

სოციალურ  
მეცნიერებათა  
ჰეჭმორები

N 1, 2021



**V**ECTORS OF  
SOCIAL SCIENCES



საერთაშორისო რეცენზირებადი სამეცნიერო ჟურნალი  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC PEER-REVIEWED JOURNAL

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ-ს  
სამეცნიერო ჟურნალი

# სოციალურ მეცნიერებათა ვებჟურნალი

საერთაშორისო სამეცნიერო რეცენზირებადი  
ჟურნალი

N 1 2021

თბილისი 2021

# სარედაქციო კოლეგია

## ანა ფირსხალაშვილი

სამართლის დოქტორი, პროფესორი, საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ-ს ვიცე-რექტორი სამეცნიერო კვლევითი მიმართულებით (თავმჯდომარე)

## გიორგი ლავთაძე

დოქტორი, პროფესორი, საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ-ს ვიცე-რექტორი სასწავლო მიმართულებით

## გოდარძი ბუჩაშვილი

დოქტორი ასოც. პროფესორი საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ-ს ვიცე-რექტორი ადმინისტრაციული მიმართულებით

## ეკატერინე ქარდავა

სამართლის დოქტორი, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი, საჯარო სამსახურის ბიუროს თავმჯდომარე

## შთაფან შლენაერ

ადმოსავლეთ შვეიცარიის უნივერსიტეტის პროფესორი, დოცენტი

## ეპარტო კლანინი

ემ. პროფესორი, პოტსდამის უნივერსიტეტი. ადამიანის უფლებათა ცენტრის დამფუძნებელი დირექტორი

## მარტინ დალი

ლაზარსკის უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის დეკანი, დოქტორი, პოლონეთის უმაღლესი განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროსთან არსებული აკრედიტაციის საბჭოს წევრი

## ანდრეა აპოლონი

რომის ტორ ვერგატას უნივერსიტეტის პროფესორი

## ჯოანა ფრანსკა

პროფესორი, დოქტორი, პოტსდამის უნივერსიტეტის ლექტორი, პოტსდამის უნივერსიტეტთან არსებული ადგილობრივი თვითმმართველობის კვლევის ინსტიტუტის გამგეობის წევრი

## მარკუს პერბერი

სამართლის დოქტორი, ბერლინის ტექნიკური უნივერსიტეტის, ეკონომიკური სამართლისა და ეკონომიკურ სწავლებათა ინსტიტუტის პროფესორი

## იუსტინა ბოკაიო

დოქტორი, ვროცლავის უნივერსიტეტის სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი. საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობებისა და ევროპული ინტეგრაციის კვლევების დეპარტამენტი

## საბა ფლემინგსი

სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი, bbw Gruppe გენერალური დირექტორი. განათლების კვლევის და ადმინისტრირების ინსტიტუტის დირექტორი. ბერლინისა და ბრანდენბურგის გამოყენებით მეცნიერებათა უნივერსიტეტი

**დარგობრივი მიმართულებები:  
სამართალი**

მიმართულების თავმჯდომარე: სერგო ჭელიძე  
მიმართულების ედიტორები: თეა ჯუღელი  
ბესიკ ლოლაძე  
გიორგი ციცაგი

**ეკონომიკა**

მიმართულების თავმჯდომარე: თენგიზ თაქთაქიშვილი  
მიმართულების ედიტორები: ლაშა ზივზივამე  
პაატა შურღია  
ოთარი აბესამე

**ადმინისტრირება/მართვა**

მიმართულების თავმჯდომარე: რუსუდან ბერიაშვილი  
მიმართულების ედიტორები: ლარისა პატარაია  
ლევანი დუნდუა  
ია წულაია  
თამარ კაკუტია

**ფსიქოლოგია**

მიმართულების თავმჯდომარე: ნოდარ სარჯველაძე  
მიმართულების ედიტორები: მადონა კეკელია  
ინა შანავა  
გიორგი დონაძე  
ლია ქურხული

**ჟურნალისტიკა**

მიმართულების თავმჯდომარე: თინათინ ზაქარაშვილი  
მიმართულების ედიტორები: ია მახარაძე  
მარინე გერმანიშვილი

**პოლიტიკის მენეჯერები**

მიმართულების თავმჯდომარე: აკაკი აზიანიძე  
მიმართულების ედიტორები: ეკა დარბაიძე  
მარინე იტრიაშვილი  
ქრისტინე მაჭარაშვილი

**თექნიკური რედაქტორები:**

ანა ცეცხლაძე  
ნათია გუგუნაშვილი

ISSN 2667 9892

DOI: <https://doi.org/10.51895/VSS>

უკ (udc) 001.5 ს 75

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

რედაქციის აზრი შეიძლება არ ემთხვეოდეს ავტორისას. სტატიაში მოყვანილი ფაქტებისა და მონაცემების სიზუსტეზე პასუხისმგებელია ავტორი

# სარჩევი

## სამართალი

<b>სესილი ქადარია</b> მომხმარებლის სახელმწიფო დაცვის ფარგლები ევროდირექტივასა და საქართველოს სამართლებრივ სივრცეში	6
<b>ნათია ქაშიბაძე</b> ევროკავშირის N2008/48/EC დირექტივის იმპლემენტაციისას წარმოშობილი პრობლემათიკა	24
<b>ნათია მახათაძე</b> ზოგიერთი სამოქალაქო საპროცესო მოქმედების გავლენა სახელმწიფოებო მოთხოვნათა სასარჩელო ხანდაზმულობაზე	35

## ეკონომიკა

<b>პაატა შურღია</b> მოგების გადასახადის ე.წ. “ესტონური მოდელის” დაბეგვის ასპექტები და მისი გავლენა საქართველოს ბიზნეს-გარემოზე	54
<b>ლევან ლაზვიაშვილი</b> თანამედროვე მიდგომები სამეწარმეო საქმიანობის მარკეტინგში.	67

## ადმინისტრირება/მართვა

<b>იანა ოხრიმენკო, ანასტასია მენშიკოვა</b> განათლების სისტემების ჰეტეროგენურობა და უმაღლესი განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობის მოდელი – ევროპული პერსპექტივა	80
<b>ნათია გუგუნაშვილი</b> აგენტიფიკაცია საქართველოს საგანმანათლებლო სექტორში	94

## ჟურნალისტიკა

<b>მარინა გორდელაძე, გიორგი მოლოდინი</b> რა არის „სტრატეგიული კომუნიკაციები“?	108
<b>მარიამ ადამაშვილი</b> ციანიდის საქმე ქართულ მედიაში	126
<b>თინათინ ზაქარაშვილი</b> თანამედროვე ქართული მედიის ენა და მეტყველების კულტურა	138

## პოლიტიკის მახინჯარებაები

<b>ქრისტინე მაჭარაშვილი, გოჩა მიქაუტაძე</b> რუსეთის ენერგეტიკული ექსპანსიონიზმი „ჩრდილოეთი ნაკადი 2“-ის მაგალითზე ევროკავშირში	150
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

# სამართალი



## მომხმარებლის სახელმწიფო დაცვის ფარგლები ევროდირექტივასა და საქართველოს სამართლებრივ სივრცეში

სესილი ქაღარია,

მოწვეული ლექტორი,

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

### აბსტრაქტი

სტატია „მომხმარებლის სახელმწიფო დაცვის ფარგლები ევროდირექტივასა და საქართველოს სამართლებრივ სივრცეში“ განსაზღვრავს მომხმარებლის სამართლებრივ ადგილს სახელმწიფო დაცვაში, იქ სადაც მხარეთა ავტონომია ყველაზე ეფექტურად არსებობს. მართალია, ნების გამოვლენა მომხმარებელს აძლევს უფლებამოსილებას არ დადოს კაბალური ხელშეკრულებები, თუმცა ხშირად „სუსტი მხარე“ მოკლებულია შესაძლებლობას, წინასახელმწიფო მოლაპარაკების ეტაპზე, გაეცნოს გარიგების ყველა მუხლს. მეტიც, მომხმარებელს ხშირად გარიგების მიერთების გარდა, არ რჩება სხვა გამოსავალი.

სწორედ ძლიერი და სუსტი მხარის უფლებების ბალანსში შემოდის სახელმწიფოს ვალდებულება, დაიცვას საკუთარი მოქალაქეები უსამართლო სახელმწიფო პირობებისგან.

2014 წელს საქართველომ დიდი ნაბიჯი გადადგა ევროინტეგრაციის მიმართულებით, როდესაც ხელი მოაწერა ასოცირების შეთანხმებას. სწორედ მე-13 თავი ავალდებულებს სახელმწიფოს დაიცვას და უზრუნველყოს მომხმარებლის უფლებების უპირობო რეალიზაცია.

სტატიაში შედარებით-სამართლებრივი მეთოდით განხილულია ევროკავშირის კონკრეტული დირექტივები, რომელიც უსამართლო სახელმწიფო პირობებისგან დაცვის პრინციპულ განსაზღვრებებს უდგენს სახელმწიფოებს. ნაშრომი მოიცავს ასევე მომხმარებლის უფლებების შესახებ დირექტივისა და საკრედიტო ხაზის დირექტივის კონცეპტუალურ საკითხებს.

სტატია წარმოაჩენს ეროვნული კანონმდებლობის მიდგომასა და საერთაშორისო პრაქტიკის, მართლმსაჯულების სასამართლოს ინტერპრეტაციებს, რაც საბოლოოდ დაეხმარება სამიზნე ჯგუფს მომხმარებლის უფლებების პრინციპების გაცნობასა და დაცვაში.

მოცემული ნაშრომი წინადადებული ნაბიჯია მეტად საპასუხიმგებლო დარგის „მომხმარებლის უფლებების“ გაძლიერებაში.

**საკვანძო სიტყვები:** სუსტი მხარე, კორპორატიული მოსახსამი, ინკოპორირება, ჰარმონიზაციის გეგმა, დირექტივა, რეგულაცია ევროკომისია.

### შესავალი

საქართველო სამართლებრივად და ეკონომიკურად განვითარებადი ქვეყანაა, რომელიც მუდმივად მიისწრაფვის ახალი იდეებისა და რეგულაციების დანერგვისაკენ. ის ცდილობს საერთაშორისო ორგანიზაციის ევროკავშირის წევრი ქვეყანა გახდეს, რომლისთვისაც უმნიშვნელოვანესია მომხმარებლის უფლებები. ევროკავშირის ფუნქციონირების შესახებ შეთანხმება პირდაპირ ხაზს უსვამს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ვალდებულებაზე

წვერი სახელმწიფოებისთვის, რაც ერთგვარი სიგნალია შესაბამისი, ეფექტური საკანონმდებლო ბაზის შექმნისთვის.

მომხმარებელთა უფლებები ყოველდღიურად საბანკო, მომსახურებისა, თუ ვაჭრობის სფეროში ირღვევა. განსაკუთრებით საგანგაშო სიტუაციას ვხედავთ საბანკო/საფინანსო სისტემაში, სადაც კაბალური ხელშეკრულების დადება წარმოადგენს ორდინალურ ფაქტს. რა ბერკეტები გააჩნია მომხმარებელს საკუთარი უფლებების დასაცავად? როგორ უნდა უზრუნველყოს სახელმწიფომ საკუთარი ბიზნეს სუბიექტების სამართლებრივ ჩარჩოებში მოქცევა, ისე რომ არ დაირღვეს ბალანსი თავისუფალ სავაჭრო ურთიერთობასა და მომხმარებლის უფლებების დაცვაში.

თემის აქტუალობიდან გამომდინარე, საინტერესოა განვიხილოთ ხელშეკრულების თავისუფლების ქრილში მომხმარებლის დაცვის გარანტიები, ევროკავშირის სამართალში მოქმედი დირექტივები და მათი გავლენები სასამართლო ხელისუფლებაზე.

სტატიაში განხილულია ასევე, ასოცირების შეთანხმების როლი ეროვნულ კანონმდებლობაში და სასამართლო გადაწყვეტილების ანალიზით შეფასებულია მომხმარებლის დაცვის სტანდარტები.

ნაშრომში განხილული საკითხები დაეხმარება პრაქტიკოს იურისტებს, მოსამართლეებსა და დარგის სპეციალისტებს „მომხმარებლის უფლებების“ დაცვაში.

### 1. ხელშეკრულების თავისუფლება მომხმარებლის უფლებებთან მიმართებით

ხელშეკრულების თავისუფლების პრინციპი არის ფუნდამენტალური პრინციპი საქართველოს სამოქალაქო კანონმდებლობის განვითარებისთვის. ის თავისი არსით ნების ავტონომიურ პრინციპთან ერთად ზრდის ქვეყნის ეკონომიკურ მაჩვენებელს, ასტაბილურებს სამოქალაქო ბრუნვას და ასევე, დავების წარმოშობის რისკების მინიმალიზაციას ახორციელებს. მხარეებისთვის ხელშეკრულების თავისუფლების მინიჭებით, რეალურად სამოქალაქო სამართლის მნიშვნელოვანი ინსტიტუტების განვითარებასთანაც მივდივართ, ვინაიდან სწორედ არსებული მტკიცებულებებითა და სასამართლო გადაწყვეტილებით შესაძლებელია ნორმის დახვეწა და პრაქტიკაში რეალიზება. ხელშეკრულების თავისუფლება საკანონმდებლო დონეზე არის რეგულირებული, კერძოდ სამოქალაქო კოდექსის 319-ე მუხლის 1-ლი ნაწილი მხარეებს შეუძლიათ თავისუფლად განსაზღვრონ არამხოლოდ გარიგების ფორმა, არამედ შინაარსიც. კანონმდებლის ერთადერთი მოთხოვნა მდგომარეობს, შემდეგში გარიგების ობიექტი შეესაბამებოდეს კანონის იმპერატიულ ჩარჩოს.

მიუხედავად მისი მაღალი სამართლებრივი ინტერესისა, ხელშეკრულების თავისუფლება არ არის აბსოლუტური ხასიათის, კანონით გათვალისწინებულ შემთხვევებში შესაძლებელია მისი შეზღუდვა. სამოქალაქო კოდექსის 346-ე მუხლის მიხედვით, ბათილია ხელშეკრულების ის სტანდარტული პირობა, რომელიც ნდობისა და კეთილსინდისიერების პრინციპების საწინააღმდეგოდ მიდის და ამით ერთმნიშვნელოვნად ზიანს აყენებს მეორე მხარეს. მართალია კანონმდებელი მხარეებს სამოქალაქო ბრუნვაში, განსაკუთრებით ხელშეკრულების თავისუფლების ქრილში, განუსაზღვრელ უფლებებს ანიჭებს, თუმცა ის იმპერატიულად კრძალავს კეთილსინდისიერებისა და ნდობის წინააღმდეგ მიმართულ გარიგებებს, რომლებიც სამწუხაროდ არცთუ იშვიათ მოვლენას წარმოადგენს საქართველოს რეალობაში. მიუხედავად კეთილსინდისიერების ცნების უზოგადესი განმარტებისა, ალბათ მაინც შევძლებ საერთო ელემენტების პოვნას და კანონმდებლის ნების განსაზღვრას, ვინაიდან ხელშეკრულების თავისუფლების ქრილში არ უნდა მოხდეს მხარის დაჩაგვრა და პირობების არსებითად საზიანოდ განმარტება. საქართველოს პრაქტიკის მაგალითზე, აქტიურ სამოქალაქო ბრუნვაშია კაბალური პირობების შემცველი გარიგებები, რომლებიც გამოიყენება



მომხმარებლების საწინააღმდეგოდ და რომელიც თითქოს ხელშეკრულების თავისუფლების ჭრილობა დანახული.

