემოვიდა ჩვენს საყოყლდრო სიტყვიერებაში სიტყვები, როგორცაა “კომიუტერი”, “ბიზნესი”, “მენეჯმენტი”, “მარკეტინგი” “ოფისი”, “კონსალტინგი” და ა. შ.

რა თქმა უნდა, აქ არის თავისებურებანიც. ჩვენ უნდა გამოყოყლო რეალობიდან, დღესდღეობით აში გვეყლინება. როგორც მსოფლიოს წამყვანი ქვეყანა სამეცნიერო-ტექნიკურ, საფინანსო, ეკონომიკურ, სამხედრო სფეროებში, მასობრივ-საინფორმაციო ტექნოლოგიებში. ინტერნეტის მომხმარებელი ძირითადად მსოფლიოში ანგლო-ამერიკელი კულტურის მატარებელია.

აქედან ჩვენ შეგვიძლია დავასკენათ, რომ თანამედროვე მსოფლიო კულტურა გლობალიზაციის ეპოქისა, უმეტეს ხარისხში ამერიკანოცენტრისტულია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. თ. ნუცუბიძე – გლობალიზაცია და დემოკრატია. ეურნ. ხელისუყლება და სასოგადოება. №4 (12), თბ. 2010 წ.
2. ბერძენიშვილი – პოლიტიკური სოციოლოგია. თბ. 2001 წ.
3. კ. კუტუბიძე – სახელმწიფო სუვერენიტეტი და გლობალური ინტერესები. თბ. 2002 წ.
4. რ. ოთინაშვილი – ეკონომიკური უსაფროხოება. თბ. 2005 წ.
5. ჯიჯუიშვილი – პოლიტიკური ტექნოლოგიები. თბ. 2009 წ
6. Воробьев К. А. – Социология. М. 2005 г.
7. Волгин Н. А. – Социальная политика. М. 2005 г.
8. Пирогов А. И. – Политическая психология. М. 2005 г.
9. Доклад о развитии человека М. 2004 г. (ПРООН)
10. Шаран П. – Сравнительная политология. М. 1992

11. Шварценберг Р. – Политическая социология. М. 1992 г.
12. Г. Аммонд, Г. Паул, К. Стром, Г. Далтон – Сравнительная политология сегодня. М. 2005 г.
13. Е. Хейвуд – Политология. М. 2005 г.

Тамаз Нуцубидзе

Грузинский технический университет

Глобализация информационного пространства

Резюме Ни одна страна в мире не может существовать изолированно от всего мира. Глобализация и демократия создает новые перспективы для взаимоотношений различных стран, наций, цивилизаций и культур и этот процесс необратим.

Конец XX века отличался прогрессивным развитием телекоммуникаций, технологий. Образовалось глобальное информационное пространство, ставшее не только теоретически интересным, но и практически необходимым.

Революционные изменения произошли в сфере формирования глобальных средств коммуникации. Если несколько лет назад для отсылки короткой информации на дальние расстояния требовалось несколько дней, да и стоимость была достаточно солидной, сегодня для отсылки информации на такое же расстояние посредством лучших сетей, требуется всего несколько секунд и незначительная сумма. Стоимость снизилась почти в тысячу раз, а скорость возросла в 300 тысяч раз. Колоссальное увеличение скорости и, в то же самое время, уменьшение стоимости, мгновенная переработка информации дали возможность странам для дальнейшего развития во всех сферах жизни.

Благодаря техническим средствам обмена информации, интернет активно используется в избирательном процессе. Таким образом, сегодня избирательные технологии не существуют без коммуникационных процессов. Вместе с тем, избирательные технологии, как коммуникационное воздействие, являются наилучшим средством манипуляции, посредством чего кандидат или его политтехнолог осуществляют управление электоратом – для осуществления желаемого политического действия.

Обращает внимание применение компьютера на поприще политической борьбы. Речь идет о скорости и оперативности размещения на интернет сайтах компроматов. В ряде случаев подобная информация непроверенная – ложная, однако ее мгновенно подхватывают средства массовой информации с целью распространения, что распространяющей ее недобросовестной партии, кандидату, дает стартовое преимущество.

При организации коммуникации интернет создает новые языковые информационные характеристики, направленные на англоязычную экспансию. В нашу повседневную жизнь последовательно вошли такие слова, как «компьютер», «бизнес», «менеджмент», «маркетинг», «офис», «консалтинг» и т.д.

Конечно, здесь есть и особенности. Мы должны исходить из того, что в настоящее время США является ведущей страной в мире в научно-технической, финансовой, экономической, военной сферах, в массово-информационных технологиях. Пользователь интернета в мире, в основном, является носителем англо-американской культуры.

Из этого можно заключить, что современная мировая культура эпохи глобализации, в основном, - *американоцентристская*.

Prof. Tamaz Nutsubidze

Globalization of Information Space

Revolutionary changes have taken place in the field of founding the global facilities of communications. Via technical facilities of information exchange, internet is used actively for conducting election process. Internet creates new lingual information characteristics of communication organization that are directed to non-lingual expansion. Words like "computer", "business" "management", "marketing", "office", "consulting" and so on entered our daily life.

ნინო პეტრიაშვილი
ილიას უნივერსიტეტი

ვერბალური კომუნიკაციის როლი კონფლიქტის მოგვარებაში

ვერბალური კომუნიკაცია, სამეტყველო ქცევა, თანამშრომლობა, კონფრონტაცია

პიროვნებათშორისი კომუნიკაცია მხოლოდ სიტყვათა გადაცემისა და მათი აღქმის საშუალება როდია. სიტყვები მნიშვნელობას იძენენ სამეტყველო და არავერბალურ საშუალებებთან ერთად. ისინი აძლიერებენ სიტყვებს და განსხვავებულ მნიშვნელობის ანიჭებენ მათ.

რთულია იყო კომუნიკაციურად კომპეტენტური. ეველასუ ყარათო გაგებით კომპეტენტურობა ურთიერთობაში გულისხმობს ადამიანის ორიენტაციას საკუთარ თავში, თავისა თუ ოპონენტის ფსიქოლოგიურ პოტენციალში. ამა თუ იმ სიტუაციათა თუ დასახულ ამოცანაში, როგო ფსიქოლოგიების აზრით, პიროვნების კომუნიკაციური კულტურის შესახებ შეიძლება ვისაუბროთ როგორც შემდეგ თავისებებათა სისტემასუ:

1. შემოქმედებითი აზროვნება;
2. მეტყველების კულტურა;
3. თვითმომართვის კულტურა და საკუთარი მდგომარეობის ფსიქოლოგიური რეგულაცია;
4. ექსტრემისა და მოძრაობის პლასტიკის კულტურა;
5. პარტნიორის კომუნიკაციურ ქმედებათა აღქმის კულტურა;
6. ემოციათა კულტურა.

თუქცა, ენა, თავისთავად კომუნიკაციის ძირითადი კომპონენტია. კომუნიკაციის თეორიის თანახმად, მეტყველება ერთეულ საერთო კომუნიკაციურ აქტში და ავლენს ეველასუ ყარათო კომუნიკაციურ მახასიათებლებს:

- მეტყველება არის კომუნიკაციური კულტურისა და საერთოდ კულტურის ნაწილი;
- მეტყველება ხელს უწყობს კომუნიკანტის სასოგადოებრივი როლის ფორმირებას;
- მეტყველების საშუალებით ხორციელდება კომუნიკანტების ორმხრივი სასოგადოებრივი აღიარება;
- ვერბალურ კომუნიკაციაში იქმნება სოციალური მნიშვნელობები.

ვერბალურ კომუნიკაციაში სიტყვები არ არის მხოლოდ საგნებისა და ცნებების აღმნიშვნელ ნიშანთა სისტემა. ის აუცილებელი პირობაა ადამიანთა უოფისა, რომლის გარეშეც შეუძლებელია სრულყოფილი ფორმირება არა მარტო ადამიანის ცალკეული ფსიქიკური ფუნქციებისა, პროცესებისა და თვისებებისა, არამედ პიროვნებისა მთლიანობაში. ურთიერთობა სასოგადოებრივი საქმიანობის საშუალებას იძლევა და ამდიდრებს მას ახალი კავშირებითა და დამოკიდებულებებით.

მაშინ როდესაც კომუნიკაციას ასეთი მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია ადამიანთა ცხოვრებაში, ეფიქრობთ, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ვერბალურ კომუნიკაციებს კონფლიქტის მოგვარების გზების შესასწავლად. ამიტომ მნიშვნელოვნად მიგვანინა კონფლიქტის შესწავლა ლინგვისტური კუთხით.

ყურადღება გაამახვილეთ ადამიანის სამეტყველო ქცევაზე, რომელიც მიზანიმართულია პოტენციურ და რეალურ კონფლიქტურ სიტუაციებზე. ადამიანთა უნარი არეგულირონ ურთიერთობები მეტყველების საშუალებით ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში, მათ შორის ყოველდღიურშიც, კრიტიკულად მნიშვნელოვანია დღესდღეობით. დიდი ფილოსოფოსი ლუდვიგ ფონ ვიტგენშტეინი ამბობდა, რომ ენის საზღვარი სამყაროს საზღვარია“ და მართლაც, რაც მეტი სიტყვა იცის ადამიანმა, მით მაღალია მისი სამეტყველო კულტურა. ეღუარდ საყირისა და ბენჯამენ ლი უორფის თანახმად კი, ენა სემოქმედების ადამიანის ქცევაზე, განსაზღვრავს მის რეალობას და პირიქით, ადამიანის რეალობა სემოქმედებს ენაზე.

ერთი შეხედვით, მეტყველების საშუალებით ინფორმაციის გადაცემისას ექვლაზე ნაკლებად იკარგება შეტყობინების აზრი. თუმცა, ამას თან უნდა ახლდეს კომუნიკაციური პროცესის მონაწილეთა მხრიდან სიტუაციის გაგების ერთობლიობის მაღალი ხარისხი. ჩვენ მიერ საკითხის შესწავლა გეინვენებს, რომ ხშირად, კონფლიქტის მიზეზი ცოცხალ ურთიერთობაში წარმოშობილი გაუგებრობაა.

აღნიშნული პრობლემის აქტუალობა განისაზღვრება იმით, რომ ვერბალური კომუნიკაციის მნიშვნელობა კონფლიქტის მშვიდობიანი მოგვარებისათვის დღესათვის არ არის გამოკლებული და შესწავლილი.

გამოკვლევების თანახმად, ადამიანის ყოველდღიურ კომუნიკაციურ აქტში სიტყვები შეადგენენ 7%, ბგერები და ინტონაციები 38%, არასამეტყველო ურთიერთსემოქმედება 55%.

როგორც ენას, ისე მეტყველებას ახასიათებს კონფლიქტოგენური თვისებები, რომლებიც მომხმარებელს კონფლიქტური ურთიერთქმედებისკენ უბიძგებენ. კომუნიკაციური აქტი პოტენციურად კონფლიქტურია, ნებისმიერი გამოწვევაში მოიცავს გაუგებრობის ან ორპირთა უთანხმოების პოტენციალს. ამ საკითხთან დაკავშირებით უნდა განვიხილოთ სამეტყველო ქცევის სხვადასხვა ტიპები.

რადგან უთანხმოება ორ მხარეს შორის ექვლაზე ხშირად ვერბალურ, სამეტყველო დონეზე ხორციელდება, აქტუალური ხდება მსგავსი ურთიერთქმედების მონაწილეთა სამეტყველო ქცევის შესწავლა მოცემული წინააღმდეგობების გამოხატვის საშუალებებისა და ხერხების თვალსაზრისით.

გეინდა წარმოუადგინოთ ლინგუოკონფლიქტოლოგიაში არსებული ერთ-ერთი კლასიფიკაცია სამეტყველო ქცევისა და არსებული გავლენების შესახებ, რომელსაც იერეიმება კონფლიქტის წარმოშობას, განვითარებასა და მოგვარებაზე ახდენს.