მართლაც, არ არსებობს საზოგადოების წევრი, განურჩევლად სოციალური სტატუსისა, რომელიც არ სარგებლობს მომხმარებლის უფლებებით. თითოეული ჩვენგანი ყოველდღიურ ცხოვრებაში არაერთ გარიგებას ვდებთ მეწარმე სუბიექტებთან, თუმცა ხშირად ამ გარიგების სამართლებრივი არსი არ გვესმის. საზოგადოების უმეტესობა, გარიგების დადების მომენტში არ ფიქრობს მის შინაარსზე და მხოლოდ არასასრულეული ფაქტების წინაშე აღმოჩენისას ხვდება მისი, როგორც მხარის სისუსტეს. ეს გასაგებიცაა, ვინაიდან სამართლებრივი თვითშეგნების დონე უმრავლესი ქვეყნის მაგალითიდან ჩანს, რომ დაბალია. თავად ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლო აფიქსირებს, რომ მომხმარებელი არის სუსტი მხარე გამყიდველთან ან მიმწოდებელთან ურთიერთობაში საბაზრო ძალაუფლებისა და ინფორმაციის დონის გათვალისწინებით. სწორედ ამიტომაცაა, რომ მომხმარებელი მუდმივ დახმარებას საჭიროებს, ძლიერი მხარე, ანუ მეწარმე, სამომხმარებლო გარიგების დადებისას, ბევრ შემთხვევაში სარგებლობს მომხმარებლის მიერ კანონის უცოდინრობით, კომერციული ცოდნის უქონლობით, გარიგების საგნის შესახებ სათანადო ინფორმაციის არფლობით და ა.შ.<sup>1</sup> რა ინტერესს ხედავს სახელმწიფო მომხმარებლის უფლებების დაცვაში და რომელი კანონმდებლობით რეგულირებულ სამართლებრივ სიკეთეს წარმოადგენს ის?

მომხმარებელთა უფლებების დაცვა პირდაპირ კავშირშია სამოქალაქო ბრუნვის განვითარებასთან. ბაზარი, თავის მხრივ, რეგულირდება მასზე არსებული მოთხოვნა-მიწოდების ურთიერთქმედებით, რომლის სუბიექტები არიან ბაზარზე მოთამაშე სამომხმარებლო გარიგებათა მხარეები - მომხმარებელი და კონტრაჰენტი. სამომხმარებლო კანონმდებლობაში საკმაოდ დიდია მგრძნობელობა მომხმარებლებისადმი და მათი დაცვა განსაკუთრებული პრიორიტეტის საგანია. აღნიშნული, უპირველეს ყოვლისა, თანამედროვე სამყაროსათვის დამახასიათებელი მიდგომების გამოძახილია, რამეთუ თანამედროვე სამართალი პიროვნების უზენაესობას აღიარებს, ხოლო პიროვნების უზენაესობის განმსაზღვრელი ფაქტორია მისი უფლებებისა და თავისუფლებების მაქსიმალური რეალიზება. ამასთან, მომხმარებელთა განსაკუთრებული დაცვა და უსაფრთხოების ძლიერი გარანტიების შექმნა დაკავშირებულია ბაზრის ზრდასა და განვითარებასთან, ჯანსაღ კონკურენციასთან.<sup>2</sup> მომხმარებლის სტატუსით სარგებლობს, როგორც ფიზიკური ასევე იურიდიული პირიც, თუმცა სუსტ მხარედ მართებულია რომ მივიჩნიოთ ფიზიკური პირი. მას სახელმწიფოსგან გაცილებით მაღალი სტარდარტით ესაჭიროება სამართლებრივი დაცვა, ვინაიდან იურიდიული პირი საქონლის შექმნისას წარმოდგენლია იურისტებით, რაც მისი მსხვერპლად ყოფნის რისკს ამცირებს. სწორედ ამიტომაც აქცენტი გაკეთებულია ფიზიკურ პირთან მიმართებით.

როგორც ცნობილია, კაბალური პირობების ხელშეკრულებაში ჩადებით ძლიერი მხარე არამხოლოდ მომხმარებლის უფლებებს არღვევს, არამედ სამოქალაქო სამართლის ფუნდამენტურ პრინციპს „კეთილსინდისიერებას“. პრაქტიკაში არსებობს შემთხვევები, როდესაც ხელშეკრულების თავისუფლებით და ორმხრივი ნების გამოვლენით ჭკვიანურად იბოჭება არაკეთილსინდისიერი მხარე. აქედან გამომდინარე, საინტერესოა თუ სად გადის ზღვარი კეთილსინდისიერების პრინციპსა და ხელშეკრულების თავისუფლებას შორის და რა ბერტკეტები გააჩნია მხარეს სამართლებრივად თავდასაცავად? პირველ რიგში უნდა განიმარტოს კეთილსინდისიერების ცნება და ნიშნები.

<sup>1</sup>ე.ქარდავა, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ევროპული სტანდარტების შედარებითსამართლებრივი მიმოხილვა ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების მაგალითზე, ქართული სამართლის მიმოხილვა, 2007, გვ.126.

<sup>2</sup> იქვე, გვ 122.

## 2. კეთილსინდისიერების პრინციპი სახელშეკრულებო სამართალში

თანამედროვე ქართულ სამართლებრივ სივრცეში კეთილსინდისიერება მატერიალურ სამართლებრივ ნორმად გადაიქცა და სამართლიანობასა და თანასწორობაზე დამყარებულ სამართლებრივ სისტემაში გაერთიანდა, რითაც უფრო ფართო დატვირთვა შეიძინა. კეთილსინდისიერების პრინციპი თანამედროვე განვითარებული ქვეყნების კანონმდებლობასა და დოქტრინაში დიდწილად დაკავშირებულია მორალურ სტანდარტებთან. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 361-ე II მუხლით გათვალისწინებულია შემდეგი: “ვალდებულება უნდა შესრულდეს ჯეროვნად, კეთილსინდისიერად, დათქმულ დროსა და ადგილას”.<sup>3</sup> ამ დათქმით კანონმდებელმა სახელშეკრულებო ურთიერთობაში შემავალი სუბიექტები დაავალდებულა კეთილსინდისიერად განეხორციელებინათ მოქმედებები. კეთილსინდისიერების პრინციპის მრავალგვარმა ფუნქციამ გამოიწვია ის, რომ სამოსამართლო სამართალში იგი გამოყენებულ იქნა სამართლიანი შედეგების დადგომისათვის და, ამავე დროს, აშკარად უსამართლო შედეგის აცილებისთვის.<sup>4</sup> კეთილსინდისიერების პრინციპით უნდა იხელმძღვანელოს სამოქალაქო სამართლის სუბიექტებმა.

როგორ შეიძლება დავაკვალიფიციროთ პირის ქმედება არაკეთილსინდისიერად? ნებისმიერი გონიერი ადამიანისთვის მისი ქმედება უნდა შეიცავდეს წინასწარ, განზრახ ბრალეულობის ნიშნებს, ვინაიდან მის მოქმედებებში აშკარად ჩანს არსებული პრინციპის დარღვევა.

სამოქალაქო კოდექსის მე-8 მუხლით სამოქალაქო სამართლის კონტრაქტები ვალდებულნი არიან კეთილსინდისიერების ფარგლებში განახორციელონ უფლებები და მოვალეობები. კანონმდებლის ამ დანაწესმა განსაზღვრა კეთილსინდისიერება, როგორც სავალდებულო კომპონენტი ხელშეკრულებისთვის, მიუხედავად იმისა, მხარეები რა პირობებით შემოიფარგლებიან, ეს მაინც განისაზღვრება უპირველეს შესასრულებლად. აღნიშნული მუხლი იმპერატიულია და მხარეები ვერ გამოირიცხავენ მის მოქმედებას.

უნდა აღინიშნოს, რომ წინამდებარე ნორმები განაპირობებს სამოქალაქო ბრუნვის მართლზომიერებას. გარდა აღნიშნულისა, კერძო სამართლებრივ ურთიერთობათა კეთილსინდისიერად წარმართვის ვალდებულებას სამოქალაქო კოდექსის არაერთი ნორმა იმპერატიულად უთითებს, ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ ბუნდოვანი ნორმის განმარტება ისევე კეთილსინდისიერების პრინციპზე დგას და მის ირიბ ინტერპრეტაციას საჭიროებს. კეთილსინდისიერების პრინციპის ფუნქცია კონტრაქტების ინტერესების არა დაპირისპირება, არამედ მათი დაცვაა, რაც ერთგვარ სოლიდარობას ქმნის სამართლებრივ სივრცეში. ის მოვალეობის შესრულების ვარაუდიცაა. კეთილსინდისიერება ნიშნავს სამოქალაქო ბრუნვის მონაწილეთა მოქმედებას პასუხისმგებლობით და ერთმანეთის უფლებებისადმი პატივისცემით მოპყრობას. კეთილსინდისიერების პრინციპზე დაყრდნობით აღმოიფხვრება როგორც კანონის, ისე ხელშეკრულების ხარვეზი.

კეთილსინდისიერების პრინციპი განმტკიცებულია ასევე საერთაშორისო ხელშეკრულებასა და შეთანხმებაში, კერძოდ ვენის კონვენცია სახელშეკრულებო სამართლის შესახებ, სადაც საქართველო საყოველთაოდ აღიარებს კეთილსინდისიერების პრინციპს და ხაზს უსვამს 31-ე მუხლის 1-ლი პუნქტით, რომ: “ხელშეკრულება უნდა განიმარტოს კეთილსინდისიერად, ჩვეულებრივი მნიშვნელობის შესაბამისად, რომელიც ხელშეკრულების ტერმინებს უნდა მიეცეს მათ კონტექსტში და ასევე გამომდინარე ხელშეკრულების ობიექტიდან და

<sup>3</sup> საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის 361-ე, პარლამენტის უწყებანი, 31, 24/07/1997.

<sup>4</sup> ა. იოსელიანი, კეთილსინდისიერების პრინციპი სახელშეკრულებო სამართალში (შედარებით-სამართლებრივი გამოკვლევა), ქართული სამართლის მიმოხილვა, სპეციალური გამოცემა, თბილისი, 2007, 12.

მიზნებიდან”.<sup>5</sup> ზემოაღნიშნული მსჯელობიდან გამომდინარეობს, რომ სამოქალაქო ურთიერთობაში დაუშვებელია კეთილსინდისიერების პრინციპის უგულვებლყოფა. ხელშეკრულების თავისუფლების განხორციელების დროს მხარეს კანონმდებელი ანიჭებს უდიდეს ძალაუფლებას, თავად წარმართოს სამოქალაქო ბრუნვა, დადოს შეზღუდვების გარეშე ნებისმიერი კანონიერი ხელშეკრულება და ასევე განსაზღვოს პირობა. თუმცა, მიუხედავად ამ თავისუფლებისა მხარე იზღუდება კანონიერი ბოჭვის ფარგლებით, მას ენიჭება კეთილსინდისიერად მოქმედების ვალდებულება და ზოგადი პრინციპების დაცვა. ანგლო-ამერიკული სამართლის ქვეყნების სასამართლოების უმეტესობა მოპასუხე მხარეს ორი განსხვავებული სტანდარტით აფასებს, მოქმედებდა თუარა მოპასუხე კეთილსინდისიერად, ან არაკეთილსინდისიერად.<sup>6</sup> ეს ნიშნავს, რომ მხარე მოქმედებდა პატიოსნად და არა თვითნებურად, თანამშრომლობდა თუარა მეორე მხარესთან განსაზღვრული მიზნის მისაღწევად.<sup>7</sup> კეთილსინდისიერების პრინციპს საერთო სამართლის ქვეყნები ძირითადად კორპორატიულ სამართლის ჭრილში ხედავენ, კერძოდ კომპანიის დირექტორი ან წარმომადგენლობაზე უფლებამოსილი პირი მოქმედებდა თუარა კეთილსინდისიერად მესამე პირებთან ხელშეკრულების დარღვევისას. ეგრეთწოდებული “Business Judgment Rule” იცავს კომპანიის დირექტორს კორპორატიული “მოსასხამით” და მისი არაკეთილსინდისიერი მოქმედების მტკიცების ტვირთს აკისრებს მოსარჩელე მხარეს. ჩემი სტატიის ძირითადი მიზანაც სწორედ მომხმარებელზე ორიენტირებული სახელშეკრულებო ურთიერთობის დანახვაა ევროკავშირის სამართალში, რომელიც ასე დეტალურად და მყარად იცავს „სუსტი მხარის“ ინტერესებს. საინტერესოა თავად მომხმარებლის უფლებების წარმოშობის პრეისტორია.

### 3. ევროკავშირში მომხმარებლის უფლებების წარმოშობა

მსოფლიო გლობალიზაციამ და საერთაშორისო ბიზნეს სექტორის განვითარებამ გამოიწვია მომხმარებლის უფლებების დაცვის მექანიზმის შექმნა.

“ყოველი ჩვენგანი მომხმარებელია”- პრეზიდენტ კენედის მიერ წარმოთქმული ეს სიტყვები უძღვოდა მომხმარებელთა ოთხი ფუნდამენტური უფლების- ინფორმაციის მიღების, უსაფრთხოების, არჩევანისა და წარმომადგენლობის- საყოველთაო აღიარებას.<sup>8</sup> სწორედ ამერიკის შეერთებული შტატები გახლდათ მომხმარებლის უფლებების წარმოშობის სახელმწიფო. 1950-იან წლებში ევროპის სახელმწიფოებიც შეურთდნენ ამ აქტივობას და არაერთი საერთაშორისო ორგანიზაცია ჩამოყალიბდა სამართლის ამ დარგის განსავითარებლად. პირველი მომხმარებელთა დაცვის ორგანიზაცია ევროპაში ჩამოყალიბდა 1945 წელს დენმარკში, ხოლო ინგლისში 1955 წელს სახელმწიფო დონეზე მთავრობამ შექმნა „Consumer Council“, რომელიც ეხმარებოდა დაზარალებულ პირებს სავაჭრო ურთიერთობებში. თავისი არსით მომხმარებლის უფლებების არმოშობა დაკავშირებულია სავაჭრო ბაზრის განვითარებასთან, სადაც გვყავდა გამყიდველი და მყიდველი, ხოლო ხელშეკრულების საგანს წარმოადგენდა კონკრეტული საქონელი. პირველი რეალური ევროპული ნორმატიული აქტი იყო რომის ხელშეკრულება, სადაც მკაცრად განისაზღვრა მომხმარებლის ძალა საკანონმდებლო დონეზე.

<sup>5</sup> ვენის კონვენცია სახელშეკრულებო სამართლის შესახებ 31-ე მუხლის მესამე პუნქტი, N1/1-რს, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 11.12.2014.

<sup>6</sup> <http://www.rotlaw.com/legal-library/what-is-good-faith/> [უ.გ.24/04/2017].

<sup>7</sup> <https://www.accc.gov.au/business/franchising/acting-in-good-faith#more-information>>Australian Competition & Consumer Commission, Acting in good faith. [უ.გ. 02/01/2021].

<sup>8</sup> თ. ლაკერბაია, ინფორმირებული მომხმარებლის ევროპული სტანდარტი, სამართლის ჟურნალი #1, 2015, 1461. ობ. (ვოლ., 28:29, 2006), 90.

სამართლის წინამდებარე დარგში გარდამტეხი როლი ითამაშა მასტრიხტის ხელშეკრულებამ, რომელსაც ხელი მოეწერა 1992 წლის 7 თებერვალს. ამ აქტმა გამოიწვია ევროპული საზოგადოების სიღრმისეული ჩართულობა, ხოლო სამართლებრივად კი შექმნა რეალური დამცავი ბერკეტები, რომელიც მანამდე არცერთ საკონომდებლო აქტში არ იყო გაწერილი. 1990 წლიდან European Commission-მა უზრუნველყო 3 წლიანი ჰარმონიზაციის გეგმის შემუშავება, რომელიც ითვალისწინებდა რიგი ქვეყნების მიერ წინამდებარე აქტის რატიფიცირებასა და ადგილობრივი კანონმდებლობის მასთან დაახლოებას.<sup>9</sup> პირველმა ჰარმონიზაციის გეგმამ პოზიტიური შედეგი ვერ მოიტანა, ვინაიდან წინააღმდეგობაში მოდიოდა ევროპული ქვეყნების შიდა საკანონმდებლო ბაზებთან, რომლის სრული ტრანსფორმაციაც არ ისურვა წევრმა სახელმწიფოებმა.

მეორე ჰარმონიზაციის გეგმა გაიწერა 1993-95 წლებში, ხოლო ყველაზე ეფექტური გალხდათ მესამე 1996-97 წლებში შემუშავებული, რომელმაც თან უზრუნველყო მომხმარებლის ინფორმირებულობის სტანდარტების შემოღება, ამასთანავე შეიმუშავა შესაფერისი სტრატეგია ამ პოლიტიკის განსავითარებლად.

EC Directive 85/574 დირექტივის იმპლემენტაციით, იტალიაში ჩამოყალიბდა პირველად მწარმოებლის პასუხისმგებლობის საკითხი ნებისმიერი იმ ზიანისთვის, რომელიც იადგა მომხმარებელს პროდუქციის ნაკლის გამო.

The Legislative Decree 174/95 იტალიაში წარმოშვა მომხმარებლის მიერ ხელშეკრულებიდან გასვლის, სამართლიანი პირობებისა და გარანტიების საკითხი. ხშირ შემთხვევაში მომხმარებელი ვერ ითხოვდა სახელშეკრულებო დონეზე ჯარიმას გამყიდველის მიერ ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების დაგვიანების მიუხედავად. ეს პრობლემა წინამდებარე აქტით აღმოიფხვრა.<sup>10</sup>

დღევანდელი მდგომარეობით, ევროპულ სამართალში მოქმედებს *დირექტივები* და *რეგულაციები*. დირექტივები გახლავთ ევროკავშირის სამართლის ტრადიციული ინსტრუმენტი, რომლის იმპლემენტაციაც სავალდებულოა წევრი სახელმწიფოებისთვის, არსებობს მინიმალური (მოიცავს მინიმალური დაცვის სტანდარტებს და სახელმწიფო თავად განსაზღვრავს რა დაცვის მექანიზმები აირჩიოს საკონომდებლო აქტებში) და მაქსიმალური დირექტივა (მაქსიმალური დაცვის სტანდარტი, პირდაპირ ხაზგასმულია ევროკავშირის მიერ თუ რა დირექტივების იმპლემენტაცია უნდა განახორციელოს წევრობის მოსურვე სახელმწიფომ), რომელსაც ევროკავშირი უწესებს განვითარებად ქვეყანას, რომელსაც სურს ევროკავშირში გაწევრიანება. რეგულაციებს რაც შეეხება, ის გახლავთ სავალდებულო ხასიათის მატარებელი აქტები, მისი იმპლემენტაცია არ არის სავალდებულო, ვინაიდან ისედაც მოქმედებს წევრი სახელმწიფოებისთვის. აღნიშნული საკითხი უფრო და უფრო აქტუალური/პოპულარული ხდება ევროკავშირის სამართალში.

#### 4. სახელშეკრულებო სამართლის მარეგულირებელი დირექტივები

##### 4.1. უსამართლო სახელშეკრულებო პირობების დირექტივა 93/13/EEC

მოცემული დირექტივა არის ძალიან ცხადი და იმპერატიული, ის აბსოლუტურად იხრება მომხმარებლის ინტერესების დასაცავად და მკაფიოდ ადგენს სტანდარტული პირობების არსებობის პრერეკვიზიტებს. მისი ანალიზით ყველა ნორმა, რომელიც არ არის ზეპირად შეთანხმებული და დადასტურებული მომხმარებლისგან, რომელიც არსებული პრაქტიკის განსხვავებულ სურათს ადგენს - არის არასტანდარტული დანაწესი და საჭიროებს ზეპირ

<sup>9</sup> ob. Il piano d'azione della Commissione CE, in "Rivista critica di Diritto Privato", II/94, p. 153.

<sup>10</sup> [https://www.nyulawglobal.org/globalex/International\\_Law\\_Consumer\\_Protection.html#\\_edn4](https://www.nyulawglobal.org/globalex/International_Law_Consumer_Protection.html#_edn4) [უ. გ. 22/02/2021].

განმარტებას. განმარტება უნდა გაკეთდეს მკაფიოდ გასაგებ ენაზე, მარტივად და მომხმარებელს უნდა მიეცეს გააზრების შესაძლებლობა. როგორც მოგეხსენებათ, სამომხმარებლო ხელშერკულებები გამოირჩევა მოცულობით და ხშირ შემთხვევაში თავად იურისტებისთვისაც კი რთულია მსგავსი კონტრაქტების დეტალური ანალიზი. აქედან გამომდინარე, ორი ძირითადი ვალდებულება ეკისრება ძლიერ მხარეს: 1. ტექსტი იყოს გასაგებ ენაზე, შესაბამისი შრიფტით ფორმულირებული, 2. ყველა არასტანდარტული ნორმა იყოს ზეპირად განმარტებული მომხმარებლისთვის. ამ ფაქტს უსვამს ხაზს The European Court of Justice (ECJ) სასამართლო პრაქტიკა, რომელიც მუდმივად ხედავდა ძლიერი მხარის ძალას კონტრაქტის პირობებში. მოცემულმა დირექტივამ კი საოცარი ეფექტი განახორციელა ეროვნულ კანონმდებლობაში, როდესაც ყველა არასტანდარტული, პრაქტიკისგან უცხო ნორმის განმარტების ვალდებულება დააკისრა ძლიერ მხარეს. ძალიან ხშირად მსგავსი ნორმები ეწინააღმდეგებოდა მხარეთა ავტონომიასაც კი.<sup>11</sup> ამასთანავე, უნდა აღინიშნოს, რომ მომხმარებელი შემდგომში თავადაც ვერ გამოიყენებს ბოროტად მის მდგომარეობას, ვინაიდან სტანდარტული ნორმების ზეპირად განმარტების ვალდებულება არ ეკისრება მეორე მხარეს.<sup>12</sup> ჩემი აზრით, ძალთა თანაფარდობა ლოგიკურად არის წინამდებარე დირექტივით გადანაწილებული და ზომიერად იცავს მომხმარებლის უფლებებს. წინამდებარე დირექტივის მთავარ მიზანს ასევე წარმოადგენს წვერი სახელმწიფოების სამართლის სისტემის დაახლოება, უსამართლო პირობების მინიმალიზაცია სახელშეკრულებო სამართალში და სრული ჰარმონიზაცია წინამდებარე იმპერატიული ჩანაწერების.

საინტერესოა ის გარემოება, რომ წინამდებარე დირექტივა მიიღეს 1993 წელს და არცერთი დანართი/დამატება არ მიუღიათ მას შემდეგ. ეს დირექტივა სასამართლოზე კონტროლის პასუხისმგებლობას არ აკისრებს, თუმცა სადავოობის შემთხვევაში იყო თუ არა სტანდარტული ნორმა განმარტებული მხარის მიერ ამის გამოკვლევის ვალდებულებას ნამდვილად ანიჭებს. ნორდიკის სამართლის მიმოხილვაში, უკმაყოფილება გამოიხატა Thomas Wilhemsson-ის მიერ თავის სტატიაში, სადაც იმ სირთულეებზე აქვს ხაზგასმული, თუ ვის ეკისრება მტკიცების ტვირთის ამ სადავო ნორმის ზეპირი განმარტება განხორციელდა/თუ არა და როგორ იქნება პრაქტიკაში მსგავსი საშუალებები ხელმისაწვდომი. მისი თქმით: „სახელშეკრულებო თავისუფლების დიდი პატივისცემის მიუხედავად, უსამართლო სახელშეკრულებო დირექტივა ყველაზე მინიმალურად გადაჭრის პრაქტიკაში არსებულ პრობლემებს, მან მხოლოდ არასტანდარტული სახელშეკრულებო ნორმა მოაწესრიგა, როდესაც თქვა მისი ზეპირად შეთანხმების ვალდებულებაზე. ასევე არ არსებობს შესაბამისი შეზღუდვა CPA -ს დანართებშიც კი.“<sup>13</sup>

#### 4.2. საცალო ვაჭრობის დირექტივა (99/44/EC, OJ L 171, 7.7.1999)

წინამდებარე დირექტივის თავში მიმოვიხილავთ საცალო ვაჭრობისას დირექტივის მოქმედების სფეროს, მათი განმარტების მექანიზმებსა და სხვადასხვა წევრ სახელმწიფოში წარმოშობილ პრობლემატურ საკითხებს.

როგორც პრაქტიკიდან იკვეთება სამი გზა არსებობს წინამდებარე დირექტივის იმპლემენტაციისთვის. პირველი გზა წარმოადგენს კანონმდებლის მექანიზმი მარტივად შეუსაბამოს არსებულ პრაქტიკას, ანუ მხოლოდ "თარგმნოს" ცალკე აქტით. ასეთი მინიმალისტური მიდგომა ერთი მხრივ ინარჩუნებს დირექტივის რეჟიმს "როგორც არის" გარეშე სისტემაზე შეხებისას. თუმცა, ამ შემთხვევაში კანონმდებელი თვალს ხუჭავს

<sup>11</sup> A. M. Mancaleoni, 'The Obligation on Dutch and Italian Courts to Apply EU Law of Their Own Motion' (2016) 24 European Review of Private Law, Issue 3/4, pp. 553.

<sup>12</sup> *ib.* COUNCIL DIRECTIVE 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts 93/13/EEC.

<sup>13</sup> T. Wilhemsson, Implementation of the EC Directive on Unfair Contract Terms in Finland, The, 1997, Page 7.

თანმხლები რეჟიმების პრობლემებზე, ვინაიდან დირექტივა უბრალო თარგმნით ვერ აისახება და გამოხმაურება არ განხორციელდება არსებულ გაყიდვების პრებლემატიკასთან. მიუხედავად არსებული სირთულეებისა ზოგიერთმა ქვეყანამ მაინც ეს გზა აირჩია ( ესენია: ინგლისი, იტალია, შოტლანდია). მეორე გზა გახლავთ, დირექტივის იმპერატიული ნორმების შიდა რეგულაციებთან ინკორპორირება. როგორც მოგეხსენებათ, ის სახელშეკრულებო სამართალთან მჭიდრო კავშირშია, შესაბამისად სამოქალაქო კოდექსის ზოგიერთი ნორმის მორგება იქნება საჭირო, რათა ჰარმონიზაცია განხორციელდეს არსებული ვერსიის. ეს მესამე ვარიანტი ნამდვილად ყველაზე გაბედულია. ეს უზარმაზარი გამოწვევაა როგორც კანონმდებლისთვის ასევე აკადემიისთვის. საინტერესოა აღინიშნოს, რომ დიდი დროის განმავლობაში წევრი სახელმწიფოები ცდილობდნენ ახალი სისტემები დაენერგათ არსებულ კანონმდებლობაში, ბევრისთვის რთული აღმოჩნდა მიმდინარე რეფორმების ისევე ძველ ფუნდამენტურ ნორმებთან მისადაგება. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ წევრი სახელმწიფოები, მაგ: ავსტრია, დანია იყენებენ ამ მეთოდს და მიუხედავად ცვლილებებისა, ისინი დაუბრუნდნენ ძველ ვერსიას.<sup>14</sup>

მოცემული დირექტივის ფუნდამენტალური სისტემებს შორის დაპირისპირება გამოიწვია ნაკლიანი შესრულების დროს ზიანის ანაზღაურების საკითხმა. მოგეხსენებათ, რომ ის აწესებს რიგითობას, კერძოდ როგორ უნდა განხორციელდეს გამყიდველის მიერ პრობლემის გამოსწორება. პირველი გზა არის შეკეთება/ნივთის შეცვა. მომხმარებელი პირდაპირ ვერ გავა ხელშეკრულებიდან და ვერ მოითხოვს ზიანის ანაზღაურებას, ვინაიდან მან ამისთვის შესაბამისი კანონმდებლობით დადგენილი წესებით უნდა გაითვალისწინოს.<sup>15</sup> სწორედ აქ ვაწყდებით მთავარ პრობლემებს. პირველ რიგში ნივთის დაბრუნებისას არის თუ არა უფლებამოსილი გამყიდველი მოითხოვოს ნივთის სარგებლობით მიღებული სარგებელი და მეორე საკითხი ზიანის ანაზღაურების რეგულირების პრობლემატიკა. გერმანულ კოდიფიკაციაში პირდაპირ არის ნახსენები, გამყიდველის უფლებაზე მოითხოვოს ნივთის სარგებლობისას მიღებული ნაყოფი, თუმცა ყველა წევრი სახელმწიფო არ ეთანხმება ამ მიდგომას.<sup>16</sup> რაც შეეხება ზიანის საკითხს, ინლისის პრაქტიკა პირდაპირ ანიჭებს მომხმარებელს ზიანის მოთხოვნის უფლებას, ასევე ხელშეკრულებაზე უარის უფლებას და მას შეწყვეტის წინაპირობებს არ უწესებს. სხვა წევრი სახელმწიფოები, მათ შორის საქართველოც ნაკლიანი შესრულების დროს, ხელშეკრულებიდან მყისიერად შეწყვეტის უფლებას არ იძლევა, ის ვალდებულებას აკისრებს მომხმარებელსაც კი, რომ შეატყობინოს ნაკლის შესახებ კომპანიას, მისცეს გამოსწორების საშუალება და მხოლოდ უკიდურესი გარემოების შემთხვევაში მოითხოვოს პირვანდელი მდგომარეობის აღდგენა.<sup>17</sup>

#### 4.3. მომხმარებლის საკრედიტო ხაზის დირექტივა -2008/48/EC

დირექტივის საკანონმდებლო წინადადება, რომელიც მიზნად ისახავდა 87/102 / EEC -ის შეცვლას, მიღებულია 2002 წლის სექტემბერში. 2004 წლის აპრილში ევროპარლამენტმა ტექსტში არსებითი შესწორება შეიტანა. კომისიამ გამოაქვეყნა მოდიფიცირებული წინადადება, რომელი დანართი/დამატება უნდა მიეღოთ სრულად და რომელი არა. შემდგომში, კომისია დათანხმდა, რომ დირექტივის მიზნიდან გამოერიცხათ უზრუნველყოფილი სესხის გაცემა, ვინაიდან შიდა ბაზარი და გენერალური დირექტორატი

<sup>14</sup> E. Hondius; C. Jeloschek, Towards a European Sales Law - Legal Challenges Posed by the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, 2001, page 158-159.