კომუნიკაციური კონფლიქტის საფუძველში დევს ერთი ან ორივე მხარის მისწრაფება მოიხსნან ფსიქოლოგიური დაძაბულობა თანამოსაუბრის ხარჯზე. ასეთ განტვირთვას წინ უძღვის ფრუსტრაციის გრძობა – ფსიქოლოგიური დისკომფორტი, რომელიც მიხნის მიუღწევლობის შემთხვევაში წარმოიქმნება. პიროვნებათშორისი ურთიერთქმედებისას ფრუსტრაცია წარმოიქმნება იმ შემთხვევაში, როდესაც (ერთი მხარის ასრით) კომუნიკაციური პარტნიორი არღვევს სამეტყველო თუ სხვა ქცევის ნორმებს. შესაბამისად, გამოვლენილია სამეტყველო ქცევის სამი ტიპი.

1. ინექტიური კომუნიკაციური გამოვლინებები ემოციურ-ბიოლოგიური რეაქციის ანარეგია და აფექტური განტვირთვისათვის ღანძღვისა და გინების ფორმებში გამოვლინდება. ნებისმიერი ენა შეიცავს ლექსიკური, ფრაზოლოგიური და ინექტიური საშუალებების კრებულს, ინტონა-

ციების სქემებს, მეტყველებითი ქცევის მიდევლებს, რომელებიც ემსახურებიან ინვექტიურ სონას.

2. სრდილობიანი ტიპი კი გამორჩევა სამეტყველო ქცევის განსაკუთრებული სემოტურობით, მოსაუბრე მიდრეკილია სოციალური ურთიერთქმედების ეტიკეტური ფორმებისკენ. აფექტის უკიდურეს ფორმად ამ შემთხვევაში უპირატესობა ტირილს ენიჭება.

3. რაციონალურ-ეერისტკული ტიპი კონფლიქტურ სიტუაციაში ეყრდნობა განსჯას, სად აზროვნებას. ეს ტიპი მიდრეკილია სიცილისკენ. ნეგატიური ემოციები გამოხატება ირიბი გზებით.

სემოთამთავლილი სამეტყველო ქცევები ეერბალური კათარსისის საშუალებებია. ინვექტიური სამეტყველო ქცევისთვის განტვირთვის საშუალება არის ეერბალური აგრესია, სრდილობიანისთვის წყენის დემონსტრირება, ხოლო რაციონალურ-ეერისტკულისთვის კი - ირონია.

კონფლიქტური სიტუაცია თავისთავად გამოაყენებს ადამიანს სამეტყველო ქცევით თვისებებსა და ტიპებს, ეს პროცესი ქვეცნობიერად მიმდინარეობს.

კონფლიქტი ხშირად არის შედეგი კომუნიკაციური გაუგებრობისა, რამელსაც საფუძვლად მოსაუბრეთა განსხვავებული სამეტყველო ქცევა უდევს. ის განსაზღვრავს მოსაუბრეთა კონფლიქტურობის ხარისხს. აღსანიშნავია, რომ არსებობს ადამიანთა კატეგორია, რომელთათვისაც კონფლიქტი პიროვნებაში ურთიერთობების ბუნებრივი ფორმაა, და ასევე კატეგორია, რომელთან საუბარიც კონფონტაციაში არახდროს გადაიზრდება.

კომუნიკაციის კომპეტენციის ხარისხს თანამშრომლობის უნარი განსაზღვრავს. გამოიყოფა კომპეტენციის სამი ტიპი: კონფლიქტური, ეენერირებელი და თანამშრომელი. თითოეული მათგანი კიდევ ორ ქვეკლასს შეიცავს.

კონფლიქტური ტიპი განწყობილია თანამოსაუბრის წინააღმდეგ. იგი თანამოსაუბრის ხარჯზე ცდილობს პოზიციების გატყარებას. კონფლიქტორებების სიხშირე თანამოსაუბრეს უთანხმოებისკენ უბიძგებს.

გამოიყოფა: კონფლიქტანტი-აგრესორი და კონფლიქტანტი-მანიპულატორი.

კონფლიქტანტი-აგრესორი მონაწილე ან მონაწილეები პარტნიორის მიმართ აგრესიას აყენებს. სოციალურ სრულყოფილებას თანამოსაუბრისთვის მორალური დისკომფორტის შექმნით განიცდის. იმისდა მიტყვევით, თუ როგორია თანამოსაუბრე, აგრესია შეიძლება იყოს განსხვავებული და არ არის აუცილებელი ყოველთვის პირდაპირი შეურაცხყოფის გზით გამოეფინდეს. კონფლიქტი განსაკუთრებით შეეუთრად მამინ არის გამოხატული, თუკი ერთმანეთს ხვდება ორი ინვექტიური ტიპი.

კონფლიქტანტი-მანიპულატორისთვის თანამოსაუბრე მანიპულაციის ობიექტია. მანიპულატორი თანამოსაუბრეს მასთან შედარებით დაბალ სტატუსურ საფეხურზე აყენებს. იგი პატივს არ სცემს თანამოსაუბრეს, თვლის რამის ინტელექტუალურად ნაკლებ განვითარებულად, თავს ახეყვს საკუთარ მოსაზრებებს და აზვიადებს საკუთარ გამოცდილებას. ახასიათებს საკუთარ კითხვებზე პასუხის გაცემა და საუბრის უცერემონიო შეწყვეტა.

ეგოცენტრისტული ტიპი საკუთარ თავსეა ორიენტირებული და თანამოსაუბრეს სრულიად ეერ ამხნევს.

გამოიყოფა: აქტიური - ეგოცენტრისტი და პასიური-ეგოცენტრისტი. აქტიური-ეგოცენტრისტი არ შეუძლია სხვისი თვალსაზრისის გასიარება, სეამს კითხვას და თვითონვე პასუხობს, განსაზღვრავს სასაუბრო თემას და თვითონვე ავითარებს, თანამოსაუბრეს ასრის გამოთქმის საშუალებას არ

აძლევს. სუბიექტურად იგი განიცდის სრულყოფილი კომუნიკაციის ილუზიას, იღებს სიამოვნებას ურთიერთობისგან და ვერ ამჩნევს თანამოსაუბრის დისკომფორტს. ხასიათდება კომუნიკაციური წარუმატებლობებითა და კონფლიქტებით.

პასიური-ეგოცენტრისტი საკუთარ თავში არის ნაკეტილი, გამოირჩევა გულმაიწყოებით და უჭირს საკუთარი სამყაროდან გამოსვლა, რაც ადრეული სოციალიზაციის დროს ჩამოყალიბებული ფსიქოლოგიური დამცავი სარკვევლების მიუშაობის შედეგია. ასეთი თანამოსაუბრე არათანმიმდევრულია, ვერ ხედება მოსაუბრის თვალსაზრისს. ახასიათებს სიტუაციისა და კონტექსტის შეუფერებელი რეაქციები, უადგილო რეპლიკები. საუბარობს მხოლოდ მისთვის საგულისხმო თემაზე. ხოლო რაც თანამოსაუბრეს აინტერესებს, ის უმნიშვნელოა. პასიური-ეგოცენტრისტის ურთიერთობები სავესეა კომუნიკაციური წარუმატებლობებითა და გაუგებრობებით, რომელთა წარმოქმნის ფაქტორი მათი ყურადღების მიღმა რჩება.

თანამშრომელი ორიენტირებულია პარტნიორზე.

გამოიყოფა: თანამშრომელი-კონფორმისტი და თანამშრომელი-აქტუალური-სატორი.

თანამშრომელი-კონფორმისტი უთანხმება პარტნიორის თავდასაზრისს, იმ შემთხვევაშიც კი თუ იგი არ იზიარებს მის მოსაზრებას. ასეთი განწყობა პარტნიორსე თითქოს თრგუნავს საკუთარ ინტერესებს, რაც განპირობებულია კონფლიქტის წარმოქმნის შიშით. რაც ვლინდება საუბრის მონაწილის მიმართ ინტერესის გამოხატვით, დამაზუსტებელი კითხვების დასმით, კვირის დაკვირვით, თანაგრძნობით, დამშვიდებით, კომპლამენტის თქმით. რეალურ ურთიერთობაში ასეთი სამეტყველო ქცევა ხშირად გამოიყურება როგორც ყურადღებათაღნობის იმიტაცია და ხანდახან ასეთი დათმობები თანამოსაუბრის მიერ აღიქმება როგორც არაგულწრფელობა.

თანამშრომელი-აქტუალისატორი უსმენს თანამოსაუბრეს, იზიარებს მის თვალსაზრისს. მაგრამ ამავე დროს იგი ორიენტირებულია საკუთარ თავზე და ინტერესებსზე, არ თვლის თავს ვადდებულად კვლავურში დაეთანხმოს თანამოსაუბრეს. ასახავს კომუნიკაციური კომპეტენციის უმაღლეს დონეს.

კონფლიქტის დასარეგულირებლად მონაწილეთა სამეტყველო ქცევას საყვებლად უდევს **თანამშრომლობით** და **კონფრონტაციის** სტრატეგია. თუ მოსაუბრეებმა განახორციელეს თავიანთი კომუნიკაციური განზრახვები ეს ნიშნავს, რომ ურთიერთობა ეფექტნობდა თანამშრომლობის სტრატეგიას და მიმართული იყო შედეგზე. თუ მოხანი არ იქნა მიღწეული და მოსაუბრისათვის (მოსაუბრეთათვის) მთავარია განტვირთვა, მაშინ უთანხმობა რეგულირდება კონფრონტაციის სტრატეგიით.

თანამშრომლობის სტრატეგიას მიეკუთვნება: სრდილობის, გულწრფელობის, ნდობის, სიბალოის, თანამშრომლობის, კომპრომისისა და სხვა ქცევები. კონფრონტაციულ სტრატეგიას მიეკუთვნება: ინჟექტორი, აგრესიული, ძალადობრივი, დისკრედიტაციული, დაქვემდებარების, იძულებისა და სხვა ქცევები.

კონფლიქტური ურთიერთქმედების მონაწილეთა სტრატეგიული წინაფიქრი განსაზღვრავს მისი რეალიზაციის ხერხების - სამეტყველო ტაქტიკების არჩევანს. სამეტყველო სტრატეგიებსა და სამეტყველო ტაქტიკებს შორის არსებობს მტკიცე თანაფარდობა. თანამშრომლობით სტრატეგიას შეესაბამება ტაქტიკები: შეთავაზება, თანხმობა, დათმობა, მოწონება, ჭემა, კომპლამენტი და სხვა. კონფრონტაციის სტრატეგია დაკავშირებულია ტაქტიკებთან: შექპარა,

დაშინება, საყვედური, ბრალის დადება, დაცინვა, გესლიანობა, შეურაცყოფა, პროვოკაცია და სხვა.

ტაქტიკას შეიძლება აქონდეს ორი მნიშვნელობა როგორც თანამშრომლობითი, ასევე კონფრონტაციული, რაც დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორი სტრატეგიის ფარგლებში ხორციელდება მოცემული ტაქტიკა. ორმნიშვნელოვანია ირონიის, ტყუილის, მდიქნელობის, მოქრთამის, შენიშვნის, თხოვნის, თემის შეცვლის და სხვა ტაქტიკები.

ჩვენ მიერ საკითხის განხილვა, არის ვერბალური კომუნიკაციის როლის გამოკვეთის მცდელობა კონფლიქტების თავიდან არიდებასა და მოგვარებაში. ღინგვოკონფლიტოლოგია თავისი განვითარების საწყისს გზაზე დგას და ეფუძრება, ამ საკითხის გააქტიურებითა და უფრო ღრმა შესწავლით შესაძლებელია კონფლიქტების ეფექტიანი მოგვარება.