<sup>15</sup> ob. DIRECTIVE 1999/44/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees, article 3.

<sup>16</sup> G. Capilli, Quelle Case: The Directive on the Sale of Consumer Goods at the European Court of Justice, 2010, 86-87.

<sup>17</sup> E. Hondius; C. Jeloschek, Towards a European Sales Law - Legal Challenges Posed by the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, 2001, 160.

(DG Markt) იპოთეკური სესხების შესახებ წინადადებებს ახალ დირექტივაში წარუდგენდნენ. კომისიამ მიიღო მეორე შეცვლილი წინადადება 2005 წლის 7 ოქტომბერს კონსოლიდირებული ტექსტის სახით. კონკურენციის საბჭომ 2007 წლის 21 მაისს მიიღო დირექტივაზე პოლიტიკური შეთანხმება. საბოლოოდ ევროპარლამენტი დაეთანხმა შეცვლილ ტექსტს მეორე მოსმენით, რომელიც 2008 წლის აპრილში საბჭოს მიერ ამ ტექსტის დამტკიცებით დასრულდა.<sup>18</sup>

წინამდებარე დირექტივის მთავარ მიზანს კრედიტის გაცემის დროს მომხმარებლებისთვის ინფორმაციის დეტალურად მიწოდება, მათი უფლებების დაცვა და შიდა ბაზრისთვის უკეთესი პირობების უზრუნველყოფა წარმოადგენს. მისი რეგულირების სფეროა: ა) კრედიტი, რომელიც ჩაჯდება მინიმ 200- მაქსიმუმ 75 000 ევროს შუალედში, თუმცა ეს ციფრები წვერი სახელმწიფოებისთვის არ არის ჩარჩო მინიმუმი, მათ შეუძლიათ თავად დაარეგულირონ ის; ბ) ინფორმაცია, რომელიც უნდა იყოს მიწოდებული საფინანსო სექტორის მიერ რეკლამირების, წინასახელშეკრულებო და სახელშეკრულებო მოლაპარაკების პროცესში, სამივე ფაზას ფარავს მისი რეგულირება; გ) ის უფლებას აძლევს წვერ სახელმწიფოებს, დირექტივის რეჟიმი არ გაავრცელონ საკრედიტო დაწესებულებებზე, თუ მათთან დადებული საკრედიტო ხელშეკრულები ქვეყანაში არსებული საკრედიტო ხელშეკრულებების 1%-საც კი არ შეადგენს; დ) ავალდებულებს წვერ სახელმწიფოებს, განსაზღვრონ მომხმარებლის კრედიტუნარიანობა, სანამ სასესხო ვალდებულებაში შევლენ; ე) ინფორმაციის მიწოდების სტანდარტი, რომელსაც უნდა შეიცავდეს მუხლობრივად საკრედიტო ხელშეკრულება; ვ) 14 დღიანი მომხმარებლის მიერ ხელშეკრულებიდან გასვლის ვადა, სადაც ჯარიმა/სანქციები არ ეკისრება მას; ზ) სამართლიანი და კეთილსინდისიერი რეგულირება წინსწრებად დასაფარ საკომისიოზე, რომელიც დამოკიდებულია სესხის განგრძლივობაზე, ასევე უკვე დაბრუნებული თანხის მინიმალურ ოდენობასა და პროცენტზე (რომელიც არ ეხება ძირს).<sup>19</sup>

#### 4.4. 2008/122/EC (Timeshare) დირექტივა

დირექტივის მთავარი იდეაც იყო მომხმარებლის (ტურისტის) დაცვა, რომელიც გრძელვადიან შევებულებას ატარებდა კომფორტულ გარემოში, რა დროის განმავლობაშიც ის იხდიდა შესაბამის ანაზღაურებას და ის არ იყო პასუხისმგებელი სხვა ექსტრა ხარჯებზე. პირველადი რეგულაციები ამ გარკვეული პერიოდის მომხმარებელ ტურისტებზე შემუშავდა დირექტივა 94/47/EC, რომლის მიზანიც ტურისტებზე გათვლილი მარკეტინგის მინიმალური სამართლებრივი სტანდარტების შემუშავება გალხდათ, რის ფარგლებშიც თითოეული პაკეტის შემსყიდველი ტურისტი იქნებოდა დაცული. 94/47/EC დირექტივის მინიმალური ჰარმონიზაციის გეგმაც კი ვერ იქნა წვერი სახელმწიფოების მიერ გაზიარებული, რამაც ევროპარლამენტი წაახალისა ახალი მოდერნიზებული დოკუმენტის შექმნისკენ, შესაბამისად 2009 წელს მიღებულ იქნა ახალი სრულიად თანამედროვე დირექტივა 2008/122/EC. დღევანდელი მდგომარეობით მისი მაქსიმალური ჰარმონიზაცია სავალდებულოა წვერი სახელმწიფოების მიერ, რაც განაპირობებს მომხმარებლის უფლებების დაცვის მაღალი სტანდარტების გარანტიებს, ვინაიდან ისინი ხშირად აწყდებიან უსამართლო ბიზნეს პრაქტიკასა და ინფორმაციულ ვაკუუმს სამართლებრივ ასპექტებში.<sup>20</sup>

#### 4.5. მომხმარებლის უფლებების შესახებ დირექტივა (2011/83/EU)

<sup>18</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/protection\\_of\\_consumers/l32021\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/protection_of_consumers/l32021_en.htm) [უ. გ. 24/02/2021].

<sup>19</sup> იხ. დირექტივა- DIRECTIVE 2008/48/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102/EEC.

<sup>20</sup> A. Petrovic “The legal Pozition of the consumer in timeshare contracts- Analizes of Directive 2008/122/EC, 273.

მომხმარებლის უფლებების შესახებ დირექტივა (2011/83/EU) ე.წ. „CRD“ გახლავთ ახალი საკონომდებლო ჩარჩო, რომელიც იცავს დისტანციური გაყიდვების დროს მომხმარებლის უფლებებს. ეს დირექტივა აუქმებს და ადგის უცვლის დისტანციური ნასყიდობის დირექტივას<sup>21</sup> და ასევე ქუჩაში დადებულ გარიგებას<sup>22</sup>, მან ასევე შეიტანა მცირე დამატებები სახელშეკრულებო (კონტრაქტის) დირექტივაში<sup>23</sup> და ასევე მომხმარებლის საქონლის ნასყიდობისა და მასთან დაკავშირებული გარანტიების დირექტივაში<sup>24</sup>.

CRD მიიღეს ირლანდიაში 2013 წელს, ვიანიდან ამავე წელს „ევრობარომეტრის“ ანგარიშში აისახა მნიშვნელოვნად გაზრდილი მომხმარებლების ოდენობა, რომლებიც სარგებლობენ ონლაინ ნასყიდობის ხელშეკრულებით. 2006 წლის შემდგომ სტატისტიკა გაზრდილი იყო 44%-ით.<sup>25</sup>

წინამდებარე დირექტივა არის ჰორიზონტალური კანონმდებლობა, რომელიც არეგულირებს მომხმარებელსა და ბიზნესს შორის კონტრაქტების რისკების გარკვეულ ასპექტებს. იგი მოიცავს კონტრაქტებს საქონლის, მომსახურების შესყიდვის, ციფრულ და საზოგადო მომხმარებლის საშუალებებს. მიუხედავად ამისა, ზოგიერთი ხელშეკრულების მოქმედება გამოირიცხება დირექტივის ფარგლებიდან (მაგ. კონტრაქტები სოციალური მომსახურების, ჯანდაცვის, სათამაშოების, უძრავი ქონების, ფინანსური მომსახურების, პაკეტის შესახებ მოგზაურობის, დროის, კვების პროდუქტების მიწოდების ან - ცალკეული დებულებების გარდა - სამგზავრო ტრანსპორტი).

დირექტივა ითვალისწინებს, რომ მომხმარებელმა უნდა მიიღოს სრული და გამჭვირვალე ინფორმაცია საკონტრაქტო ელემენტებზე, ფორმალური მოთხოვნები დისტანციურ და ოფშორულ კონტრაქტებზე, საქონლის მიწოდების მკაფიო წესები და რისკის და გარკვეული სპეციფიკური დებულებების გადახდა საფასურის გადახდის საფასურის გამოყენების შესახებ, მომხმარებელსა და მოვაჭრეებს შორის სატელეფონო კომუნიკაცია და დამატებითი გადასახადების შესახებ წესები. დირექტივას ზოგადად აქვს სრული ჰარმონიზაციის ხასიათი, რაც წვერი სახელმწიფოებისთვის პირდაპირ მის გადმოტანას ნიშნავს. თუმცა, დირექტივა კონკრეტულად საშუალებას აძლევს წვერ ქვეყნებს გააუქმონ დამატებითი წინასწარი სახელშეკრულებო ინფორმაციის მოთხოვნები კონტრაქტების შესახებ. გარდა ამისა, იგი აძლევს წვერ სახელმწიფოებს შესაძლებლობას გამოიყენოს გარკვეული მარეგულირებელი ნორმები საკუთარი ეროვნული კანონმდებლობით.<sup>26</sup>

საინტერესო იქნება განვიხილოთ წინამდებარე დირექტივის კრიტიკა, რომელიც მის მიმართ იქნა გამოქვეყნებული. კრიტიკა შემოთავაზებულია ინფორმაციის ეფექტურობის კუთხით დისტანციური კონტრაქტისა და ინტერნეტით დადებული ხელშეკრულებების დროს, ასევე გათვალისწინებულია მომხმარებლის ნდობის საკითხი. ეს კრიტიკა ჯერ კიდევ მისი წინამორმედი 97/7/EC დირექტივის არსებობიდან გაჩნდა, როგორც ვხედავთ მტკიცედ დარჩა მიმდინარე CRD და რეგულაცია 2013 გამოქვეყნების შემდეგაც. გერანტ ჰოველსმა თავის სტატიაში მკაფიოდ განაცხადა, რომ „უბრალოდ მომხმარებელთათვის ინფორმაციის

<sup>21</sup> Parliament and Council Directive 97/7/EC of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts [1997] OJ L144/19 (Distance Selling Directive).

<sup>22</sup> Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises [1985] OJ L372/31 (Doorstop Selling Directive).

<sup>23</sup> Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts [1993] OJ L95/29 (the Unfair Terms in Consumer Contracts Directive).

<sup>24</sup> Parliament and Council Directive 1999/44/EC of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees [1999] OJ L171/12 (Consumer Sales Directive).

<sup>25</sup> Peter O'Sullivan, Does the New Consumer Rights Directive Enhance Consumer Confidence in the Online Market, 6 King's Inns Student L. Rev. 64 (2016), Page 65.

<sup>26</sup> DG JUST, UNIT E2 Report “Evaluation of the Consumer Rights Directive 2011/83/EU”.



მიწოდება არ არის საკმარისი მათი სამართლებრივი დაცვისთვის, ვინაიდან ადამიანები სწორად ვერ ღებულობენ ინფორმაციას, რათა შესაბამისი ძალით აღიჭურვონ<sup>27</sup>. ამის ბევრი გამომწვევი მიზეზი არსებობს, მაგალითად დროის ფაქტორი, რომელსაც არ უთმობენ მომხმარებლები ხელშეკრულების წაკითხვას, ასევე გაურკვეველი ტერმინები/პუნქტები და ა.შ.

ასევე მომხმარებლები უყურებენ საკითხებს ზედმეტი ოპტიზმით და თავიდან ვერ ახერხებენ სავარაუდო რისკების გათვლას, რაც საბოლოო ჯამში ტკივილს აყენებთ მათ. ჰოველსის თქმით მომხმარებლის მართო დატოვება არაეფექტურია ამ რთულ პროცესში. სტატია ძირითადად მიზანმიმართულია ქცევითი ეკონომიკის მოდელის განვითარებაზე. მისი აზრით მხოლოდ ინფორმაციების ხელშეკრულებაში თავმოყორა არ არის საკმარისი მომხმარებლის უფლებების დასაცავად.

## 5. სასამართლო პრაქტიკა საქართველოში

სასამართლოს პრაქტიკის შესწავლით ნათელი გახდა, რომ მომხმარებლის უფლებათა დაცვის დირექტივები გამოყენებულია სასამართლოს გადაწყვეტილებებში, მეტიც, მოსამართლეები უთითებენ ასოცირების ხელშეკრულებით ნაკისრ ვალდებულებებზე, რის შემდეგაც ცდილობენ არგუმენტების გამყარებას ევროპული მართლმსაჯულების სასამართლოს პრეცედენტებით. მოსამართლეები რა თქმა უნდა საუბრობენ მათი გამოყენების არასავალდებულო ხასიათზე, თუმცა კარგად ასაბუთებენ თუ რატომ უნდა დაიცვან მომხმარებლის უფლებები და რა მთავარი მიზანი დევს ამ ინსტიტუტის განვითარებაში.

უზენაესი სასამართლოს 17/05/2019 წლის საქმეზე # ას-237-2019, რომლითაც დაუშვებლად იქნა ცნობილი საკასაციო საჩივარი, კარგად არის განხილული თბილისის სააპელაციო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2018 წლის 22 ნოემბრის განჩინება, რომლის ანალიზსაც შემოგთავაზებთ.<sup>28</sup>

*სასარჩელო მოთხოვნა: ფულადი ვალდებულების შესრულება, იპოთეკის საგნის რეალიზაცია.*

*ფაქტობრივი გარემოებები:*

1. 2007 სს ბანკსა და ფიზიკურ პირს შორის გაფორმდა საკრედიტო ხელშეკრულება, რომლის უზრუნველსაყოფადაც იპოთეკით დაიტვირთა სხვა მესაკუთრის უძრავი ქონება, რომელიც დღეს მოპასუხის (ფიზიკური პირის) საკუთრებაშია. მხარეებს შორის გაფორმდა არაერთი ცვლილება-დამატება. ფიზიკური პირი კეთილსინდისიერად, ჯეროვნად ასრულებლად მასზე დაკისრებულ ვალდებულებებს.
2. 2007 წლის 27 აგვისტოს ხელშეკრულების მოქმედების პერიოდში ბანკი საკუთარი ხარჯებით უზრუნველყოფს კლიენტის უმუშევრობით გამოწვეული შემოსავლების დაკარგვის დაზღვევას. კლიენტისაგან დამოუკიდებელი მიზეზით უმუშევრობის დადგომის შემთხვევაში კლიენტი ვალდებულია, წერილობით აცნობოს ამის შესახებ ბანკს, უმუშევრობის დადგომიდან არაუგვიანეს 3 კალენდარული დღისა და ბანკს მის მიერ მოთხოვნილი საბუთები წარუდგინოს. ამასთან, კლიენტი ამ ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებებისაგან განთავისუფლდება მხოლოდ იმ მოცულობით, რა მოცულობითაც ბანკს სადაზღვევო კომპანიისაგან აუნაზღაურდება ამგვარი სადაზღვევო შემთხვევის დადგომით მიყენებული ზიანი. ამგვარი სადაზღვევო პოლისით მოსარგებლე (ბენეფიციარი) იქნება მხოლოდ ბანკი, ამასთან, კლიენტს

<sup>27</sup> Geraint Howells, "The Potential and Limits of Consumer Empowerment" (2005) 32 Journal of Law and Society 349.

<sup>28</sup> იხ. უზენაესი სასამართლოს ვებ-გვერდზე <<<http://prg.supremecourt.ge/DetailViewCivil.aspx>>> [უ. გ. 24.02.2021].

უფლება აქვს, ამგვარ დაზღვევაზე უარი თქვას. ხელშეკრულებაში არსებული დათქმის შესაბამისად, უმუშევრობით გამოწვეული შემოსავლების დაკარგვის დაზღვევით სარგებლობა განხორციელდება კლიენტის მიერ ამ ხელშეკრულებაზე თანდართული განაცხადის ფორმის (დანართი №9) შევსების შემთხვევაში. დაზღვევის განხორციელების პირობები მოცემულია ამ ხელშეკრულების №10 დანართში.

3. 2007 წლის 27 აგვისტოს საკრედიტო ხელშეკრულებაში მითითებულია №10 დანართი, რომელიც ეხება უმუშევრობის დაზღვევის პირობებს, იპოთეკური მსესხებლებისათვის კონკრეტულ სადაზღვევო კომპანიასა და მოსარჩელეს შორის არის გაფორმებული. თუმცა დანართი 9 არ არის გაფორმებული.
4. პირველი ინსტანციის მიერ გამოიკითხა მოწმე - საკრედიტო ექსპერტი, რომელმაც განაცხადა რომ კლიენტებს საჩუქრად ეძლეოდათ უმუშევრობის დაზღვევა, რომელიც სესხის ხელშეკრულების პერიოდს მოიცავდა. სამსახურის დაკარგვის შემთხვევაში კი ბანკს აუნაზღაურდებოდა დაკარგული შემოსავალი - სადაზღვევო კომპანიისგან.
5. ფიზიკურმა პირმა დაკარგა სამსახური, პროცედურულად 3 დღის ვადაში შეასრულა ვალდებულება.
6. ბანკი სადაოდ ხდის ხელშეკრულების არსებობას, ვინაიდან არაა ხელმოწერილი მე-9 დანართი და ითხოვს სრულად ასანაზღაურებელ თანხას.

შედეგი: პირველმა ინსტანციამ არ დააკმაყოფილა ბანკის მოთხოვნა, სააპელაციო სასამართლომაც უცვლელად დატოვა გადაწყვეტილება.

მნიშვნელოვანი განმარტება:

სააპელაციო პალატამ ყურადღება მიაპყრო საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის (შემდგომ – სსკ) 342-ე მუხლს, რომლითაც ხელშეკრულების სტანდარტული პირობების დეფინიციაა განმტკიცებული, სასამართლომ მიიჩნია, რომ ხელშეკრულების სადავო დათქმა სწორედ წინასწარ ჩამოყალიბებულ, მრავალჯერადი გამოყენებისთვის გამიზნულ პირობას წარმოადგენს, რომელსაც ერთი მხარე (ამ შემთხვევაში ბანკი) მეორე მხარეს (ამ შემთხვევაში მოვალეს) უდგენს, აღნიშნული დასტურდება პირველი ინსტანციის სასამართლოში მოწმის სახით დაკითხული საკრედიტო ექსპერტის ჩვენებითაც, რომლის თანახმად, კლიენტებს საჩუქრად ეძლეოდათ უმუშევრობის დაზღვევა, რომელიც სესხის ხელშეკრულების პერიოდს მოიცავდა. სააპელაციო პალატამ მოწმის ჩვენების გათვალისწინებით ჩათვალა, რომ ხელშეკრულების დადების მომენტისთვის აღნიშნული პირობა სესხის ხელშეკრულებებში გლობალურად არსებობდა და იგი მხარეთა შორის ინდივიდუალური მოლაპარაკების საგანს არ წარმოადგენდა. სადავო დათქმა, როგორც უკვე სასამართლოს მიერ აღინიშნა, მის სხვადასხვა სახით განმარტების საშუალებას იძლევა, რაც მის ბუნდოვანებაზე მიუთითებს, ამავ კოდექსის 345-ე მუხლით კი, სტანდარტული პირობების ბუნდოვანება ყოველთვის მეორე მხარის სასარგებლოდ უნდა გადაწყდეს. ნიშანდობლივია, რომ იძულებითი უმუშევრობის დაზღვევა იცავს სუსტ მხარეს, შესაბამისად მისი მიზნიდან გამომდინარე, სააპელაციო სასამართლომ მიიჩნია, რომ მხარეთა შორის დადებული ხელშეკრულების სადავო პირობა კლიენტის სურვილზე არ იყო დაქვემდებარებული და ეს ქმედების განხორციელებას არ მოიცავდა, ანუ იმ შემთხვევაში, თუ მას ბანკის თანამშრომელი №9 დანართს ხელმოსაწერად არ მისცემდა, მომხმარებელი ჩათვლიდან, რომ ძირითად ხელშეკრულებაზე ხელმოწერა საკმარისი პირობა იყო უმუშევრობის დაზღვევის ამოქმედებისთვის.

ბუნდობანი ნორმის სხვაგვარი ინტერპრეტაცია მომხმარებლის საწინააღმდეგო შედეგს მოიტანდა, საბოლოო ჯამში მომხმარებელთა დაცვის პრინციპებს შეეწინააღმდეგებოდა. მოცემული საქმე სხვა კუთხითაც გახლავთ საინტერესო, კერძოდ სააპელაციო სასამართლო ყურადღებას ამახვილებს ასოცირების შეთანხმებაზე, სადაც უპირობოდ

ხაზს უსვამს მის არასავალდებულო მნიშვნელობას, თუმცა მიზანშეწონილად მიაჩნია, ევროკავშირის 93/13/EEC დირექტივის „უსამართლო სახელშეკრულებო პირობების შესახებ“ განხილვა და ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკის მიმოხილვა.

სააპელაციო სასამართლოს განმარტებით, მოცემული დირექტივა განსაზღვრას ძირითად მექანიზმებს მომხმარებლის უფლებების დაცვაში, კერძოდ 1) როდესაც პირობა ცალსახად უსამართლო არ არის, თუმცა ორაზროვანი და ბუნდოვანია, ასეთი პირობა ყოველთვის მომხმარებელთა სასარგებლოდ უნდა განიმარტოს; 2) უსამართლო სტანდარტული პირობა უპირობოდ ბათილი; და 3) მომხმარებელს, რომელიც თავს უსამართლო პირობების მსხვერპლად გრძნობს, უფლება გააჩნია არასამართლიანი პირობებისგან დაცვის ეფექტური სამართლებრივი მექანიზმით ისარგებლოს.

გარდა ამისა, სხვადასხვა დროს მიღებულ გადაწყვეტილებებში, C-137-08 (46-ე პარაგრაფი), C-40/08, C-240/98 ევროპის მართლმსაჯულების სასამართლომ მიუთითა, რომ მომხმარებელთა დაცვის სისტემა, რომელიც აღნიშნული დირექტივითაა რეგლამენტირებული, ემყარება იდეას, რომ მომხმარებელი მიმწოდებელთან შედარებით „სუსტი მხარეა“ არა მხოლოდ მოლაპარაკების შესაძლებლობის არქონის, არამედ მისი დაბალი ინფორმირებულობის სტანდარტის გამო.<sup>29</sup>

## 6. სასამართლო პრაქტიკა ევროკავშირში ( ECJ – European court of justice)

ECJ გახლავთ სასამართლო, რომელსაც ევროკავშირის წევრი ქვეყნების ადგილობრივი სასამართლოები მიმართავენ ევროკავშირის სამართლის მართლზომიერი ინტერპრეტაციის მიზნით. სამეწარმეო სუბიექტებიც მიმართავენ გამონაკლის შემთხვევებში თუ ისინი ხვდებიან, რომ მათი დირექტივებით განსაზღვრული უფლებები ირღვევა.<sup>30</sup> ECJ იძლევა ნორმათა განმარტებებს, იყენებს უზრუნველყოფის ღონისძიებებს, ანულირებას უკეთებს ევროკავშირის სამართლებრივ აქტებს, უზრუნველყოფს ევროკავშირის შესაბამისი სტრუქტურების მუშაობას (პარლამენტის, კომისიის) განიხილავს ამ მიმართულებით საჩივრებს და ბოლოს სანქციებს უწესებს ევროკავშირის ინსტიტუტებს.

როგორც აღვნიშნეთ, წევრი სახელმწიფოს ადგილობრივი კანონმდებლობის დირექტივებთან შეუსაბამობის, ან/და დირექტივის ნორმის ბუნდოვანების აღმოსაფხვრელად მიმართავენ ECJ-ს ადგილობრივი სასამართლოები. დედამიწაზე არ არსებობს სრულყოფილი აქტი, ყველას სჭირდება დახვეწა და ნორმათა განმარტება, შესაბამისად არც დირექტივები არ გამხდარა გამონაკლისი და ძალიან ბევრჯერ მის ნორმას გამოუწვევია მხარეთა დაბნეულობა. ქვემოთ განვიხილავ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ჭრილში მნიშვნელოვან გადაწყვეტილებას.

### 6.1. C-240/98 საქმე - მომხმარებელთან დადებულ ხელშეკრულებასა და უსამართლო პირობებს

*ფაქტობრივი გარემოებები:*

1. 2004 წლის 24 მაისს, კომპანია „ასტურკომსა“ და ქალბატონ როდრიგეს ნოგირას შორის გაფორმდა ტელეფონის განვადების ხელშეკრულება, რომელიც შეიცავდა საარბიტრაჟო დებულებას, რომლის მიხედვითაც ხელშეკრულებიდან გამომდინარე ნებისმიერი დავა უნდა იქნეს განხილული არბიტრაჟს მიერ, რომლის სახელწოდებაც გახლავთ დე არემიე ე

<sup>29</sup> იხ. უზენაესი სასამართლოს გადაწყვეტილება, საქმე N°ას-237-2019, 17 მაისი, 2019 წელი.

<sup>30</sup> <<[https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/court-justice\\_en](https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/court-justice_en)>> [უ. გ. 24.02.2021].

ედიდასად (ევროპის ასოციაციის არბიტრაჟში სამართალსა და კაპიტალში) (AEADE). ამ საარბიტრაჟო ტრიბუნალის ადგილი, რომელიც არ არის მითითებული კონტაქტში, მდებარეობს ბილბაოში.

2. მას შემდეგ, რაც ქალბატონმა როდრიგეს ნუგრიამ ვერ შეძლო მთლიანი თანხის გადახდა და ხელშეკრულება შეწყვიტა შეთანხმებული მინიმალური სააბონენტო პერიოდის ამოწურვამდე, „ასტურკომ“ დაიწყო საარბიტრაჟო განხილვა მის წინააღმდეგ AEADE- ს წინაშე.

3. 2005 წლის 14 აპრილს არბიტრაჟის გადაწყვეტილებით Mrs Rodríguez Nogueira- ს დაეკისრა 669.60 ევროს გადახდა.

4. ქალბატონ როდრიგესს არ მიუღია არბიტრაჟში მონაწილეობა, მას არ მიეცა საკუთარი მოსაზრების წამოთქმის საშუალება, ვინაიდან მისთვის ფაქტობრივად დიდ ხარჯებთან იყო დაკავშირებული ტრიბუნალის წინაშე გამოცხადება.

5. 2007 წლის 29 ოქტომბერს „ასტურკომმა“ საარბიტრაჟო გადაწყვეტილების აღსრულების მიზნით, Juzgado de Primera Instancia (პირველი ინსტანციის სასამართლო) No de Bilbao (ესპანეთი) წარადგინა ტრიბუნალის კანონიერ ძალაში შესული გადაწყვეტილება, რომლის გასაჩივრების ვადაც უკვე გაშვებული ჰქონდა მომხმარებელს.

სასამართლოში წამოიჭრა რამოდენიმე საკითხი. ცალსახად ეჭვქვეშ დგებოდა მოცემული ნორმის სამართლიანობა მომხმარებლის უფლებასთან დაკავშირებით, ამასთანავე სასამართლო და საარბიტრაჟო ტრიბუნალი ეროვნული კანონმდებლობით მოკლებულია შესაძლებლობას გამოიკვლიოს საკითხის სამართლიანობა, თუ საქმე ეხება უკვე კანონიერ ძალაში შესულ გადაწყვეტილებას. არადა ქალბატონი როდრიგესისთვის წინამდებარე საარბიტრაჟო დათქმა, რომელიც არც კი მიუთითებდა ტრიბუნალის ადილსამყოფელს და რომელშიც ჩასვლა მომხმარებელს ხელშეკრულებაზე ძვირი უჯდება - აშკარად უსამართლო ჩანაწერია.

აქედან გამომდინარე სასამართლომ მიმართა ECJ-ს შემდეგ საკითხებზე სამსჯელოდ: [Directive 93/13] თანახმად, აქვს თუ არა სასამართლოს უფლება საარბიტრაჟო გადაწყვეტილების აღსრულების ეტაპზე გააბათილოს უსამართლო ნორმა, როდესაც სახეზეა უკვე კანონიერ ძალაში შესული გადაწყვეტილება?

*სამართლებრივი შეფასება და დასკვნა:*

პირველ რიგში განმარტება გააკეთა სასამართლომ, თუ რას ემსახურება Directive 93/13 დირექტივა და რა სამართლებრივი შედეგი შეიძლება მოჰყვეს მის იმპლემენტაციას. ვინაიდან მომხმარებელი გახლავთ სუსტი მხარე, რომელსაც არ ძალუძს მოლაპარაკებისა და ვაჭრობის ძალა, მის მიერ უსამართლო ნორმის გაცნობაც კი ვერ განაპირობებს საწარმოს მხრიდან სტანდარტული პირობის ცვლილებას,<sup>31</sup> აქედან გამომდინარე დირექტივა ძალიან მკაცრია და პირდაპირ უსვამს ხაზს მომხმარებლის უფლებას, არ შეიბოჭონ უსამართლო პირობით ვინაიდან მსგავსი სახის ნორმას არ გააჩნია შესასრულებლად სავალდებულო ხასიათი. აქედან გამომდინარე ნაციონალურ სასამართლოს ინკვიზიციურად უნდა ჰქონდეს საშუალება თავად გამოიკვლიოს და არსებობის შემთხვევაში ანულირება გაუკეთოს არასამართლიან ნორმას მომხმარებლის წინააღმდეგ.

სასამართლო განმარტავს, რომ ზემოხსენებული დანაწესი გახლავთ ფუნდამენტური და ამოსავალი წერტილი მომხმარებლის უფლებების დაცვის სფეროში. თუმცა მოცემული საქმე აბსოლუტურად განსხვავდება ყველა არსებული საქმისგან იმ გარემოების გათვალისწინებით,

<sup>31</sup> იხ. მსგავსი სახის ECJ JUDGMENT C-240/98 to C-244/98 Océano Grupo Editorial and Salvat Editores [2000] ECR I-4941, paragraph 25, and Case C-168/05 Mostaza Claro [2006] ECR I-10421, paragraph 25.

რომ ქალაბატონ როდრიგეს არ გამოუყენებია გასაჩივრების ვადა და დაელოდა გადაწყვეტილების კანონიერ ძალაში შესვლას. ესპანეთის სამოქალაქო კანონმდებლობის თანახმად არსებობს ორთვიანი გასაჩივრების ვადა, რომლის გასვლის შემდეგაც გადაწყვეტილება შედის ძალაში. გასაჩივრების ვადის ათვლის დინება იწყება მხარისთვის ჩაბარების დღიდან. ზოგჯერ მართლმსაჯულების სასამართლოს განსჯადი ყოფილა საკითხები, ეს გასაჩივრების ვადა იყო თუ არა გონივრული. თუმცა ამ შემთხვევაში მხარეს არც ეს საკითხი დაუყენებია ეჭვქვეშ და არ გაუკეთებია აპელირება ვადის არაგონივრულობაზე. შესაბამისად, ჩავთვლით რომ ორთვიანი გასაჩივრების ვადა აბსოლუტურად სამართლიანი და მიზანშეწონილია.