გამოყენებული ლიტერატურა

გამყრელიძე თ., კიკნაძე ზ., შადური ი., შენგელაია ნ., თეორიული ენათმეცნიერების კურსი. (მეორე გამოცემა) თბილისი, 2008

Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Конфликтология: Учебник для вузов. – 2-е з. д. перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2002

Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва. 1989

Козер Л., Функции Социального Конфликта, Москва, 2000

Линчевский Э.Э. Контакты и конфликты. М.: Экономика, 2000

Selected Writings of Edward Sapir in Language, Culture and Personality, ed. D. G. Mandelbaum. Berkeley: University of California Press.1949

Nino Petriashvili

The Role of Verbal Communication in Conflict Resolution

The paper represents an attempt to highlight the importance of verbal communication in interpersonal relations to avoid and resolve conflict situations. At present the research of the linguistic conflicts is at the start point of its development. So, by increasing scientific attention toward verbal communication, conflict resolution will become more efficient.

Тема «Роль Вербальной Коммуникации в Урегулировании Конфликта» эта попытка автора подчеркнуть значимость вербальной коммуникации в межличностных отношениях для предупреждения и решения конфликтов. На нынешний день лингвоконфликтология находится на начальной стадии изучения и если уделить должного внимания вербальным коммуникациям со стороны ученых, то решения конфликтных ситуации будет более эффективной и результативной.

მ. სამადაშვილი

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ვერბალური კომუნიკაციების მნიშვნელობა მენეჯერთა საქმიანობაში

ბიზნესი, მენეჯერი, დისკუსია, საქმიანი გამოსვლები

შეუძლებელია სხვისი მართვა, თუ საკუთარი თავის მართვა არ შეუძლიათ. ნებისმიერი რანგის მენეჯერმა, თავისი საქმიანობიდან გამომდინარე,

უნდა შექმნოს ადამიანებთან ურთიერთობის ხელშეწყობის შედეგები, თანამშრომლებთან მჭიდრო კონტაქტების დამყარება.

სხვადასხვა ორგანიზაცია ერთმანეთისგან განსხვავებული სისწრაფით ეთარდება, რაც დამოკიდებულია მათი მენეჯერების შორსმჭვრეტელობაზე, კონკურენციასა და მოწესრიგებულობაზე.

რობერტ ბლეიკის და ჯეინ შოუტონის მიერ შემუშავებულ მენეჯმენტის სისტემას წარმოადგენდა კლასიული, რომელიც გამოიყენებოდა ინტერესების მიხედვით მენეჯერთა ელემენტარული კომუნიკაციისათვის. ძირითადად გამოიყოფოდა მენეჯერთა ორი კატეგორია: "ხალხით დაინტერესებულნი" და "შედევით დაინტერესებულნი" საჭირო გახდა ადამიანთა მოთხოვნებისადმი მეტი ყურადღების მიქცევა, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იყო ღინამიკური ჯგუფებისა და უწყვეტი გუნდების შექმნა. მენეჯერები უნდა ყოფილიყვნენ უფრო მეტად მგრძობიარენი სხვების მიმართ – ეს იყო ეგრეთ წოდებული ურთიერთგაგების მენეჯმენტის სტილი.

ამ ახალი მიმდინარეობის მომხრე ბევრმა ფორმამ დაიწყო ძალების დეცენტრალიზაცია. დაქვემდებარებულ ორგანიზაციებს მიეცათ მოქმედების თავისუფლება და მეტი პასუხისმგებლობაც დაეკისრათ. დიდი ცენტრალიზებული მართვადი სისტემები გადაიქცა პასუხისმგებულ და განკარგულიყოფილად მოქმედ განყოფილებებად, ისინი გახდნენ საკუთარ ბედზე პასუხისმგებელნი.

ყოველ ორგანიზაციაში, მართვის იერარქიული საფეხურების სხვადასხვა დონის მენეჯერებს, ხელმძღვანელებსა და დაქვემდებარებულებს შორის შეიძლება განიხილული იქნას, როგორც ყორმალური, ასევე არაფორმალური ურთიერთობები.

ორგანიზაციის საქმიანობის უწყვეტიანობა, იმიჯი, ასევე სოციალურ-ფსიქოლოგიური კლიმატი მნიშვნელოვანია დამოკიდებული ადამიანებს შორის ურთიერთობებზე.

მართვის სფეროში კონტაქტების ორგანიზაციული ფორმებიდან, უპირველესად უნდა აღინიშნოს: კრებები, თათბირები, საქმიანი შეხვედრები, სატელეფონო საუბრები, დაქვემდებარებულთა სამუშაო ადგილების შემოვლა და მოქალაქეთა (კლდეების, დაქვემდებარებულთა, მომხელეულთა) მიღება.

მართვის პროცესის მიმართ დემოკრატიული კუთხით მიდგომა იწვევს ხელმძღვანელებსა და დაქვემდებარებულებს შორის ინფორმაციის გაკველას, პრობლემათა გადაწყვეტის გზების ერთად ძიებასა და განხილვას, ერთმანეთთან კონსულტირებას, დისკუსიას, ურთიერთდარწმუნებას და ა.შ. ეს ურთიერთობები ძირითადად დიალოგის ფორმით ხდება.

საერთოდ, განასხვავებენ დიალოგის ორ სახეს – პირდაპირ დიალოგსა და დისკუსიას. პირდაპირი დიალოგის შემთხვევაში პარტნიორები ერთმანეთს თავიანთ პოზიციას უსიარებენ.

დისკუსიის დროს მიმდინარეობს პარტნიორების შეხედულებათა კრიტიკა, საკუთარ სიმართლეში სხვათა დარწმუნება. ასევე ხდება საერთო აზრის შემუშავება; დისკუსიის შედეგად მონაწილეთა შორის უნდა მოხდეს დაპირისპირებათა აღმოფხვრა ან შემცირება. კონსენსუსი და საერთო გადაწყვეტილების მიღება.

გამოიყოფა დისკუსიის მეტად მნიშვნელოვანი მომენტი სარწმუნო არგუმენტების არსებობა:

- ძლიერი არგუმენტები როგორცაა: დასკვნები, ციფრები, სუსტი ფაქტები, დოკუმენტები და ა.შ.

სუსტი არგუმენტები როგორცაა: ალოგიკურ და სუბიექტურ შეფასებებზე დაყრდნობილი მასალა, ურთურობა უკუაქმირებელი ფაქტები და ა.შ.

არშემდგარი არგუმენტები როგორცაა: ფიქტიური დოკუმენტები, ვარაუდები, ცრუგანცხადებები და ა.შ.

პარტნიორებს შორის კარგი ფსიქოლოგიური კლიმატის დაქარება წარმატებული დიალოგის საწინდარია რადგან, ადამიანები ადვილად იზიარებენ თავიანთი პარტნიორების პოზიციებს, თუ მათ მიმართ დადებითი გრძობები გააჩნიათ. აქედან გამომდინარე, აუცილებელია პარტნიორებთან გააკეთებულ კეთილგანწყობილი, ღია, უშუალო დამოკიდებულება მათი დამსახურებებისა და სტატუსის მიუხედავად. ყველაზე მნიშვნელოვანია საუბარის ნიაბრება უშუალო და ღია ატმოსფეროში ქვეტექსტების გარეშე;

დიალოგის წარმატებით დასრულებისათვის უნდა გავითვალისწინოთ შემდეგი მოსაზრებები:

- დიალოგი უნდა იყოს გულახდილი. ასეთი ატმოსფერო აუადვილებს მონაწილეებს საკუთარი აზრების გამოთქმას და ისინი დადებითად იქნებიან ერთმანეთის მიმართ განწყობილი;
- საუბარი უნდა იყოს დამაკერებელი. ასევე აუცილებელია მსმენელთა თავისებურებების გათვალისწინება;
- დიალოგის მიმდინარეობის დროს სასურველია ისეთი კითხვის დასმა, რომლიც იქნება წინასწარ გააზრებული, მოფიქრებული და მონაწილის ინტერესის რეალიზაციისკენ მიმართული;
- დიალოგის წარმატებით დასრულებისათვის აუცილებელია ვის-ღავლთ მოხმენილის გაგება;
- მიუაწოდოთ დიალოგის მონაწილეებს სწორი ინფორმაცია. არ გამოვიყენოთ “მეყარაღა ღოზუნგები” და “არაფრის მთქმელი” ფრაზები;
- ვისაუბროთ სომიერად ხმადაღლა და ხაშკალო ემოციურით.

მენეჯერის სიტყვით გამოსვლა აუდიტორიის წინაშე უკუელავის რისკ-თანაა დაკეშირებული, რადგანაც ზოგი მსმენელი კეთილგანწყობილია. სოგი ნეიტრალური, ზოგიც - არაკეთილგანწყობილი. ამიტომ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მენეჯერის მიერ წარმოთქმული სიტყვის გაუღუნას აუდიტორიის წარმომადგენლებზე.

კარგმა მენეჯერმა, ასევე ნებისმიერი რანგის მენეჯერად გახდომის მსურველმა უნდა გაითვალისწინოს სხვა აუცილებელ თვისებებთან ერთად სიტყვის ფლობის (აუდიტორიის წინაშე გამოსვლის) ძალა.

ამისათვის პირველ რიგში აუცილებელია დაიცვაოთ ხუთი ზოგადი წესი:

- მიზნის მისაღწევად დადლიეთ აუდიტორიის შიში;
- წინასწარ დაგეგმეთ მსმენელთა წინაშე წარმოსათქმელი თქვენი სიტყვა;
- მკაფიოდ ჩამოაყალიბეთ თქვენი აზრი;
- იმოქმედეთ გაბეღულად;
- ხშირად მოახდინეთ გამოსვლა.

ბიზნესმენმა თავის გამოსვლებში აუცილებელია გამოიყენოს შემდეგი წესები:

1. გამოიყენოთ მნიშვნელოვანი სიტყვები და ფრაზები არამნიშვნელოვანი სიტყვებისა და ფრაზებისაგან;
2. შეჩერება გააკეთეთ მნიშვნელოვანი აზრების გამოთქმამდე და მის შემდეგ;

3. თქვენი გამოსვლის პერიოდში მოახდინეთ ხმის ტემპრის ხშირი ცვლილება დაბლიდან მაღლისაკენ და პირიქით;
4. თქვენი გამოსვლის პერიოდში მოახდინეთ თქვენი გამოსვლის ტემპის ცვლილება. აქცენტი გააკეთეთ მნიშვნელოვან სიტყვებსზე.

უცვლელბელია გაითვალისწინოთ დამსწრეთა პიროვნული თვისებები, რომლებიც უკავშირდება დამსწრეთა მეტ-ნაკლებად პროტოტიპულ ქცევებს წინა შეხვედრების განმავლობაში (ანუ ეინ როგორ იქცევა ამა თუ იმ სიტუაციაში).

განვიხილოთ ქცევის ხუთი კატეგორია:

- პასიური
- აქტიური
- რეაქტიული (მონაწილე მოქმედებს მოვლენის განვითარების მიხედვით, არ იწინასწარ ინიციატივას)

პრეაქტიური (მონაწილე წინასწარ ამზადებს თავის მოქმედებებს)

პროტოაქტიური (სასურველი ცვლილებების მისაღწევად იწინასწარ ინიციატივას მთელი პროცესის განმავლობაში)

ეს ელემენტები საკმარის მნიშვნელოვანია, რადგან ხშირად შეხვედრის განმავლობაში მონაწილეები (ერთიერთს მოუხმობენ) დამოკიდებულია მონაწილეთა ქცევის ტიპზე შეგნებულად, თუ შეუგნებლად ერთიანდებიან გუგუვებზე შეხვედრის განმავლობაში. მონაწილეებმა, თავიანთი ქცევიდან გამომდინარე, შეიძლება შექმნან დაჯგუფებები, რომელთა ერთმა ნაწილმა შეარსოს პასიური ქცევა, მეორე ნაწილმა - აქტიური, მესამე კი რეაქტიული. შეხვედრის მიმდინარეობისას მონაწილეებმა შეიძლება შეიცვალონ ჯგუფები შეხვედრის მიმდინარეობის სხვადასხვა ფაზაში, რაც გავლენას ახდენს შეხვედრის შედეგებზე. ამიტომ ჩვენ უნდა გავაანალიზოთ ადგილობრივი, დაამუშავოს და გამოიყენოს ეს ელემენტები მთელი შეხვედრის განმავლობაში.