აქედან გამომდინარე, თანაზომიერების პრინციპის გამოყენებით უნდა განისაზღვროს არსებობს თუ არა ეფექტური ბალანსი ერთის მხრივ სახელმეკრულებო თავისფულებას/კანონმდებლობას შორის, რომელმაც მხარეებს მისცა როგორც პუნქტების შედგენის ასევე გასაჩივრების უფლება და მეორე მხრივ, სასამართლოს ვალდებულებაზე აღსრულების ნაწილში უნდა დაიცვას თუ არა სრულად მოხმარებლის უფლება!!

მართლმსაჯულების სასამართლომ მკაცრად განმარტა ქვეყნის საჯარო წესრიგისა და იმპერატიული დანაწესის წინააღმდეგობაში მოდის თუ არა კანონიერ ძალაში შესული გადაწყვეტილების შინაარსში შესვლა, ეს ნაციონალური კანონმდებლობის ნაწილია. წევრი სახელმწიფოების შიდა პოლიტიკაში რა თქმა უნდა ვერ ჩარევ ECJ-ს, მას არც გააჩნია ამის კომპეტენცია. უბრალოდ ეროვნულმა სასამართლომ უნდა შეამოწმოს აქვს თუ არა მას ან ტრიბუნალს გააბათილონ ნორმა, რომლის გასაჩივრების ვადაც გასულია. ეს დანაწესი საჯარო წესრიგს ეწინააღმდეგება თუ არა ეს გახლავთ ეროვნული სასამართლოს განსჯადი. რაც შეეხება უშუალოდ საქმის გარემოებებს, ნამდვილად ცხადია, რომ მომხმარებლისთვის თავად ხელმეკრულებიდანაც კი არ იყო ცხადი არბიტრაჟის ჩატარების ადგილი. ეს საკითხი რომც ყოფილიყო ცხადი, მომხმარებელს არ შესწევს მისი შეცვლის ძალა. მოცემული დანაწესი არსებითად ლახავს მომხმარებლის უფლებას და უპირობოდ ბათილია, თუ მომხმარებელი იყენებს გასაჩივრების უფლებას. თუმცა აღსრულების ნაწილში, როგორ განმარტავს ეროვნული სასამართლო ბათილობას, ეს მისი შიდა პოლიტიკაა. ზოგიერთ ქვეყანაში იმდენად მაღალ დონეზეა მომხმარებლის უფლებები დაცული, თავად აღსრულების დროსაც შეუძლია მოსამართლეს ნორმის ეს ნაწილი არ აღასრულოს. ასევე საინტერესოა ჰქონდა თუ არა არბიტრაჟს უფლებამოსილება, განეხილა მოცემული კონკრეტული იყო თუ არა მომხმარებლის უფლება საჯარო წესრიგთან და ქვეყნის პოლიტიკასთან წინააღმდეგობაში. ამ დანაწესით კი უფრო მეტად იქნება შესაძლებელი არბიტრაჟის გადაწყვეტილების ბათილობა და მის აღსრულებაზე უარის თქმა. შესაბამისად, ესპანეთის მთავრობის პოლიტიკაა რა დონეზე და როგორ იცავს საკუთარი მომხმარებლის უფლებებს და მოდის თუ არა წინააღმდეგობაში აღნიშნული საქმის აღსრულება საჯარო წესრიგთან.<sup>32</sup>

## დასკვნა

წინამდებარე ნაშრომმა წარმოაჩინა მომხმარებლის უფლებების მეტად მნიშვნელოვანი როლი სახელმეკრულებო სამართალში. „სუსტი მხარის“ დაცვის ვალდებულება დემოკრატიული სახელმწიფოს ფუნდამენტალურ პრინციპს წარმოადგენს.

ევროკავშირის სამართალმა შეძლო მომხმარებლის უფლებების დეტალიზება. სტატიაში განხილულია მხოლოდ სახელმეკრულებო დაცვის გარანტიები, თუმცა დღევანდელი მდგომარეობით თთქმის ყველა სფეროში არის მათი უფლებები გარანტირებული.

<sup>32</sup> ECJ Judgment Case C-40/08, 6 October 2009.

ასოციაციის შეთანხმებაც გვავალდებულებს ამ მიმართულებით მუშაობასა და მყარი საკანონმდებლო აქტების მიღებას. ნაშრომმა წარმოაჩინა საქართველოს სასამართლოს როლიც, თუ რამდენად მნიშველოვანია საერთაშორისო კანონმდებლობისა და პრაქტიკის ანალიზი.

ვისურვებდი, რომ ყველა მოსამართლეს შეეძლოს მარლმსაჯულების სასამართლოს პრაქტიკის გაცნობა და მათი სასარგებლო რჩევების/რეკომენდაციების გაზიარება. სწორედ ამ მიზანს ემსახურება სამეცნიერო სტატია, დაეხმაროს ქართველ მომხარებელს უფლებების გაცნობასა და რეალიზებაში, პრაქტიკოს იურისტებს კი დაცვის სტრატეგიის შემუშავებაში.

## ბიბლიოგრაფია

1. საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი პარლამენტის უწყებანი, 31, 24.07.1997;
2. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის, 2012 წლის 27 მარტის განჩინება №ას-1300-1320-2011;
3. ეკატერინე ქარდავა, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ევროპული სტანდარტების შედარებითსამართლებრივი მიმოხილვა ქუჩაში დადებული ხელშეკრულების მაგალითზე, ქართული სამართლის მიმოხილვა, 2007;
4. ალექსანდრე იოსელიანი, კეთილსინდისიერების პრინციპი სახელშეკრულებო სამართალში (შედარებით-სამართლებრივი გამოკვლევა), ქართული სამართლის მიმოხილვა, სპეციალური გამოცემა, თბილისი, 2007;
5. ნინო ხუნაშვილი კეთილსინდისიერების პრინციპი სახელშეკრულებო სამართალში, თბილისი, 2016;
6. ინტერნეტრესურსი [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.04.2020];
7. ვენის კონვენცია სახელშეკრულებო სამართლის შესახებ 31-ე მუხლის მესამე პუნქტი, N1/1-რს, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, 11.12.2014;
8. <<http://www.rotlaw.com/legal-library/what-is-good-faith/>> [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.04.2020];
9. Australian Competition & Consumer Commission, Acting in good faith. <https://www.accc.gov.au/business/franchising/acting-in-good-faith#more-information> [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.04.2020];
10. თამარ ლაკერბაია ინფორმირებული მომხმარებლის ევროპული სტანდარტი, სამართლის ჟურნალი #1, 2015;
11. იხ. Il piano d'azione della Commissione CE, in "Rivista critica di Diritto Privato", II/94, p. 153
12. <<[https://www.nyulawglobal.org/globalex/International\\_Law\\_Consumer\\_Protection.html#\\_edn4](https://www.nyulawglobal.org/globalex/International_Law_Consumer_Protection.html#_edn4) [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.04.2020];
13. Anna Maria Mancaleoni, 'The Obligation on Dutch and Italian Courts to Apply EU Law of Their Own Motion' (2016) 24 European Review of Private Law, Issue 3/4;
14. იხ. COUNCIL DIRECTIVE 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts 93/13/EEC;
15. Thomas Wilhelmsson, Implementation of the EC Directive on Unfair Contract Terms in Finland, The, 1997;
16. Ewoud Hondius; Christoph Jeloschek, towards a European Sales Law - Legal Challenges Posed by the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, 2001;
17. იხ. DIRECTIVE 1999/44/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees, article 3;
18. Giovanna Capilli, Quelle Case: The Directive on the Sale of Consumer Goods at the European Court of Justice, 2010;
19. Ewoud Hondius; Christoph Jeloschek, towards a European Sales Law - Legal Challenges Posed by the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, 2001;

20. იხ. უზენაესი სასამართლოს გადაწყვეტილება, საქმე №ას-237-2019 , 17 მაისი, 2019 წელი
21. <<[https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/court-justice\\_en](https://europa.eu/european-union/about-eu/institutions-bodies/court-justice_en)>>;
22. იხ. მსგავსი სახის ECJ JUDGMENT C-240/98 to C-244/98 Océano Grupo Editorial and Salvat Editores [2000] ECR I-4941, paragraph 25, and Case C-168/05 Mostaza Claro [2006] ECR I-10421, paragraph 25;
23. ECJ Judgment Case C-40/08, 6 October 2009;
24. Ewoud Hondius; Christoph Jeloschek, Towards a European Sales Law - Legal Challenges Posed by the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, 2001;
25. DIRECTIVE 1999/44/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees, article 3;
26. Giovanna Capilli, Quelle Case: The Directive on the Sale of Consumer Goods at the European Court of Justice, 2010;
27. Ewoud Hondius; Christoph Jeloschek, Towards a European Sales Law - Legal Challenges Posed by the Directive on the Sale of Consumer Goods and Associated Guarantees, 2001;
28. <[http://europa.eu/legislation\\_summaries/consumers/protection\\_of\\_consumers/132021\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/protection_of_consumers/132021_en.htm)> [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.04.2020];
29. DIRECTIVE 2008/48/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102/EEC;
30. Anita Petrovic “The legal Pozition of the counsumer in timeshare contracts-Analizes of Directive 2008/122/EC;
31. Parliament and Council Directive 97/7/EC of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts [1997] OJ L144/19 (Distance Selling Directive);
32. Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises [1985] OJ L372/31 (Doorstop Selling Directive);
33. Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on unfair terms in consumer contracts [1993] OJ L95/29 (the Unfair Terms in Consumer Contracts Directive);
34. Parliament and Council Directive 1999/44/EC of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees [1999] OJ L171/12 (Consumer Sales Directive);
35. Peter O'Sullivan, Does the New Consumer Rights Directive Enhance Consumer Confidence in the Online Market, 6 King's Inns Student L. Rev. 64 2016.



## ევროკავშირის N2008/48/EC დირექტივის იმპლემენტაციისას წარმოშობილი პრობლემატიკა

ნათია ქაშიბაძე,

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

### აბსტრაქტი

ასოცირების შეთანხმების შემდგომ ქვეყნებს მთელ რიგი კანონმდებლობის იმპლემენტაციის ვალდებულება გაუჩნდათ, იმპლემენტაციის სხვადასხვა სახით განხორციელებამ კი ბევრი პრობლემა და საკანონმდებლო სხვაობა გამოიწვია. აღნიშნულ ნაშრომში განხილულია ევროპარლამენტისა და საბჭოს N2008/48/EC „სამომხმარებლო საკრედიტო ხელშეკრულებების შესახებ“ დირექტივის იმპლემენტაციისას წარმოშობილი პრობლემატიკა, როგორც ქართულ, ისე სხვა ქვეყნებსა და საერთაშორისო სამართალში. სტატიაში მოცემულია დირექტივის სრულყოფისას წარმოქმნილი ხარვეზები და საერთაშორისო სტრატეგიები, რომლებიც ყოველწლიურად გარკვეულ პრობლემებს აანონსებს და გადაჭრის გზებთან დაკავშირებით გასცემს რეკომენდაციებს. გარდა საერთაშორისო სტრატეგიებისა, განხილულია 2018-2020 წლის საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის სამოქმედო გეგმა,<sup>1</sup> რომლის თანახმაც პრობლემები არამხოლოდ შესრულების ეტაპზე იკვეთება, არამედ ზოგადად შემსრულებელი სტრუქტურის გაუმართაობაზე და არასრულყოფილ კადრთა შემადგენლობაზეც მიუთითებს. აღნიშნულ გეგმაში იკვეთება საერთაშორისო სტადარტების შესრულების დაბალი ხარისხი, ხოლო რაც შეეხება დირექტივებს, ქართულ კანონმდებლობაში ცალსახად იგრძნობა მათი სიახლე და, აქედან გამომდინარე, ის მთელი რიგი ნორმების შესწორებას საჭიროებს. საყურადღებოა, რომ საკანონმდებლო სიახლე პრაქტიკაშიც პრობლემურია და ჯერ კიდევ მწირად ვხვდებით გადაწყვეტილებებს, სადაც დავა სამომხმარებლო სამართლითაა გადაჭრილი. გარდა ქართული სამართლისა, ეს პრობლემა საერთაშორისო პრაქტიკაშიც აღინიშნება, მაგალითად გარკვეულ ტერმინებთან დაკავშირებით, რომლებიც დირექტივაში ძალიან ფართო განმარტებითაა მოცემული. კერძოდ, მათი განუსაზღვრელობა იწვევს სახელმწიფოებისა და მოსამართლეების მხრიდან საკუთარი ინტერპრეტაციით მათ განმარტებას, რაც საბოლოო ჯამში განსხვავებული პრაქტიკის ჩამოყალიბებას განაპირობებს. მსგავსი სხვაობა კი საზიანო ხდება არამხოლოდ მომხმარებლისთვის, რომელსაც არ მოეთხოვება იყოს გათვინობიერებული ნორმების არსში, არამედ ის ვერც იგებს როგორ შეიძლება გადაწყდეს დავა და საერთოდ შეიძლება ვერც მიხვდეს ხელშეკრულების დადების ეტაპზე რა სიტყვები შეიძლება მისადაგოს ხელშეკრულების მხარეებს, ვალდებულებებს.

**საკვანძო სიტყვები:** იმპლემენტაცია, მომხმარებელი, საკანონმდებლო დაშორება, მომხმარებელთა უფლებების დაცვა.

### შესავალი

სამოქალაქო სამართლებრივი ურთიერთობების წარმოშობისას მნიშვნელოვანია მხარეს ჰქონდეს კანონმდებლობის სრულად გააზრების საშუალება, რათა საჭიროების შემთხვევაში, ეფექტურად განხორციელოს საკუთარი ინტერესების დაცვა. თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარებამ უამრავი ახალი სამართლებრივი რეგულირების სფერო წარმოშვა, მათ შორის, სამომხმარებლო სამართალიც. სახელმწიფოებს წარმოეშვათ ევროკავშირის მომხმარებელთა

<sup>1</sup> <http://www.parliament.ge/uploads/other/85/85952.pdf> [უ.გ.28.04.2021].

უფლებების დაცვის შესახებ დირექტივების რატიფიცირების აუცილებლობა. ხელისუფლებას სუსტი მხარის დაცვის ვალდებულება გაუჩნდა.

1991 წელს საქართველოში დამოუკიდებლობის მიღების შემდგომ სსკ-ის მე-10 მუხლის მეორე ნაწილით მხარეებს მიენიჭა ხელშეკრულების დადებისა და შინაარსის თავისუფლად განსაზღვრის უფლება, თუმცა ცვლილებების შედეგად აქაც გახდა არამხოლოდ ევროპის დირექტივის იმპლემენტაცია აუცილებელი, არამედ ცალკე კანონის შექმნაც გახდა სავალდებულო. მიუხედავად ევროპის დირექტივისა და ევროპის პრაქტიკის ერთგვაროვნებისა, საქართველოში ჯერ ისევ მკვეთრად იგრძნობა ამ ინსტიტუტის სიახლე. ნაშრომში მოცემულია მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ რეგულაციების ანალიზი, მცირე ისტორიული რაკურსი, საერთაშორისო რეგულირებისა და დირექტივების საქართველოში იმპლემენტაციის საკითხი და საერთაშორისო მასშტაბით წარმოშობილი პრობლემები. ნაშრომის ძირითადი მიზანია ქართული და სხვა ქვეყნების სამომხმარებლო საკრედიტო ნორმათა შესწავლით, გამოკვეთოს მომხმარებელთა უფლებების რეალიზებასთან დაკავშირებული ის პრობლემები, რომელიც რატიფიცირებისას და სხვა სფეროებში იკვეთება. სტატიაში მიმოხილულია ევროპული და ქართული საკანონმდებლო ბაზა და განხილულია სასამართლო პრაქტიკა, რომელთან დაკავშირებითაც გაწეულია გარკვეული რეკომენდაციები.