საქმიანი გამოსვლები შეიძლება იყოს ოფიციალური და არაოფიციალური. მიზნობრივი, ასევე საერთო ხასიათის. საქმიანი საუბრისათვის დამახასიათებელია უკუკავშირის აუცილებლობა, უშუალო ურთიერთობები, მჭიდრო კონტაქტები. ასევე არაფორმალური ურთიერთობები, რომელთა გარეშეც მართვის პროცესი ხშირად რთულდება.

საქმიანი გამოსვლისათვის, სათანადო მომზადების გარდა, უნდა გავითვალისწინოთ შემდეგი:

- შეხვედრის ადგილსა და დროს შეთანხმება;
- თავიდანვე უნდა ნამოყალიბდეს საქმიანი საუბრის მიზანი და განსახილველი საკითხები;
- შემუშავდეს საუბრის სტრატეგია. გეგმა, სავარაუდო სცენარი;
- ძირითადი დეტალების, ფრაგმენტების, რეზიუმეს მომზადება.

შეხვედრის ინიციატორმა თავიდანვე უნდა მოხსნას ფსიქოლოგიური დაძაბულობა; უნდა შექმნას გულდა, უშუალო ურთიერთობების ატმოსფერო;

შეხვედრა უნდა წაიყვანოს აქტიურ ატმოსფეროში; ასევე მოახდინოს შეხვედრის შედეგების შეჯამება და მისი დასრულება. შეხვედრის დასრულების შემდეგ, სასურველია ჩატარდეს შეხვედრის მსვლელობის წინაწერების სახით დაფიქსირება: წინაწერებს გაუკეთდეს სათანადო ანალიზი და განისაზღვროს რამდენად მოხერხდა დასახეული მიზნების მიღწევა.

გამოსვლის წარმატებისათვის, ასევე შთაბეჭდილების მოხდენისათვის მნიშვნელოვანია საგანგებოდ მომზადდეს საქმიანი საუბრის, როგორც დასაწყისი, ასევე მისი დასასრული.

სტრატეგიული თვალსაზრისით ეველაზე მნიშვნელოვან ელემენტად გამოსვლის დასასრული შეიძლება ჩაითვალოს, რადგან მსმენელები ეველაზე კარგად გამოსვლის ბოლო ნაწილს იმახსოვრებენ.

შემოგთავაზებთ ზოგიერთ რეკომენდაციას:

- გამოსვლის დამთავრება უნდა მოხდეს თანდათანობით;
- გამოსვლა შეიძლება დამთავრდეს რეკომენდაციების სახით;
- რეზიუმეს სახით შეიძლება გაიმეოროთ ძირითადი დებულებები;
- გამოსვლის დამთავრებისას განმეორებულ დაძაბული ატმოსფერო;

გასათვალისწინებელია და ასევე დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მეჩუქრის საქმიანი საუბრის წარმართვისათვის მსმენელის დაინტერესებას, მისი აზრის სიცხადეს და მეტეველებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გლახი ნ.მ. "მეჩუქრის სელოვება" თბილისი, ეკონომიკური ელექსიკა პოლიტიკური ტექნიკოლოგიების ცენტრი, 2002, გვ.316
2. გურგენიძე ე. "პერსონალის მართვა". თბილისი, UNDP სავა მის-მისხერის ბიბლიოთეკა, 2005, გვ.551
3. Martin J. "Organizational Behaviour and Management " UK: SOUTH –WESTERN CENGAGE, Inc. 2008, p. 877

значение вербальных коммуникации в деятельности менеджеров

В данной работе рассмотрены организационные формы контактов(диалог) в сфере управления; а именно дискуссия, успешное завершение которой способствует хорошему психологическому климату партнеров, уменьшению или исчезновению противостояния, принятию общего решения и консенсуса.

Так же рассмотрены: общие правила выступления перед аудиторией для менеджеров и учтены личностные качества учащихся; условия, которые нужно учитывать при деловом выступлении; пять категории участников диалога.

В качестве рекомендации даны необходимые элементы для завершения выступления.

The Significance of Verbal Communication in the Activity of Managers

Forms of organizational contacts (dialogue) are discussed in the given article; in particular, discussion, successful completion of which provides good psychological climate for partners, elimination or decrease of confrontation, taking general decision and consensus.

General rules of making speech by managers before an audience are discussed, together with personnel qualities of participants, conditions which should be considered during business speech and five categories of behaviour.

Essential elements are given as recommendations for completion the speech.

საკმაოდ სრული ინფორმაციის მიღება და ყოველმხრივ გაასრებულად. მიზან-სწრაფულად მოქმედება“¹.

იმ კომპიუტერულ სისტემათაგან, რომლებიც ფართოდ გამოიყენება ბიზნესში, აღსანიშნავია მათი ორი ტიპი:

- მმართველობითი ინფორმაციული სისტემები (MIS);
- გადაწყვეტილებათა მიღების განმაპირობებელი სისტემები (DSS);

MIS-ში მონაცემები გროვდება, გადაამუშავდება და გადაეცემა გან-სახილველად მენეჯერს, რათა მიღწეულ იქნას ოპერატიული მართვა.

მონაცემთა ბაზები უნდა შეიცავდნენ აუცილებელ, სწორ და მაღალ-ხარისხოვან ინფორმაციას საჭირო რაოდენობას, რაც უნდა იყოს საგულდაგულოდ მომზადებული.

კომპიუტერი MIS-ში ამუშავებს მონაცემებს. ის წარმოადგენს მმართვე-ლობითი გადაწყვეტილებების მიღების საფუძველს. ხოლო მოდელის აგება რჩება შემოქმედებით პროცესად.

DSS განსხვავდება MIS-ისგან იმით, რომ მენეჯერი წარმოადგენს DSS-ის შიდა კომპონენტს და არა გარეშეს, როგორც MIS-ში. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მენეჯერი ურთიერთობს კომპიუტერულ საინფორმაციო სისტემებთან ისე, რომ მიიღოს გადაწყვეტილება ინტერაქტიულ პროცესში².

კომუნიკაციური ტექნოლოგიები. ეკონომიკური თე. აღს. სრისთ. შემო-ღება განვიხილოთ, როგორც წარმოების საშუალება, რომელსაც თუქსლია სამუშაო ძალის ჩანაცვლება, რისი შედეგიც არის საშუალო რგოლის მენეჯერებისა და მომსახურე პერსონალის რიცხოვნობის კლება. ამასთან ერთად, კომუნიკაციური ტექნოლოგიები ამცირებს რა დას. ხარჯებს ინფორმაციის მოძიებასა და ანალიზზე. შესაძლებელი ხდის. შემცირდეს ყირმის ხარჯები თანამშრომელთა კონტროლის განხორციელებაზე. ამდენად, მცირდება მართვის შიდა დანახარჯები.

კომუნიკაციური ტექნოლოგიები გვექვლინება უფრო მაღალკონკრეტულ-უნარიანი და ეფექტიანი ორგანიზაციის შექმნის მიმდებარე იარაღად. ასე. მაგალითად, ელექტრონული ფოსტის, ინტერნეტის, ვიდეოკონფერენციებისა და სხვათა გამოყენებით შესაძლებელია სამუშაოთა შესრულება და ახალ პრო-ექტებზე მუშაობა იმ შემთხვევაშიც კი. თუ შემსრულებლები და დამპროექტებლები სხვადასხვა კონტინენტზე იმყოფებიან. ინფორმაციული სისტემები, რომელთაც გააჩნიათ ქსელური სტრუქტურა. შესაძლებლობას აძლევენ კომპანიებს, მოახდინონ მათგან გეოგრაფიულად დაშორებული განყოფილებების, როგორც ვირტუალური ორგანიზაციების კოორდინაცია. ეს უკანასკნელი იყენებენ ქსელებს იმისთვის, რომ დააკავშირონ ადამიანები, ქონება და იდეები. მიმოწოდებლები და კლიენტები ყოველგვარი ადგილ-სამყოფელისა თუ ტრადიციული ორგანიზაციული შესაძლებლების გარეშე. ელექტრონული ქსელის საშუალებით მენეჯერს შეუძლია დააკავშირდეს ათასობით თანამშრომელს და მართოს მისი მხრივი გჯგუფებიც კი. ამდენად, ინფორმაციულ-კომუნიკაციური სისტემების გამოყენებით შესაძლებელია მართვის პროცესების რეორგანიზაცია.

ინტერნეტი იძლევა უსასაღერო შესაძლებლობებს მარკეტინგული კვლევების ჩასატარებლად. მისი გამოყენებით შესაძლებელია ბიზნესის

¹ ლ. ნიქაია, ეკონომიკური თეორიის შიკლე კურსი. თბ. საგამომც. ყირმა „სიახლე“, 1997 წ. გვ. 274-275.

² Г.Я. Гольдштейн, «Основы менеджмента», Таганрог, изд-во ТРТУ, 2003.

განვითარების სტრატეგიების შემუშავებისათვის საჭირო ინფორმაციის მოძიება და ბაზარზე მომხდარ ცვლილებებზე სწრაფი რეაგირება. მარკეტინგულ კვლევებზე დაყრდნობით ინტერნეტში შესაძლებელია როგორც ადგილობრივი, ასევე საზღვარგარეთის ბაზრების კვლევის შედეგების განთავსება, მრავალ საქონელზე მიმდინარე ფასების ტენდენციების თვალის გადავლება, კონტაქტების დამყარება ბიზნეს-პარტნიორებთან, პოტენციურ მყიდველებთან, ინფორმაციის მოძიება სამამულო და საზღვარგარეთელი კონკურენტების, ნებისმიერი პროდუქციისა თუ მომსახურების, ასევე მათი მწარმოებლების შესახებ.

ინტერნეტის გარეშე, როგორც ბაზარი, ფლობს ფართო შესაძლებლობებს არა მხოლოდ იმისა, რომ მიაწოდოს მომხმარებელს სრული ინფორმაცია საქონელსა და მომსახურებაზე, არამედ მიიღოს მისგან გაცილებით დიდი მოცულობის აუცილებელი ინფორმაცია მარკეტინგული მიზნების განსახორციელებლად, ვიდრე ეს შესაძლებელია ტრადიციული მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით.

განვითარებულ ქვეყნებში სულ უფრო მზარდ მნიშვნელობას იძენს ელექტრონული კომერცია ქსელის გამოყენებით. ასე, მაგალითად, სავალო ვაჭრობის ამერიკელი ფირმას Amazon.com ჰყავს 30 მილიონზე მეტი მომხმარებელი მიუღ მსოფლიოში. ინტერნეტ-აუქციონის [Ebay-ს](http://Ebay.com) გააჩნია 20 ფილიალი სხვადასხვა ქვეყანაში. ცნობილია ასევე მსოფლიოს სხვა წარმატებული კომპანიები: walmart.com, eurolaine-shop.com, discount24.de და ა.შ. საქართველოში ელექტრონული კომერციის განვითარებას, გამომდინარე მის კონტრესობათაგან ელქრობის ტრადიციულ ფორმებთან შედარებით, დიდი პერსპექტივები გააჩნია. ქართველი მომხმარებელი თანდათან აელენს ინტერნეტის იხეთი ინტერნეტ-მაღასიების მიმართ, როგორცაა: pcshop.ge, webmarket.ge, geomarket.ge და სხვა.