## 1. მომხმარებელთა უფლებები, მათი დაცვის სტრატეგია ევროპულ დირექტივებში და მწვანე ფურცლები

თანამედროვე ყოფაში სავაჭრო სფეროს გაფართოებისა და განვითარების, ტექნოლოგიების სწრაფი ცვლილებებისა და საერთაშორისო მასშტაბების წარმოქმნამ ურთიერთობათა რეგულირებისათვის კანონმდებლობის მორგების აუცილებლობა განაპირობა. საჭირო გახდა მომხმარებლის, როგორც სუსტი მხარის უფლებების ზედმიწევნით გაწერა და საერთაშორისო რეგულირება.

სამომხმარებლო სამართლის ევოლუცია ჯერ კიდევ რომს უკავშირდება. 1957 წელს რომის ხელშეკრულების დადებით შეიქმნა ევროპის ეკონომიკური თანამეგობრობა. შეთანხმების მიხედვით, მოიხსნა ბარიერები საგარეო ვაჭრობისთვის, საქონლის (რაც საბაჟო კავშირის შექმნას ნიშნავდა), პირთა და ასევე მომსახურებისა და კაპიტალის თავისუფალი გადაადგილებისთვის ეკონომიკური გაერთიანების წევრ სახელმწიფოებს შორის. არნიშნული ხელშეკრულების მიზანი საერთო ბაზრის დაარსება იყო. „აღნიშნული ინსტიტუტის შექმნის მიზეზი ქვეყნების ეკონომიკური გაერთიანება და ადამიანის უფლებების დაცვის საერთო სტანდარტის დაწესებას წარადგენდა“.<sup>2</sup> სწორედ აქ ჩაინერგა მომხმარებელთა უფლების დაცვის აუცილებლობის პირველი იდეა. მიუხედავად მსგავსი იდეის ადრეული დანერგვისა, 1957 წლის 25 მარტის ევროპის ეკონომიკური საზოგადოების დამფუძნებელი ხელშეკრულება მხოლოდ ხუთი შემთხვევითი მითითებით მოიხსენიებს მომხმარებლებს (მუხლები 39, 40, 85 (3), 86, 92 (2), რომლებიც შეესაბამება ნიცის ხელშეკრულების<sup>3</sup> (Nice Treaty) 33 (3), 3481, 82, 87

<sup>2</sup> თ.ლაკერბაია, ვ.ზაალიშვილი, თ.ზოიძე „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართალი“ გამომცემლობა „შსსუ“ 2018 გვ. 62.

<sup>3</sup> ნიცის ხელშეკრულება წარმოადგენდა შემსწორებელ დოკუმენტს მასტრიხტის ხელშეკრულებისთვის (ან ხელშეკრულებაში ევროკავშირის შესახებ) და რომის ხელშეკრულებისთვის (ან ევროპული საზოგადოების დამფუძნებელ ხელშეკრულებაში, რომელიც მასტრიხტის ხელშეკრულებამდე იყო ევროპული ეკონომიკური საზოგადოების დამფუძნებელი ხელშეკრულება). ნიცის ხელშეკრულებამ მოახდინა ევროკავშირის ინსტიტუციური სტრუქტურის რეფორმირება აღმოსავლეთით გაფართოების წინააღმდეგ, რაც ამსტერდამის ხელშეკრულებით უნდა შესრულებულიყო, მაგრამ თავის დროზე ვერ იქნა გადაჭრილი. ხელშეკრულების ძალაში შესვლა გარკვეულ დროს საეჭვო იყო, მას შემდეგ, რაც ირლანდიელმა ამომრჩევლებმა უარი თქვეს რეფერენდუმზე

მუხლებს). არსებობდა ზოგადი ვარაუდი, რომ მომხმარებელი ისარგებლებდა ინტეგრირებული და უფრო ეფექტური საერთო ბაზრით.<sup>4</sup>

1970-იან და 1980-იან წლებში პოლიტიკური ატმოსფერო ნელ-ნელა ხელსაყრელი გახდა მომხმარებლებისთვის, კერძოდ, 1973 წელს ევროგაერთიანებამ დაამტკიცა მომხმარებელთა უფლებების შესახებ ქარტია, ხოლო 1975 წლის 14 აპრილის საბჭოს რეზოლუციის წინასწარი პროგრამით, „ევროპის ეკონომიკური საზოგადოების მომხმარებელთა უფლებების დაცვისა და ინფორმაციის პოლიტიკისათვის“ შესახებ, დამტკიცდა ხუთი უმნიშვნელოვანესი უფლება: „1. ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების დაცვის უფლება, 2. ეკონომიკური ინტერესების დაცვის უფლება, 3. ზიანის ანაზღაურების უფლება; 4. ინფორმაციის მიღებისა და განათლების უფლება, 5. წარმომადგენლობის უფლება (მოსმენის უფლება)“.<sup>5</sup>

„ახალი სტრატეგიის მიზანს მომხმარებელთა ინფორმირებულობისა და კომპეტენციის გაძლიერება, ევროპულ ბაზარზე მათი უსაფრთხო და აქტიური მონაწილეობის უზრუნველყოფა წარმოადგენდა.“<sup>6</sup> 2001 წელს კომისიამ გამოსცა ე.წ. „მწავნე ფურცლები“<sup>7</sup> ევროპული კავშირის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“, რომელთა საშუალებითაც დაიგეგმა ევროპულ კავშირში მომხმარებელთა უფლებების ერთგავროვანი იმპლემენტაცია და კოორდინაცია.<sup>8</sup> 2002-2006 წლებში ახალი რეფორმით დაგაიხედა ის მინიმალური დაცვის მიდგომის სტანდარტი, რომელიც აქამდე ჰქონდა მომხმარებელს, ხოლო 2007 წლის 13 მარტს, კომისიამ წარმოადგინა სამომხმარებლო პოლიტიკის ახალი სტრატეგია, რომელიც მიმართული იყო მომხმარებლის ჯანმრთელობისა და თავდაჯერებულობის გაძლიერებისკენ.

## 2. სამომხმარებლო სამართლის სტრატეგიები და ჰარმონიზაცია

ყოველწლიურად კონტროლის მიზნით იწერება სტრატეგიები, რომლის მთავარი მიზანიც კანონმდებლობის სრულყოფაა. მაგალითად 2007-2013 სტრატეგიის ძირითად სამიზნეს მომხმარებელთა ინფორმირებულობისა და კომპეტენციის გაძლიერებას, ევროპულ ბაზარზე მათი უსაფრთხო და აქტიური ჩართულობის უზრუნველყოფას წარმოადგენდა.<sup>9</sup> ასევე დაიგეგმა საერთო წესების დაცვით, მომხმარებლებისათვის ერთნაირი დაცვის გარანტიებით სარგებლობის შესაძლებლობის წარმოქმნა. 2007-2012 წლის სტრატეგიის გამოცხადების პერიოდში, ჩატარდა აკადემიური კვლევა, რომლებიც “The Draft Common Frame of Reference”<sup>10</sup>-ის (DCFR) სახელითაა ცნობილი. მითითებულ დოკუმენტშიც ყურადღება გამახვილდა სამომხმარებლო სამართლის საკითხების რეფორმირების აუცილებლობაზე.

2001 წლის ივნისში, თუმცა ბოლო რეფერენდუმის შედეგებიდან გამომდინარე ერთი წლის შემდგომ წინა შედეგები გაუქმდა. ხელი მოაწერეს ევროპის ლიდერებმა 2001 წლის 26 თებერვალს და ძალაში შევიდა 2003 წლის 1 თებერვალს.

<sup>4</sup> <[http://userpage.fu-berlin.de/~rjanal/lehre/consumer/2\\_history.html](http://userpage.fu-berlin.de/~rjanal/lehre/consumer/2_history.html)> [უ.გ.28.04.2021].

<sup>5</sup> A. Łuczak „Evolution of consumer protection law in the light of the proposal for a horizontal directive on consumer rights and Rome I regulation” edition “LLM” 2011 გვ. 125.

<sup>6</sup> ლაკერბაია, ზაალიშვილი, ზოიძე ივ: სქოლიო 2 გვ. 63.

<sup>7</sup> <[http://aei.pitt.edu/green\\_papers.html](http://aei.pitt.edu/green_papers.html)> [უ.გ.28.04.2021].

<sup>8</sup> ლაკერბაია, ზაალიშვილი, ზოიძე ივ: სქოლიო 2 გვ. 65.

<sup>9</sup> <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:279E:0017:0023:EN:PDF> [უ.გ.28.04.2021].

<sup>10</sup>C. von Bar, E. Clive and H. Schulte-Nölke and other „Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law“ 2009 გვ. 3.

<[https://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality\\_distribution/public/documents/EUROPEAN\\_PRIVATE\\_LAW/EN\\_EPL\\_201001\\_07\\_Principles\\_definitions\\_and\\_model\\_rules\\_of\\_European\\_private\\_law\\_\\_Draft\\_Common\\_Frame\\_of\\_Reference\\_\\_DCFR\\_pdf](https://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality_distribution/public/documents/EUROPEAN_PRIVATE_LAW/EN_EPL_201001_07_Principles_definitions_and_model_rules_of_European_private_law__Draft_Common_Frame_of_Reference__DCFR_pdf)> [უ.გ.28.04.2021].

ძირითადი საკითხი წინასახელშეკრულებო ვალდებულებები და ხელშეკრულების უარყოფის უფლება იყო.

მნიშვნელოვანია აღნიშნოს 2019 წლის სტრატეგია „სამომხმარებლო კონსოლიდირებული და გაუმჯობესებული უფლებები შიდა ბაზარზე“,<sup>11</sup> რომლის ფარგლებში (DG JUST General Directorate of Justice and Consumers- იუსტიციისა და მომხმარებელთა გენერალური დირექტორატი) განისაზღვრა ვალდებულებები მომხმარებელთა კოლექტიური ინტერესების დასაცავად და სამომხმარებლო ხელშეკრულებებში უსამართლო პირობების შესახებ დირექტივის გამოყენების აუცილებლობის შესახებ. სწორედ ამ მხრივ განხორციელდა სამომხმარებლო საკრედიტო ხელშეკრულებების შესახებ 2008/48/EC დირექტივის შეფასება, რომელიც 2018 წლის შუა რიცხვებში დაიწყო და 2019 წლის ბოლოს დასრულდა<sup>12</sup> ხოლო DG JUST-ის უფლებამოსილებები ცალკე 2016-2020 წლის სტრატეგიაში<sup>13</sup> იქნა დეტალურად გაწერილი, შესაბამისად, შეიძლება ითქვას, რომ ეს ორი დოკუმენტი ერთმანეთის შემავსებელ აქტებს წარმოადგენენ. მიუხედავად არსებული ხარვეზებისა მთავარ პრობლემას წარმოადგენს იმპლემენტაციის განხორციელების სხვადასხვა ტექნიკის არსებობაც. აღსანიშნავია ქვეყნებს შორის საკანონმდებლო დაშორების ერთ-ერთი მიზეზიც სწორედ ესაა, რომელიც არანაკლებ პრობლემურია.

როგორც ცნობილია საკანონმდებლო ჰარმონიზაციის პროცესი სხვადასხვაგვარად შეიძლება განხორციელდეს და შეიძლება დაეფუძნოს შემდეგ მეთოდებს:

1. ერთგვაროვნება, რაც ნიშნავს შიდა კანონის შეცვლას მთლიანად ერთიანი სისტემით და დირექტივების სრულ უცვლელ გადმოტანას ეროვნულ კანონმდებლობაში; მაგალითად, რომის 1980 წლის კონვენცია სახელშეკრულებო ურთიერთობების ფარგლებში;
2. მიახლოება, რომელიც გულისხმობს დირექტივების იმპლემენტაციას მისი მიზნებიდან გამომდინარე;
3. კომპლექსური (შემავსებელი) რომელიც არ არის გამიზნული წევრი ქვეყნის შიდა სამართლის შესაცვლელად, მაგრამ არსებულ ეროვნულ კანონმდებლობას ემატება ერთობლივი დებულებები, ხდება საკანონმდებლო შერწყმა;
4. დარწმუნება, როგორც არასავალდებულო გზით მიღწეული ჰარმონიზაციის გზა რბილი სამართლის ინსტრუმენტები, როგორცაა რეკომენდაციები და მოსაზრებები.

იმპლემენტაციასთან დაკავშირებულ ხარვეზს მეორე მუხლშივე ვხვდებით, მაგალითად, „მომხმარებლის“ განმარტება, რომლის არაკონკრეტულობა ბევრ კითხვას წარმოშობს. სწორედ მსგავს განუსაზღვრელობასა და უზუსტობას წარმოშობს იმპლემენტაციის სხვადასხვა ხერხით განხორციელება რაც აზიანებს, არამხოლოდ სამართალს არამედ უპირველეს ყოვლისა მომხმარებელს.

### **3. ასოცირების შესახებ შეთანხმება ერთის მხრივ, საქართველოსა და მეორეს მხრივ, ევროკავშირს და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის და აღებული ვალდებულებები**

ასოცირების<sup>14</sup> შეთანხმების მიღების შემდგომ, რომელშიც ცალკე თავადაა გამოყოფილი მომხმარებელთა პოლიტიკა, პირდაპირაა გათვალისწინებული მომხმარებელთა დაცვის მაღალი დონის სტანდარტის დაწესების ვალდებულება. ამ თვალსაზრისით, საქართველომაც აიღო საკანონმდებლო დაახლოების ვალდებულება, ინფორმაციის გაცვლის ხელშეწყობის,

<sup>11</sup> [https://ec.europa.eu/info/publications/management-plan-2019-justice-and-consumers\\_cs](https://ec.europa.eu/info/publications/management-plan-2019-justice-and-consumers_cs) > 13გვ [უ.გ.28.04.2021].

<sup>12</sup> იხ: სქოლიო 11. 12გვ [უ.გ.28.04.2021].

<sup>13</sup> [https://ec.europa.eu/info/publications/strategic-plans-2016-2020\\_en](https://ec.europa.eu/info/publications/strategic-plans-2016-2020_en) > 14 გვ [უ.გ.28.04.2021].

<sup>14</sup> <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2496959> > [უ.გ.28.04.2021].