თანამედროვე ერაშუ ფართო გაერკვლება კპოეა აუთსორსინგმა, რაც უპირელეს უოლისა, განაპირობა ბასრის ეველა ხექტორზე კონკურენტული ბრძოლის გამძაფრების პირობებში ფირმის მიერ ზღვრული ევექტიანობის მიღწევის აუცილებლობამ წარმოების ეველა პროცესისათვის. ამ ამოცანის გადასაწვევად გარეშე ორგანიზაციებმა მოსიდეა ცალკეულ სამუშაოთა შესრულებისათვის საუკეთესო გამოსავალია, ზარდა აღნიშნულისა, აუთსორსინგის განვითარების ერთ-ერთი ფაქტორია კომპანიების ღეროლო იმისკენ, რომ წარადგინონ თავიანთი საქონელი თუ მომსახურება მსოფლიო მასშტაბით. აღსანიშნავია აგრეთვე ის მოქენტი, რომ აუთსორსინგო მცირე საწარმოებს აძლევს გლობალურ პროცესებში ნართეის შესაძლებლობას ისე, რომ მან არ გაზარდოს შესაბამისად პერსონალი ან საწარმოო ხიმძლავრეები. ამდენად, მცირე ფირმას შეუძლია იმუშაოს ცენტრალური ოფისიდან და ამავდროულად, შეინარსუნოს დასმულ ამოცანათა შესრულების კონტროლი შემუშავებული სტრატეგიის ფარგლებში.

საწარმოთა ორგანიზების ახალმა მიდგომამ დინამური ქსელური ორგანიზაციის ანუ მოდულური სტრუქტურის მქონე ორგანიზაციის სახელწოდება დაიმკიდრა. ქსელური სტრუქტურა გულისხმობს ძირითადი ფუნქციების განაწილებას ცალკეულ განყოფილებათა ან ორგანიზაციათა შორის. მოქმედებათა კოორდინაცია ხორციელდება ცენტრალური ოფისის ანუ „ბროკერის“ მიერ, ისეთი ძირითადი ოპერაციებით, როგორცაა: პროდუქციის წარმოება, სერვისი, ბუღალტრული აღრიცხვა და სხვა, ხორციელდება არა ერთ შენობაში, არამედ ცალკეულ ორგანიზაციებში კონტრაქტის ან ნებისმიერი სხვა შეთანხმების საფუძველზე. აღნიშნულ ორგანიზაციებსა და

მათავარ ოფისს შორის კავშირი ხორციელდება ელექტრონული გლობალური ქსელის საშუალებით. მაგალითისათვის მოიყვანოთ პროგრამული უზრუნველყოფის წარმოებით დაკავებული ფირმა. მსხვილი პროგრამული პროდუქციის გარკვეული ნაწილების შემუშავება (ბირთვი, გარსი), როგორც წესი, მიმდინარეობს მთელ მსოფლიოში გაბნეული გუნდების მოხიდეით. მსხვილი საწარმოო ფირმები სპეციალისტებიან ელექტრონული აპარატურებისა და კომპიუტერების გამომშვებასე. ისეთი კომპანიები, როგორცაა Compaq და IBM, რომლებიც ადრე მხოლოდ საკუთარი ძალებით ახდენდნენ ტექნიკის წარმოებას, თანამედროვე ეტაპზე, თავიანთი ნახაზემთა და ტექნოლოგიური რუკებით უკეთებენ აპარატურის წარმოებას აზიური ქვეყნების კომპანიებს. ამით ისინი ახდენენ საკუთარი პროდუქციის თვითიდრებულების შემცირებას და ამავდროულად, უმკლავებიან კონკურენციას უფრო იაფი ანალოგიური პროდუქციის მწარმოებლების მხრიდან.

ამგვარად, მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში ბისნესის განვითარების განმსახლრელი კრიტერიუმები ხშირად ხდება კომუნიკაციური ტექნოლოგიები, რომელთა გამოყენებას ეფუძნება სწორედ საწარმოთა ორგანიზების ახალი მიდგომები. ქსელური ორგანიზაცია ახდენს რესურსების კონსოლიდაციას მთელ მსოფლიოში ის.წ.ა.ყვის რ. მიადწიოს პროდუქციის საუკეთესო ხარისხს მაქსიმალურად მცირე თვითიდრებულებით, რაც წარმოადგენს მდგრადი კონკურენტული უპირატესობის ერთ-ერთ გადამწვეტ ფაქტორს. ამასთან ერთად, ქსელური სტრუქტურის გამოყოფნებით შესაძლებელია პერსონალის ძალისხმევის კონცენტრირება რამდენიმე ძირითადი ამოცანის გადაწვეტებასე, როცა სხვა ფუნქციებს ასრულებენ გარეშე კომპანიები. ასევე, სამუშაო ძალის მოქნილობის მიღწევა, რამეთუ ნებისმიერი ფუნქციის შესრულება შეიძლება დაკევიოდ იქნას საუკეთესო ფირმისათვის მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში.

Пачулия Ольга

Коммуникационные технологии в современном бизнесе

В статье предложены новые подходы организации производства в условиях глобализации мировой экономики, основанные на модульной структуре. Изложены факторы развития электронной коммерции и аутсорсинга, их преимущества и значение в развитии как крупного, так и малого бизнеса. Подчеркнуто то обстоятельство, что применением коммуникационных технологий, возможна реорганизация управленческих процессов, что в свою очередь будет способствовать повышению конкурентноспособности фирм и установлению лидирующих позиций на мировых рынках.

Olga Pachulia

Communicate Technologies in Modern Business

This article shows the new methods of industrial organization in the conditions of globalization of the world's economy, which is based on modular structure. The factors of development electronic commerce and outsourcing, their advantages and importance for unfolding of Big and Small business are stated. It is underlined, that by using communicate technologies it is possible to reorganize the handling process. All these will help firms to become highly competent and take leading positions in the world trade.

გაუა შუბითიძე
სტუ პუბლიცარულ-სოციალური ფაკულტეტის სრული პროფესორი
გიორგი გიორგაძე
სტუ პუბლიცარულ-სოციალური ფაკულტეტის დოქტორანტი
ნანა შონია
აკაი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

საბანკო ბარათებით სარგებლობის დადებითი და უარყოფითი მხარეები

პლასტიკური ბარათი, საპროცესინგო ცენტრი, ეკვირიინგი, ტერმინალი, ტრანზაქცია, დისკონტი, ბანკნომატი, პინ კოდი, განაღდების ლიმიტი.

თანამედროვე ტექნოლოგიების წყალობით ჩვენ, საბანკო პლასტიკური ბარათის სახით, შევიძინეთ ძალიან მოხერხებული საგადაამხდლო ინსტრუმენტები. საბანკო ბარათით მის მფლობელს საშუალება აქვს 24 საათის განმავლობაში უნაღდო წესით შეიძინოს საქონელი/მომსახურება როგორც რეალურ, ასევე ელექტრონულ მაღაზიებში და სხვა ოპერაციები განახორციელოს. ამასთან, გაქრა ჯიბეში ნაღდი ფულის მსხვილი თანხების ტარების საჭიროება. მაგრამ მრავალი პრობლემის გადაჭრასთან ერთად საბანკო პლასტიკურმა ბარათმა ბევრი ახალი კითხვები წარმოშვა.

საბანკო ბარათი გლობალიზაციის თანამედროვე სამქაროს რეალობაა, რომელიც მტკიცედ დამკვიდრდა მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში. არა აქვს მნიშვნელობა, სწავლობს ადამიანი თუ შეშაობს, მას ბევრი შანსი აქვს გახდეს საბანკო პლასტიკური ბარათის მფლობელი. უნაღდო ანგარიშსწორების ამ ინსტრუმენტს გასცემენ სტუდენტებს, რათა მათ სტიპენდიები მიიღონ; ორგანიზაციების თანამშრომლებს, რათა ბარათებზე ხელფასი დაურიცხონ; პენსიონერებს, რათა მათ პენსია აიღონ და ა.შ.

საბანკო ბარათი გასული საუკუნის შუა პერიოდში გაჩნდა. ამჟამად გადახდის ეს საშუალება მსოფლიოს 200-ზე მეტ ქვეყანაში გაერთკლებული და ცოცხლსებული ადამიანის განუყოფელ ატრიბუტს წარმოადგენს.

უნაღდო ანგარიშსწორების სფეროში საბანკო პლასტიკური ბარათი ყველაზე მარტივი და პროგრესული საშუალებაა. იგი გამოსდის, როგორც ელექტრონული საბანკო კონტაქტური და უკონტაქტო სისტემების საკვანძო ელემენტი და სულ უფრო აქტიურად ახდენს ჩვეული ნაღდი ფულის განდევნას, რაც პაერიით ჭირდება ნებისმიერ ქვეყანას ინფლაციასთან საბრძოლველად.

საქართველოში ყველაზე დიდი პოპულარობით სარგებლობს VISA ბარათები. მას მოსდევს EURO CARD/MASTER CARD ბარათები, ხოლო მცირე რაოდენობა (დაახლოებით 12%) ლოკალური ბარათების წილად მოდის (იხ.სურათი №1).

არსებობს პლასტიკური ბარათების შემდეგი საპროცესინგო ცენტრები: "ჯორჯიან ქარდი", "გაერთიანებული საფინანსო კორპორაცია", UFC, "სახაღხო ბანკი", "ბანკი ქართუ", "პროკრედიტბანკი" და "ტაოპრივატბანკი", სადაც მიმდინარეობს ეროვნულ ვალუტაში საერთაშორისო ბარათებით განხორციელებული ოპერაციების პერსონალიზაცია და პროცესინგი.



სურათი №1

ეროვნულ ვალუტაში VISA ბარათებით განსორცხვლებული ოპერაციების საბოლოო ანგარიშსწორება ხდება GNNSS სისტემაში, ხოლო უცხოურ ვალუტაში VISA-ს ღონდონის ოფისში. ეროვნულ ვალუტაში Visa პლასტიკური ბარათებით განხორციელებული ოპერაციების კლირინგის სისტემა (GNNSS) წარმოადგენს VisaNet-ის სერვისს Visa ბარათებით ეროვნულ ვალუტაში განხორციელებული ტრანზაქციების ანგარიშსწორებისათვის სისტემის ორგანიზატორი და ოპერატორია "ვიზას" საერთაშორისო ასოციაცია. ხოლო საქართველოს ეროვნული ბანკი წარმოადგენს სისტემის აგენტს, რომელიც ახორციელებს საანგარიშსწორებო ოპერაციების მომსახურებას.

საერთაშორისო და ადგილობრივი ტრანზაქციების დეტალების შედგენის შემდეგ, ყოველი სამუშაო დღის ბოლოს ახდენს მის დამუშავებას და ეროვნულ ბანკს უგზავნის დოკუმენტი ტრანზაქციების ნეტ პოსტინგის კომპიუტერული ბანკების მიხედვით კლირინგის სისტემის მონაწილეობა საქორესპონდენტო ანგარიშებს შეხაბამის გატარებების განახორციელებლად. დღეისათვის საქართველოში მოქმედებს Visa International-ის 12 წევრი ბანკი (6 პრინციპალი და 6 ასოცირებული) და GNNSS სისტემის მონაწილე 7 კომპიუტერული ბანკი.

ადრე თუ გვიან, საქართველოშიც მრავალი ადამიანი დარწმუნდება, თუ რა უპირატესობების მომგანი საბანკო პლასტიკური ბარათი და თანდათანობით მისთვის უნადლო ანგარიშსწორების ეს თანამედროვე ინსტრუმენტი ნაღდი ფულის ალტერნატიულ საშუალებად იქცევა. თუმცა, როგორც იტყვიან, უნაკლო არაფერია და საბანკო ბარათებსაც როგორც უპირატესობა, ისე ნაკლებობებიც ახასიათებს, რომელიც ნებისმიერმა ჩვენთაგანმა უნდა იცოდეს.

რა უპირატესობანი ახასიათებს საბანკო ბარათებს?

ბარათის დაკარგვისგან ან ქურდობისგან დაცვა, რასაკერძოდაა, უსაფრთხოების გრძობა, რომელსაც საბანკო პლასტიკური ბარათი მის მფლობელს ანიჭებს, მისი გამოყენების ერთ-ერთი ძირითადი უპირატესობაა. განსაკუთრებით ეს მგზავრობის დროსაა საგრძნობი. ცხადია, თქვენ შეგიძ

ლიათ თან ატაროთ მსხვილი ფულადი თანხები ნაღდი ფორმით, მაგრამ, დაგეთანხმებით, ეს ყოველთვის მოხერხებული სულაც არ არის: ფული შესაძლოა დაიკარგოს, ან ქურდების ხელში აღმოჩნდეს. პლასტიკური ბარათის შენახვა სპეციალურ ხრიკებს არ მოითხოვს, ხოლო მისი დაკარგვის ან ქურდობის შემთხვევაში მფლობელს საშუალება აქვს დარეკოს ბანკის საპროცესინგო ცენტრში და ბარათთან დაკავშირებული ოპერაციების ბლოკირება სთხოვოს. ბარათის ბლოკირებას შესაძლოა დასჭირდეს რამდენიმე წამიდან რამდენიმე დღემდე, მაგრამ ბლოკირების შემდეგ მომხმარებელი იქნება დარწმუნებული, რომ ბარათით სარგებლობას ვერაფერს შეძლებს. მფლობელი კი ხელახლად გამოშვებულ ბარათს მიიღებს, რომელსედაც შენარჩუნებული იქნება ბლოკირების მომენტისთვის საბარათო ანგარიშზე არსებული თანხა. ერთადერთი ნაკლოვანება ისაა, რომ ხელახლა გამოშვების მომსახურების სანაცვლად ბანკი, როგორც წესი, მფლობელისგან დაიკავებს რაღაც თანხას, რომელიც ჩვეულებრივ უმცაურელოა.

ბარათის უნივერსალურობა. საბანკო ბარათების მოხერხებულობა მათი გამოყენების უნივერსალურობაში მდგომარეობს. ბარათის მფლობელს შესაძლებლობა აქვს თან ატაროს მსხვილი ფულადი თანხები.

საბაუოსთან დაკავშირებული პრობლემების უქონლობა. გქონიათ შერთხვევა, როდესაც მოგიწიათ მებაჟის მოტყუება იმის თქმით, რომ თან მხოლოდ 500 დოლარი გქონდათ. სინამდვილეში კი სადღაც ჩემოდანში ჩაშალული იყო სხვა ქაბიურებიც. რომლებსედაც არაჩაიბო დოკუმენტი არ გაგანიდათ? მრავალი ქვეყნის კანონმდებლობა სლუდავს ან დაეინებოთ უწევს კონკროლს ფულადი სახსრების შემოტანა გატანის თანხებს. პლასტიკური ბარათი სეველუტო ფასეულობას არ წარმოადგენს და საბაუო აღრიცხვის არ ექვემდებარება. შესაბამისად მისი საშუალებით შეიძლება ნებისმიერ თანხის გატანა.

ფულადი გადახდების გეოგრაფია. საერთაშორისო საბარათო ხაგადამხელსო სისტემების საბანკო ბარათებით საქონლისა და მომსახურების შექენა შეიძლება მსოფლიოს უმრავლეს ქვეყანაში. ახევე ინტერნეტში.

ფულადი გადახდების სისწრაფე. ბანკომატების ან საეატრო ტერმინალების საშუალებით ნაღდი ფულის მიღება ან საქონლისა და მომსახურების შექენა წარმოებს ძალიან სწრაფად მსოფლიოს ნებისმიერ ობიექტში.

ანგარიშსწორების მოხერხებულობა. საბანკო პლასტიკური ბარათით საქონლის/მომსახურების საფასურის გადახდისას და, ამასთან, ჩამოწერას დაქვემდებარებული თანხების შემოწმებისას, თქვენ დასლვეული ხართ საკუთარი უწყრადლეობისგან ან მოლარეს შეცდომისგან. მდალიაში ან რესტორანში სტუმრობისას თქვენ არ მოგიწევთ ფიქრი, გეყოფათ თუ არა ფული ყველა საყიდლის ღირებულების გადასახდელად, ან წარდგენილი ანგარიშის დასაფარად. ცხადია, ამისთვის ანგარიშზე საკმარისი სახსრები უნდა გქონდეთ. მაგრამ მაშინაც კი, თუ ისინი არასაკმარისი აღმოჩნდება, საკრედიტო ბარათის მფლობელს საშუალება ექნება ისარგებლოს კრედიტით.

ელექტრონული ფულადი გადახდები. კატალოგებით ან ინტერნეტით შექენის დროს ხშირად საჭიროა საქონლის ღირებულების ელექტრონული გადახდა, რის გაკეთებასაც აგრეთვე საბანკო პლასტიკური ბარათით შეძლებთ.

ანგარიშის შეესება. საბარათო ანგარიშის შეესება შესაძლებელია ბანკის ნებისმიერ განყოფილებაში, ნაღდი ფულის მიღები ფუნქციის (cash-in) მქონე ბანკომატებში ან ინტერნეტ-ბანკის სისტემის მეშვეობით, რომელიც მიმდინარე ანგარიშიდან საბარათო ანგარიშზე ფულის გადარიცხვის

საშუალებას იძლევა. თუ სხვა ქალაქში ან ქვეყანაში იმყოფებით, თქვენი ანგარიში შეგიძლიათ შეაესოთ სწრაფად და უპროცენტოდ. მაშინ, როდესაც საბანკო გადახდის, Western Union-ის მეშვეობით ფულადი გზავნილისა და სხვა მსგავსი მომსახურებების დროს მომხმარებელი გარკვეულ პროცენტებს აკრავს.

მონაწილეობა დისკონტურ პროგრამებში. საბანკო ბარათის მფლობელს შეუძლია მიიღოს ფასდაკლებები სხვადასხვა (მათ შორის, სახელმწიფო-რეზიდენტი) ფორმის საქონლის/მომსახურების შეძენის დროს. ასევე მონაწილეობა მიიღოს ღირებულების და სპეციალურ აქციებში, რომლებსაც ბანკები თავიანთი კლიენტებისთვის აწეობენ. ამასთან, ზოგიერთ ბარათს, რომელსაც, მაგალითად, საბარათო საგადასახდელი სისტემა Diners Club სთავაზობს მომხმარებელს, უპირველეს ყოველისა, სწორედ ფასდაკლებების მისაღებადაა განკუთვნილი.

სრული კონტროლი ხარჯებზე. ანგარიშზე მყოფი ფულისგან განსხვავებით ნაღდი ფულის ხარჯვა, თითქოს, უფრო ადვილია. თქვენი ანგარიშის წარმართვის მიზნით საბანკო პლასტიკური ბარათის გამოყენება შესაძლებლობას მოგცემთ თქვენს ხარჯებს კონტროლი გაუქოთ. ანგარიშის მიხედვით თქვენი აქციების შემოწმებისას თქვენ შეძლებთ საკუთარი მსიყვარულობითი აქტიურობის კრიტიკულ გაანალიზებას და მრავალ უხარგებლო საქონლს, ყიდვისგან თავის არიდებას. ასე გარდა, გათვალისწინეთ, რომ ის ხალხი, რომელიც საქონელს/მომსახურებას ბარათის საშუალებით ყიდულობს, ხარჯების თვალსაზრისით ბევრად უფრო წინდასდელი არის, როგორც არა ერთი მკვლევარი იძახის, ეს "სამედიცინო ფაქტია".

თქვენს ანგარიშზე მიმდინარე წამთისა და ფულადი სახსრების მოძრაობაზე ინფორმაციის მიღება, უმეტეს შემთხვევაში, შეიძლება კონკრეტული ბანკის ბანკომატებში, ინტერნეტ-ბანკინგის საშუალებით, ელექტრონული ფოსტით, ასევე ტელეფონით. გარდა ამისა, ბანკის ნებისმიერ განყოფილებაში შესაძლებელია ბარათით ჩატარებულ თქვენს აქტიურობას დაელოდებული ცნობების მიღება. საბანკო ამონაწერი ხელმისაწვდომია ყოველთვის. ნაღდი ფულით გადახდისას კი საკასო ჩეკს ზოგჯერ არ გასცემენ. ზოგ შემთხვევაში კი თვი იკარგება.

მოხერხებული საშუალება მოგზაურთათვის. ნაღდი ფულისგან განსხვავებით, სახელმწიფო მგზავრობისას, ბარათზე მყოფი ფულადი სახსრების დეკლარირება საჭირო არ არის. რომელ ქვეყანაშიც არ უნდა იმყოფებოდეთ, საჭირო თანხის კონვერტირება მოხდება თქვენი ანგარიშის ვალუტაში: ლარებში, დოლარებში ან ევროში. ამასთან, ეცდებით კურსი, რომელიც Visa-სა და MasterCard-ს აქვთ დაწესებული, როგორც წესი, ბევრად უფრო მომგებიანია, ვიდრე ვალუტის გადამცემულ პუნქტებში მოქმედი კურსი.

რა ნაკლოვანებანი ახასიათებს საბანკო ბარათებს?

ბანკომატების ან ტერმინალების არასაკმარისი გავრცელებულობა. მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში (განსაკუთრებით, აშშ-სა და ევროპის ქვეყნებში) საბანკო ბარათებს პრაქტიკულად ყველა სავაჭრო-მომსახურების ობიექტი იღებს, ხოლო ნაკლებ განვითარებულ ქვეყნებში ბარათების მიღება მსხვილი სუპერმარკეტებით შემოიფარგლება. ასეთ ქვეყნებში ბანკომატების ქსელი და გადახდის საშუალების ხასიათი საბანკო ბარათების მიმღები ობიექტების ქსელი ნაკლებად განვითარებულია. ნებისმიერი ქვეყნის მდარსივში საკასო ტერმინალისა და საკასო აპარატის არსებობა აუცილებელია. მაგრამ

ბანკომატში ფულის არარსებობა. საჭირო იქნება სხვა ბანკომატის მოძებნა და, შესაბამისად, დროის კარგვა;

პინ-კოდის დიფიციტის შემთხვევაში “გამოცნობის” მეთოდით აკრეფა. თუ პინ-კოდს ორჯერ აკრეფთ არასწორად, ბანკომატი საბანკო პლასტიკურ ბარათს დაგიბრუნებთ, მაგრამ მესამე არასწორი აკრეფისას პლასტიკური ბარათი დარჩება ბანკომატში. შედეგად, თქვენ მოგიწევთ ბანკში მისვლა და ბარათის დაბრუნება;

ბანკომატის გაუმართაობა. დაეუშვათ, თქვენ ბანკომატს 600 ლარის ოდენობის თანხის გაცემა უბრძანეთ, მან კი მხოლოდ 60 ლარი გადმოგცაოთ. ანგარიშიდან კი 600 ლარის თანხა ჩამოწერა (ამონაწერის მიხედვით). ამ შემთხვევაში ბანკომატიდან გაუსულელად უნდა დარეკოთ ბარათის გამომწვევებ ბანკში და მოავგაროთ პრობლემა;

პროგრამული ხარვეზი. დაეუშვათ, თქვენ რამე მოსახურების საფასურის გადახდის მიზნით ბანკომატის საშუალებით გაიქვდიველს გადაურიცხეთ ფულადი თანხა, რის შედეგადაც მიიღეთ გადარიცხვის დამადასტურებელი ამონაწერი, მაგრამ გამყიდველმა ფული არ მიიღო. ამ შემთხვევაში თქვენ ამონაწერთან ერთად უნდა მიხვიდეთ ბანკში. სადაც, როგორც წესი, ფულს დაგიბრუნებენ.

ეს ყველაფერი ზოგადად საბანკო ბარათების შესახებ. მაგრამ საინტერესო იქნება საბანკო ბარათის ერთ-ერთი სახის საკრედიტო ბარათის დადებითი და უარყოფითი მხარეების განხილვა, რადგანაც მომხმარებლები, რომლებმაც საკუთარ თავზე გამოსცადეს საკრედიტო ბარათის საშუალებით დაკრედიტების ყველა სიაშიყება. ხშირად ნამდვილ “საკრედიტო ნარკომანებად” იქცევიან და ვეღარ უძლებენ მრავალრიცხოვან ცვლებას. მართლაც, ყველაფერი ძალზედ მარტივია: საკმარისია სუპერმარკეტის თაროზე სასურველი ნივთი დაინახოთ, ჯიბიდან ბარათი ამოიღოთ და გამყიდველს გადაეცეთ. შედეგად სანუკვარი ნივთიც ჩვენია. ამის მერე იწყება “შევი დღეები”: ვალებისა და მათზე დარიცხული პროცენტების გადახდის უსიამოვნო პერიოდი. საბოლოო ჯამში შენაძენი, რომელიც უკვე არც თუ ისე საჭიროდ გეგრევენება, ბევრად უფრო ძვირი გეიჯდება, ვიდრე თუ მას ნაღდი ფულით შევიძენდით.

მსგავსი სიტუაციის შედეგი კი ისაა, რომ გულდაწყვილილი ხალხი, რომელიც უარს ეტო აიბოზს მოხერხებულ სიაშიყებაზე, ყველაფერს ბანკირებს აბრადლებს. ზოგი ადამიანი საკრედიტო ბარათების საკანონმდებლო წესით აკრძალვასაც კი მოითხოვს. რასაკვირველია, ეს გამოსაყალიბო არ არის და ვერც იქნება. ადამიანი ყოველთვის არასახარბიელო მდგომარეობაშია. როდესაც მიდრეკილება აქვს პირველივე მოწონილი ნივთი იყიდოს. არ შეუძლია კრიტიკულად მიუდგეს სარეკლამო დანაპირებს. ან მიხეუული არაა საჭირო მომენტში კალკულატორი გამოიყენოს. ხოლო ის მქედველი, რომელსაც უნარი აქვს საკუთარი სურვილებისთვის ჯეროვანი კონტროლი გაუწიოს, საკრედიტო ბარათის სახით უბადლო დამხმარეს იძენს.

არიან ისეთებიც, რომლებმაც ისიც კი არ იციან, რომელი საპროცენტო განაკვეთი დააწესა ბანკმა საბარათო დაკალიანების მიხედვით. თუმცა, საჭიშ მხოლოდ საპროცენტო განაკვეთში როდია! თანდათანობით ბანკების გონიერმა კლიენტებმა დაიწყეს სატარიფო გეგმების გულმოდგინე შესწავლა. ხელშეკრულების ბოლომდე წაკითხვა და უარის დროული თქმა პროდუქტებსე, რომელთა გამოყენება მხოლოდ ნეგატიური ემოციების მომტანია.

საკრედიტო ბარათის შესენისას, ყურადღება უნდა მივაქციოთ სამ საკვანძო პარამეტრს:

1. მომსახურების დონეს, რომელიც თან ახლავს ბარათის გამოშვებასა და მომსახურებას (მათ შორის, დავალიანების დაფარვის მოხერხებულობა და ბარათიდან ჩამოწერების კორექტულობის შესახებ ინფორმირება);

2. საშეღავათო პერიოდის არსებობასა და მისი გაანგარიშების ნიუანსებს;

3. ბონუსების სისტემას, რომელსაც ბანკი ბარათის მფლობელს სთავაზობს (რასაკვირველია, თუ იგი საერთოდ არსებობს).

ზოლით ვნახით, რა უპირატესობებითა და ნაკლოვანებებით ხასიათდება საკრედიტო ბარათი, თუ თქვენ ჯეროვნად გააცნობიერებთ საკუთარ პასუხისმგებლობას და ყველა დადებითი ასპექტით სარგებლობას გონივრულად შეძლებთ, უარყოფითი შედეგები ნაკლებ გაელენას მოახდენს თქვენსუ.

საკრედიტო ბარათის ძირითადი და უმნიშვნელოვანესი უპირატესობები: საჭირო საქონლის/მომსახურების შეძენის შესაძლებლობა ნებისმიერ მომენტში:

ნაღდი ფულადი თანხების თან ტარების საჭიროების არქონა; მთელ მსოფლიოში ბარათების მიმღები ფართო ქსელი. სასდვარგარეთ საკრედიტო ბარათით სარგებლობა ყველაზე კარგია ხასტუმროთა დაჯავშნის ან აერომანქანათა იჯარის დროს. ხშირად მსგავსი ორგანიზაციები საკრედიტო ბარათზე ბლოკივენ რაღაც "საგარანტიო თანხას" ბლოკირება იხსნება იმ შემთხვევაში, თუ ადგილი არ ექნება რამე ფორს-მაჟორულ სიტუაციებს. აღბათ დაგეუთანხმებით, უფრო ხასიამოვნოა, როდესაც ბლოკირებული არის არა საკუთარი, არამედ სხვისი ფული; ანგარამის მიხედვით მიღებული ამონაწერის საშუალებით საყიდლების უფრო მარტივი აღრიცხვა;

ბონუსებისა და სხვა პრივილეგიების მიღების შესაძლებლობა. საკრედიტო ბარათით შესაძლებელია ფულის ეკონომია. საკრედიტო ბარათის მფლობელს ძალიან ხშირად სთავაზობენ მრავალფეროვან ბონუსებს, მათ შორის ფასდაკლებებს სავაჭრო/მომსახურების ობიექტებში, საზოგადოებრივი კვების დაწესაბუღებებში, ტურისტულ ფორმებში, ავიაკომპანიებში და შ.

საკრედიტო ბარათით სარგებლობის "ძალიან ხასტირო" არ არის ანგარამსუ ხახხრების დეკლარირება სასდვარგარეთ შგაფრობისას;

საკრედიტო ბარათების გამოყენებით ბანკებს საშუალება აქვთ არსებითად შეამცირონ ფულად-საქვადლო მახისა და სხვა ქვადლის საგადამხდელი საშუალებების დამსადების, დამუშაებისა და აღრიცხვის დანახარჯები, ასევე გააკეთონ ცოცხალი შრომის დროისა და ხარჯების ეკონომია;

საკრედიტო ბარათით უფრო რაცინადღურად შეძლებთ თქვენი ბიუჯეტის დაგეგმვის.

გადახედოთ საკრედიტო ბარათით სარგებლობის ძირითად ნაკლოვანებებს:

- თუ ბანკისთვის პროცენტები კრედიტის ფარგლებში შექენის მიხედვით გადაიხდება, მაშინ შექენილი საქონლის ღირებულება იზრდება;
- ბანკი ბარათით განსახორციელებელი ზოგერთი ოპერაციის მიხედვით საკომისიოს აკავებს. ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს საკრედიტო ბარათით ფულის განაღდების ოპერაციას. პრაქტიკულად ყველა ბანკში ამ მომსახურების საკომისიო საკმაოდ მაღალია. გარდა ამისა, ძალიან ხშირად დაკრედიტების საშეღავათო

პერიოდი ნაღდი ფულის მოხსნის ოპერაციაზე არ ვრცელდება. მაშინაც, თუკი იგი ბანკის პირობებითაა გათვალისწინებული. ასე რომ საკრედიტო ბარათით ფულის განაღდებას დროს თქვენ შესაძლოა ბანკის სახსრებით სარგებლობის როგორც საკომისიოს, ასევე, პროცენტის გადახდა მოგიწიოთ. თუ ნაღდი ფული გჭირდებათ, ეზჭობესია, ნუკულებრივი საბანკო კრედიტი აიღოთ, რაც გაცილებით უფრო იაფი დაგოჯდებათ; თუ თვალს არ მიადევნით კრედიტში ყოველთვიურად აღებულ თანხებს, არსებობს ალბათობა იმისა, რომ ფინანსურ გაჭირვებაში აღმოჩნდეთ; ბარათი გზას უხსნის ექსპრომტად (მოკვსადგებლად, ხანუღდახელოდ) გაკეთებულ დაუბეგმაჲ, ემოციურ საყიდლებს. თუ თქვენ "იმპულსურ მყიდველთა" რიცხვს განეკუთვნებით, მაშინ თქვენათვის საკრედიტო ბარათი საცდურთა მეტისმეტად ძლიერი გენერატორია. ბანკირები არც მღდავენ, რომ საკრედიტო ბარათით საყიდლების მნიშვნელოვანი ნაწილი სპონტანურ გადაწყვეტილებების ფარგლებში კეთდება. ადამიანი აწმყე მის მიერ მოწონებულ, მაგრამ არც თუ ისე საჭირო ნივთს და მაშინვე ეიდულობს მას საკრედიტო ბარათის ხარჯზე. შედეგებს კი არ ვფიქრდება. საყესებით შესაძლებელია, მოგვიანებით მან სინანულის გრძნობა გამოთქქს მღდებული გადაწყვეტილების შესახებ. მაგრამ უკვე გეთაი იქნება. ამ შემთხვევაში საკრედიტო ბარათის მყიდობელის სტატუსზე ეზობესია თაიფანვე თქვათ უარო

ინტერნეტში ბარათიდან ფულადი ხასხრების ქურდობის ალბათობა:

საკრედიტო ბარათის დაკარგვის შესაძლებლობა:

რიგ ქვეყნებში სოგიერთი საჲკრომისმოსახურების ობიექტი გადახდის საშეალების სახით საკრედიტო ბარათს არ იღებს.

საქართველოში საბანკო პლასტიკური ბარათების ბაზარს საყვექელი 1998 წელს ჩაეყარა, როდესაც ბარათების გამოყენება დაიწყო "აბსოლუტბანკმა" ამჲჲად ამ ბანკის სამართადმემკვიდრეა "ქართუ ბანკი"

საქართველოში საბანკო პლასტიკური ბარათების საქონლობას არეგულირებს 2007 წლის "დებულება საბანკო პლასტიკური ბარათების შესახებ" ეს დებულება განსაზღვრავს საქართველოს საბანკო სისტემაში პლასტიკური ბარათებით ოპერაციების წარმოებისა და მომსახურების წესს. არეგულირებს ყველა ტიპის საბანკო ბარათის (საკრედიტო, სადებეტო და სხვ) ემისიასთან დაკავშირებულ საკითხებს, განსაზღვრავს ოპერაციების სახეებს მასში მონაწილე მხარეებსა და მათ უფლება-მოვალეობებს, ემიტენტსა და კლიენტს შორის ხელშეკრულების გაფორმების წესსა და გასათვალისწინებელი არსებითი საკითხების ნუსხას, რის საფუძველზეც მოხდება მხარეების ინტერესების დაცვა და გაამარტივებს დავთა გადაწყვეტის გზებს მათი წარმოშობის შემთხვევაში.

აღნიშნული დებულების მიხედვით, ემიტენტს შეუძლია შესთავაზოს ფიზიკურ და იურიდიულ პირებს სადებეტო და საკრედიტო პლასტიკური ბარათები. 2009 წლისათვის საბანკო ბარათებს უშუებდა საქართველოს 13 კომერციული ბანკი.

აღსანიშნავია, რომ სვენს ქვეყანაში საბანკო პლასტიკური ბარათების განვითარება წარმოადგენს ერთ-ერთ სტრატეგიულ მიმართულებას, ამიტომ აუცილებელია დაინტერესებულმა პირმა დაწერილებით შესისწავლოს ბარათების დადებითი და უარყოფითი მხარეები და მერე მიიღოს გადაწყვეტილება რომელი ბანკის რომელი ტიპის ბარათით ისარგებლოს.

პოლიტიკური კომუნიკაციის როლი არჩევნებში

თანამედროვე არჩევნებში პოლიტიკურ კომუნიკაციას უმთავრესი, გადამწყვეტი მნიშვნელობა გააჩნია. არჩევნებში გამარჯვება სრულიად წარმოუდგენელია მისი გამოყენების გარეშე.

პოლიტიკოსების უბედურება იმაშია, რომ ისინი ძალზე უყურადღებონი არიან საკუთარი კომუნიკაციების მიმართ. კომუნიკაცია ძალზე საჭიროა, მაგრამ არის რაღაც უარესი, ვიდრე საერთოდ არ გამოიყენოთ ამ მიზნით რეკლამა - ეს არის მისი ზეტისმეტად გამოყენება, გადაძვინება. ამომრჩევლები მისწრაფიან არა შემარჯულებსსკენ ან შემარცხენებებსკენ, არამედ - თავშეკავებულობისკენ.

თუ კანდიდატი თავის აზრს გამოთქვამს ნებისმიერ საკითხზე, ამ ქცევით იგი აუბრალოებს საკუთარ ხახეს, დაიკავს იგი ყოველდღიურობამდე. ამომრჩეველი მას პატიობს ყველას ხისუსტეს ერთი პირობით - მუდამ უნდა გააკვირვოს.

პოლიტიკო იტანჯება სიტყვებისა და სივრუის სიჭარბით: ყრასების, მადლაფარდოვნების სუდმეტობით. აკეთებს აქცენტს ფორმაზე, რითაც სიანდება შინაარსი.

დღეს პოლიტიკურმა რეალიამ სახე იცვალა - იგი გადაიქცა კომუნიკაციად. ყველაფერი მიედინება, ყველაფერი ერთმანეთს უარყოფს. მოდა გამოდის მოდიდან უფრო ადრე, ვიდრე შუიან მასში. ტენდენციები გაიწოვება ისე, რომ კერ ასწრებენ მიმდინარეობად ჯადაქცევას. არ არიან არც შემარცხენები, არც შემარჯუენები, არც ახალგაზრდები, არც მოხუცები, არც გუშინ, არც ხვალ. ყველაფერი ერთულია ერთმანეთში (ვაკ სეგელა).

ყაქტიურად დგება მულტიშერობინებების ურა. შესაბამისად პოლიტიკოსიც უნდა შეიცვალოს. ახლა უკვე პოაკტი კო არ აქცევს მას "ვარსკვლავად". ეს "ვარსკვლავი" უნდა გამოვსახოს პლაკატზე, გაიკვალოს ყველა ბილიკი და შეეხოს ყოველ ამომრჩეველს. მასობითა გახდება ინტერაქტიური. ყოველი ადამიანი მალე საკუთარი ტელევიორადან, საკუთარი სანფორმაცო ქსელს (ინტერნეტ) ტერმინალიდან შეკლებს დაუკავშირდეს თავის მომაველ რჩეულს. შთაერდება ეტაპი "კომუნიკაცია ამომრჩევლათვის" და მოხდება გადასვლა "კომუნიკაციაზე ამომრჩევლთან".

ამომრჩევლის მოისურვებს, გახდეს მოვლენების აქტიური თანამონაწილე. თუ გუშინ პოლიტიკოსები მანიპულირებდნენ მისით, მომავალში ის თავად გადაიქცევა მანიპულატორად. ხელისუფლებას დაუყოფნება ყლქტრონული მედია: ინტერნეტი, ინტერაქტიური ტერმინალები, ვიდეოფორი. ამომრჩევლი კომპიუტერის მეშვეობით მოითხოვს იდუების გაცვლას. არხის გამოცვლის მუქართთ იგი უმადლესი მოსამართლის რანგში პოლიტიკოსს შესთავაზებს პროგრამაში ამა თუ იმ ცვლილებას. თუ აქამდე წინასაარჩევნო რეკლამა დაიყვანებოდა პრინციპზე "ახლა მე თქვენ თავში ნაგიტენით სიბინტურეს", წინასაარჩევნო კომუნიკაცია დაემყარება პრინციპს - "თქვენ გაქვთ პასუხის უფლება".

აქედან გამომდინარე პოლიტიკოსებმაც უნდა შეცვალონ მეთოდები. ნელ-ნელა მთაერდება პლაკატი-შემოქმედის ეპოქა და იგი ადგილს დაუთმობს მრავალწახნაგოვან ერთობას: რეკლამა + ჭორები + პირდაპირი მარკეტინგი + ტელემატიკა + მოტივაცია + ფონინგი + WWW...

ხეაღინდელი პოლიტიკური ფიარის სპეციალისტი იქნება არა უბრალოდ რეკლამის კარგი მცოდნე, არამედ ტექნიკური კომუნიკატორი, ვიწრო პროფილის ოსტატი და გლობალურობის სპეციალისტი.

დღევანდელ არსებებში კი უნიშვნელოვანეს მომენტად ითვლება სწორი იმიჯის შექმნა. იმიჯის შექმნის ძირითად სტრატეგიასა და მეთოდებს პოსიციონირებისა და მანიპულირებასთან ერთად მიეკუთვნება მითოლოგიზაცია, ფორმატი და ვერბალიზაცია.

მითის დამახასიათებელია განსაკუთრებული კომუნიკაცია, რადგან მასში არის მსმენელი და არა შეტყობინების ავტორი. ამ მიხედვით მითს ვერ გაასანიორებ, ვერავისთან ვერ იკამათებ. ის დასტურდება შესაბამისი ფრაზებით ("საყოველთაოდ ცნობილია", "ყველა ამბობს", "ყველა ასე ფიქრობს" და ა.შ.)

მერაბ მაშარდაშვილი მიუთითებდა, რომ მითური არსებანი აკეთებენ იმას, რასაც ვერ აკეთებს ჩვეულებრივი ადამიანი. მითი არის მუხხიურება იმისა, რაც არ არის და არ იყო. იტო რანკი მითში ხედავდა ადამიანთა განსაზღვრული სურვილების ანარეკლს.

ნებისმიერი ადამიანი დღესაც ცხოვრობს მითების სამყაროში ისე, რომ ხშირად ვერც ამჩნევს ამას. მითები მიუთითებენ ჩვენი სამყაროს მოწყობის წესზე. ეს ითქმის მაგ. აშშ-ზე. მათ მთერ ხელეუწურად შექმნილმა მითმა, რომ აშშ არის თავისუფლების, დემოკრატიის მქედროშე და დამცველი მთელ მსოფლიოში, მისცა მას "უფლება" ოში დაეწყო ურავში და ავღანეთში სწორედ აღნიშნული საბაბით.

არსებობს შემდეგი სახის მითები:

- ა) პარტიული მითები (მაგ: მითები ქართველ დეიბორისტებსა და ნაციონალისტებს, მშრომელთა ინტერესების დამცველებზე და დამსაქმებლებზე)
- ბ) სახელმწიფო მითები (ყოფილ საბჭოთა კავშირში "მშაო, მშაო ხარ ძლიერი", "ახალგაზრდაობა - იმედი ხეაღის", "დუნინი მუდამ ცოცხალია", "სტალინისათვის", "სამშობლოსათვის)
- გ) ოჯახური მითები (მაგ: "მამაკაცი-ოჯახის დამცველი", "ქალი-კერის შემნახველი")
- დ) მითები, რომელთა შემოწმება ხინამდელიეში არ ხერხდება. მაგრამ მაინც არსებობს (მაგ: ქართული მითი, რომ მთორედ მოხელისას იესო ქრისტე ქართულ ენაზე განიკითხავს ყველას)
- ე) მითი, რომელიც წინასწარ ინიშნება უმაღლეს დონეზე და არ გამოიღინარეობს ხინამდელიდიდან (მაგ: სომხური მითი, რომ მესრობ მ-შეცოცმ-ანბანი და დამწერლობა შეუქმნა ქართველებს, რომ სომეხია შოთა რუსთაველი და ა.შ.)

ფორმატის ქვეშ იგულისხმება გამომხელებლისათვის ხელსაყრელი ხილუაციის და პროცესის შექმნა. ერთფეროვანი აუდიტორია უფრო ადვილად ემორჩილება სემოქმედებას, როცა ისინი ახლოს დგანან (სხედან) ურამანეთთან. გულგატეხილი და გულაცრუებული ხილხი მიდრეკილია უფრო მსხუეუქად სემოქმედებაზე და საკუთარი თავის მოტყეებაზე: "ისინი ადვილად იჯერებენ ნათქვამს, თუკი ის შეესაბამება იმას, რისი დაჯერებაც მათ უნდათ (მაგ: საღარბის და უმუშევრობის აღმოფხერა). ისინი მისწრაფიან დაბრუნდნენ ძველ, კეთილ დროში (ი. ბრაუნი)

ამა თუ იმ ფორმატის კარგად ფლობა არსევენებში ვაპარაკების საწინდარია. მაგ: 1960 წლის აშშ-ის პრეზიდენტის არსევენებში ვაპარაკებული

გამოვიდა სატელევიზიო ფორმატი, რომელსაც უკეთ იყო დაუფლებული ჯონ კენედი, ვიდრე მისი მოწინააღმდეგე რინარდ ნიქსონი.

ურთიერთობის დროს კომუნიკაციურ ფენომენს შეუძლია დახმარება გაუწიოს ლიდერს და ბრბოს. ლიდერის უცოდინარობა, არასრულყოფილება იყვება ბრბოს მიერ (ი. მანდელშტამი).

იმიჯოლოგიის ინსტრუმენტებიდან ძალიან მნიშვნელოვანია ვერბალიზაცია. როცა ლიდერს შეუძლია მკაფიოდ და ხატოვნად აღწეროს სიტუაცია. ეს დიდ ეფექტს იძლევა მასებზე უემოქმედების თვალსაზრისით. ვერბალური ღოზუნგები ხდება ნებისმიერი სააარწენო კამპანიის ძირითადი კომპონენტი და შემაღგენელი (მაგ: 2010 წლის ადგილობრივი თეომმართველობის არწენების ღოზუნგები: “გასაკეობელი კიდეე ბეერია, “წვენ შეეკვლით”, “მოუდივარ საქმით – გპირდებით საქმეს” და ა.შ)

მასებზე უემოქმედების დონე მატულობს ინფორმაციის გაცემის დეტალიზაციით. დეტაღებს ყოველთვის უფრო მეტი ნღობა აქვთ, ვიდრე მოღიან აბსტრაქციებს.

ლიტერატურა

1. კ.კ ხეკელია სმებზე ნადირობის ნაციონალური თაეიხებურებანი. თბ: 2010 დ.კამპანიაე. ე.ხახუტაშვილი იმიჯოლოგია. სასოგადოებახიან ურთიერთობა: თბ: 2004
- ვ.შებითიძე. აბუქსიტიციე იმიჯოლოგია, თბ: 2009

საკვანძო სიტყვები:

პოლიტიკური კომუნიკაცია
მულტიმწენობი
კომუნიკაციისა-მომწენეღიან
მიტოლოგიზაცია
ვერბ. დისაცია

Ключевые слова:

Политическая коммуникация
Мультиобщения
Коммуникация с избирателем
Митологизация
Вербализация

Key words

Political communication
Multifaceted unity
Communication with the constituency
Mithologization
Verbalization

Vaja Wubitidze, Giorgii Giorgadze

Роль политических коммуникации в выборах

В современных выборах политическая коммуникация приобретает решающее значение. Наступает конец «коммуникации для избирателей», приходит эра «коммуникации с избирателем».

Наступает эра мультисообщений, должен меняться и политик. Кончается эпоха плакатов и оно уступает место многостороннему единству: реклама + слух + прямой маркетинг + мотивация + телематика + фонинг + WWW. Избиратель захочет стать соучастником событий. К власти придет электронные меди: Интернет. Интерактивные терминалы, Видеофон. С помощью интернета избиратель потребует обмена идеями и предложит изменений в выборной программе.

Vazha Shubitidze, Giorgi Giorgadze

The Role of Political Communication in Elections

Political communication is of great importance in modern elections. Nowadays political communication is gaining in importance – the “communication for the constituency” period is coming to an end and is being replaced by the “communication with the constituency” period. The epoch of posters will also come to an end, it will be replaced by multifaceted unity: advertising + gossip+ direct marketing + telematics + phoning + WWW. E-media will come to power: the internet, interactive terminals, the videophone. Voters insist on exchanging their ideas by the Internet and on their opinion being taken into consideration.

გადაეცა წარმოებას 17.09.2010. ხელმოწერილია დასაბეჭდად 12.10.2010. ქალაქის ზომა 60X84 1/8. პირობითი ნაბეჭდი თაბაზი 25.5. ტირაჟი 100 ეგზ.

საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი“, თბილისი, კოსტავას 77



Verba volant,
scripta manent