მონაცემთა ურთიერთ გაცვლისა და საერთო ჯამში ყველა იმ ფუნქციის განსაზოვრციელებლად, რომელიც მომხმარებელს გააძლიერებდა როგორც ხელშეკრულების სუსტ მხარეს. აღნიშნულ შეთანხმებას დანართის სახით ასოცირების შეთანხმებას დაერთო ის საკანონმდებლო ნუსხა რომელთანაც უნდა განხორციელებულიყო ეროვნული კანონმდებლობის შესაბამისობა, მათ შორის მნიშვნელოვანი ადგილი კი სწორედ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფერომ დაიკავა. „საქართველოს ნატოსა და ევროკავშირში ინტეგრაციის სახელმწიფო კომისიების ერთობლივი გადაწყვეტილებით, ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში სახელმწიფო მინისტრის აპარატის კოორდინაციით შემუშავდა ასოცირების შეთანხმებისა და ასოცირების დღის წესრიგის განხორციელების 3 წლიანი გეგმა, რომელშიც აისახა სამართლებრივი დაახლოების საკითხები“.<sup>15</sup>

განისაზღვრა სტრატეგიული მიზანი ასოცირების შეთანხმებასთან შესაბამისი საკანონმდებლო ჩარჩოს ჩამოყალიბებისთვის. 2018-2020 წლის გეგმაში<sup>16</sup> ასახულია უფლებამოსილი ორგანოს - კომიტეტის მიერ განსახორციელებელი კონკრეტული ღონისძიებები, განსახორციელებელი მოქმედებებისთვის განსაზღვრული ვადები, პასუხისმგებელი სტრუქტურები და საერთაშორისო კანონმდებლობასთან შესაბამისობის დადგენის კრიტერიუმები. 2019-2020 წლების სამოქმედო გეგმის თანახმად იდენტიფიცირდა პრობლემები და გაიცა რეკომენდაციები არსებულ ხარვეზებთან დაკავშირებით. კერძოდ კომიტეტის აპარატი არ იკვეთებოდნენ საერთაშორისო სამართლისა და საერთაშორისო ურთიერთობის განხრით სპეციალისტები, გარდა ამისა, საქმიანობის პერიოდში საგრძნობლად გამოიკვეთა ინგლისური ენის ცოდნის დაბალი დონე, რაც შემაფერხებელი გახდა უცხოენოვან კანონმდებლობასთან მუშაობისას. არ განცხორციელდა საერთაშორისო კანონმდებლობის ეროვნულ ენაზე თარგმნა, რითაც მოქალაქეებს შეეზღუდათ მისი გაცნობის შესაძლებლობა. არ დანიშნულა აღნიშნულ პროექტებზე განმახორციელებელი პასუხისმგებელი პირიც.

როგორც ირკვევა, აღნიშნული გეგმებიდან გამომდინარე, უამრავი პრობლემა გამოიკვეთა დირექტივების იმპლემენტაციის დროს. ერთ-ერთი და ყველაზე მნიშვნელოვანი არის მომხმარებლის არაინფორმირებულობა, რასაც ადასტურებს „საქართველოში ადამიანის უფლებათა და თავისუფლებათა დაცვის მდგომარეობის შესახებ 2019 წელი საქართველოს სახალხო დამცველის ანგარიში“.<sup>17</sup> მიუხედავად იმისა რომ ორივე გეგმა ითვლისწინებდა გეგმის 2020 წელამდე და მათ შორის მათში აღნიშნული რეკომენდაციების შესრულებას: - საზოგადოების ინფორმირებულობის, დირექტივების ინგლისურიდან ქართულად თარგმნის, მომსახურე პერსონალში ევროკავშირის სამართლის სპეციალისტის დამატების, არცერთი ჩამოთვლილი რეკომენდაცია არ შესრულდა სათანადოდ. დანერგილ პორტალს - [www.aa.ge](http://www.aa.ge), მიუხედავად იმისა, რომ მოხერხებული სამიზნო სისტემა აქვს და საიტი ადვილი აღსაქმელია, დირექტივების უმეტესი ნაწილის აღწერაში მხოლოდ დასახელებაა მოცემული, ხოლო დირექტივაზე გადასვლისას დირექტივა იხსნება ინგლისურ ენაზე, რაც საზოგადოების დიდი ნაწილისთვის შემაფერხებელი და არაკომფორტულია, იმ შემთხვევაშიც კი თუ პირი ინგლისურ ენას კარგად ფლობს აღნიშნული დოკუმენტაციის ანალიზი და წაკითხვა ძალზე რთულია, რადგან ის შეიცავს მთელ რიგ იურიდიულ ტერმინოლოგიას რომლის გარკვევაც არაიურისტისთვის რთული, შრომატევადი და ძალიან დიდი დროის რესურსის გამოყენების ხარჯზე შეიძლება მოხდეს და რადგან დირექტივა მხოლოდ რეგულირების ჩარჩოს იძლევა და მთელ რიგ ნორმებში თავისუფლებას აძლევს სახელმწიფოს თავად არეგულიროს

<sup>15</sup> <http://www.parliament.ge/uploads/other/85/85952.pdf> > [უ.გ.28.04.2021].

<sup>16</sup> იხ სქოლიო 15.

<sup>17</sup> <https://www.ombudsman.ge/res/docs/2020040215365449134.pdf> > 2019 წ. 318გვ. [უ.გ.28.04.2021].

ურთიერთობა, მომხმარებელმა ის ეროვნულ კანონმდებლობაშიც უნდა მოძებნოს, რა თქმა უნდა, თუ შეძლებს კანონის დასახლების გარკვევას და ყველა რეგულაციების თავმოყრას. სირთულეს წარმოადგენს ისიც რომ მაგალითად საკრედიტო სამართლებრივი ურთიერთობა არამხოლოდ ცალკეული დირექტივით რეგულირდება, არამედ სამოქალაქო კოდექსითაც და ბევრი სხვა ნორმატიული აქტებით, რომელებიც უშუალოდ ეხება კრედიტის სპეციფიკურობას, სახეს, ურთიერთობის თავისებურებას.

#### 4. „მომხმარებლის“ ტერმინთან დაკავშირებული პრობლემები

საერთაშორისო დირექტივებით მომხმარებელთა უფლებების შესახებ, პირის მომხმარებლად მისაჩნევად უნდა დაკმაყოფილდეს შემდეგი კრიტერიუმები:

1. სახეზე აუცილებლად უნდა იყოს ფიზიკური პირი და არა იურიდიული პირი ან ორგანიზაცია.
2. ფიზიკური პირის მიერ კონკრეტული მოქმედება უნდა განხორცილდეს სავაჭრო, ბიზნეს, ხელობის ან პროფესიულ ფარგლებს მიღმა.“

„აღსანიშნავია ის გარემოება, რომ ზემოაღნიშნული განმარტებებისაგან განსხვავებულია მომხმარებლის დეფინიცია საქართველოს საბანკო სამართალში. N151/04 ბრძანების მე-2 მუხლის „ე“ ქვეპუნქტის თანახმად, მომხმარებელი წარმოადგენს „საფინანსო პროდუქტის მიმღებ ან ასეთი განზრახვის მქონე ფიზიკურ ან იურიდიულ პირს, გარდა ფინანსური ორგანიზაციისა“.18 ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ქართულ რეალობაში მომხმარებლად განიხილება ნებისმიერი ფიზიკური და იურიდიული პირი, რომელსაც სურს საფინანსო პროდუქტის მიღება, მიუხედავად იმისა, ის ფინანსურ ორგანიზაციასთან რეალურად შევა თუ არა სახელშეკრულებო ურთიერთობაში. ნორმა გამორიცხავს ფინანსური ორგანიზაციის მომხმარებლად მიჩნევას“.19

ქართულ კანონმდებლობაში მომხმარებელთა ცნებას ასევე ვხვდებით „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ კანონშიც რომლის შესაბამისად „მომხმარებელი არის პირადი საჭიროებისათვის საქონლის (სამუშაოს, მომსახურების) გამომყენებელი, შემძენი, შემკვეთი ან ასეთი განზრახვის მქონე მოქალაქე“.20 აღნიშნულთან დაკავშირებით ვხვდებით მოსაზრებას ამ ნორმის დახვეწის შესახებ, რასაც ნაწილობრივ ვეთანხმები. ტერმინის გამოყენების შეუსაბამობაში, კერძოდ, „მომხმარებლისთვის“ „მოქალაქედ“ მოხსენიება დამაბნეველია, ამიტომ უმჯობესია გამოყენებულ იქნეს ფიზიკური პირი, რადგან დამკვიდრებული საერთაშორისო პრაქტიკით იურიდიული პირი ვერ იქნება მოაზრებული სუბიექტთა წრეში. სხვა მოსაზრების მიხედვით განმარტებაში მომხმარებლის „გამომყენებელი“, „შემძენი“, „შემკვეთი ან ასეთი განზრახვის მქონე“, სიტყვების ამოღების აუცილებლობაა აღნიშნული, რადგან ეს მომხმარებლის ქმედების ამსახველია და ცნების განსაზღვრისთვის უმნიშვნელოა.21 ამ მოსაზრებასაც ვეთანხმები, თუმცა არა იმ თვალსაზრისით რომ აღნიშნული ქმედებები უმნიშვნელოა, არამედ იმ ნაწილში, რომ კანონმდებლობამ კანონი მკითხველისთვის მარტივი უნდა გახადოს შესაბამისად მხარის ამდენი ტერმინოლოგიით გადატვირთვა მიზანშეუწონელია და სასურველია ერთიანი ტერმინოლოგიის დამკვიდრება. გარდა ამისა, თითოეული ტერმინი იწვევს უამრავ კითხვას, შესაბამისად, შეიძლება ითქვას რომ ნორმა

18 <https://service.betterregulation.com/document/158599> [უ.გ.28.04.2021].

19 ნ. ქაშიბაძე სამაგისტრო ნაშრომი თემაზე „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სანდარტები საკრედიტო ხელშეკრულებაში“ გამომცემლობა „ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2021 გვ. 30.

20 <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/32974> [უ.გ.28.04.2021].

21 ა. რამიშვილი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კერძოსამართლებრივი მექანიზმები სამომხმარებლო საკრედიტო ხელშეკრულებაში“, სამართლის ჟურნალი N2, გამომცემლობა „ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2012 გვ. 178.

განუსაზღვრელი და არაკონკრეტულია, ხოლო რამდენიმე მათგანი, რომელიც ზემოთ არის მოხსენიებული, საერთოდ არ შეესაბამება საერთაშორისო განმარტებას.

დირექტივაში მომხმარებელი განსაზღვრულია როგორც „საშუალო“ მომხმარებელი, თუმცა აღსანიშნავია რომ, ხშირ შემთხვევაში, დასაცავი ხდება არა მხოლოდ ფიზიკური პირები, არამედ კომპანიებიც. მაგალითად, როდესაც საკრედიტო ოპერაციებს მცირე ბიზნესი ახორციელებს შესყიდვას ან სხვა ქმედებას, რომელიც მათი კომერციული საქმიანობისთვისაა მაგრამ პირდაპირ არ ეხება მათ საქმიანობას როგორცაა სხვადასხვა სახის შესყიდვები. შესაბამისად, მომხმარებელთა როლი შეიძლება არ შემოიფარგლოს პირადი საქმიანობით და ემსახუროს სხვათა ინტერესების დაკმაყოფილებასაც. ამ შემთხვევაშიც, მოქმედება მომხმარებლის ვაჭრობის, პროფესიის ან ბიზნესის ფარგლებს გარეთ ექცევა, შესაბამისად, ტერმინი "მომხმარებელი" არ არის დამოკიდებული მხოლოდ საქმიანობაზე, არამედ სხვა მოქმედებებზეც და ამ მაგალითის შესაბამისად, შეიძლება მიენიჭოს ნებისმიერ პირს, რათა არ დარჩეს ესა თუ ის ქმედება დაცვის ფარგლებს გარეთ. აღნიშნული მიდგომა დადასტურდა ძალიან ბევრ გადაწყვეტილებებში, ამიტომ ეს მიდგომა დამტკიცდა ევროკავშირის საბჭოს მიერ წარმოდგენილ საბოლოო პროექტში და მიღებულ იქნა 2011 წლის ოქტომბერს.<sup>22</sup>

მგავსი მკაცრი ინტერპრეტაცია განხორციელდა (CJEU) პინტოს<sup>23</sup> რესპუბლიკაში, სადაც სასამართლოს ჰკითხეს, შეიძლებოდა თუ არა დირექტივის გამოყენება იმ მოვაჭრეზე, რომელიც თავისი ბიზნესის რეკლამირებით ცდილობდა ბიზნესის გაყიდვას. პასუხი იყო, რომ ტრეიდერმა დადო ცალკე ხელშეკრულება რეკლამის შესახებ, არსებობდა საფუძველი იმისა, რომ მოვაჭრე კარგად აცნობიერებდა თავისი ბიზნესის და თითოეული ღონისძიების ღირებულებას და იყო ინფორმირებული. შესაბამისად დამატებით რაიმე მომხმარებელთათვის განკუთვნილ დაცვის უფლით ვერ ისარგებლებდა, რადგან ის ვერ განიცდიდა მოულოდნელობიდან გამომდინარე წარმოქმნილ შედეგებს და აღნიშნული დარეგულირდებოდა ნასყიდობის ხელშეკრულების ფარგლებში.

ანალოგიური შედეგი მოჰყვა (CJEU) მოჰყვა Francesco Benincasa v Dentalkit Srl-ს<sup>24</sup> საქმეს. რომელშიც დაისვა კითხვა მოსარჩელე, რომელმაც ხელშეკრულება უნდა დადოს ვაჭრობიდან ან, პროფესიიდან გამომდინარე, საქმის დაწყების მიზნით არა აწმყოში, არამედ მომავალში, შეიძლებოდა თუ არა ჩაითვალილიყო მომხმარებლად და ექცეოდა თუ არა კონვენციის მე-13 და მე-14 მუხლების I პუნქტების რეგულირების სფეროში. ამ კითხვაზე პასუხი იყო ის, რომ მომხმარებლის კონცეფცია მკაცრად უნდა ყოფილიყო განსაზღვრული და არ უნდა გათვალისწინებულიყო პირის სუბიექტური დამოკიდებულებით ხელშეკრულებასთან მიმართებით.

ანალოგიას ვხვდებით იდენტური რეგულირების სფეროში მყოფი დირექტივის მუხლის განმარტებაში საქმეზე Bayerische Hypotheken- und Wechselbank AG v. Dietzinger,<sup>25</sup> სადაც სასამართლომ ხაზი გაუსვა თვით ხელშეკრულებასთან დაკავშირებულ ობიექტურ ელემენტს. საგარანტიო ხელშეკრულება, რომელიც დადებულია ფიზიკური პირის მიერ, რომელიც ექცევა მისი საქმიანობის ფარგლებს გარეთ, არ ექცეოდა დირექტივის მოქმედების სფეროში, მაშინაც კი თუ სესხის დაფარვა, რომელიც ხელშეკრულებიდან გამომდინარე განხორციელდა მოექცა სხვა სავაჭრო ან პროფესიის ფარგლებში და თავმდებს მხოლოდ ირიბად შეეხო.<sup>26</sup>

<sup>22</sup> M. Fayyad, "University of Sharjah journal of Law Science" s „The Consumer Right of Information and Advice in Credit Agreements in the European Union Law: an Analytical Legal Study“ 2020 გვ. 34.

<sup>23</sup> The Judgment of the Court (First Chamber) of 14 March 2017. Criminal proceedings against Patrice Di Pinto. Reference for a preliminary ruling: Cour d'appel de Paris - France. Case C-361/17.

<sup>24</sup> Judgment of the Court (Sixth Chamber) of 3 July 2017. Francesco Benincasa v Dentalkit Srl. Case C-269/15.

<sup>25</sup> CJEU 45/96 (1998) E.C.R. I-1199.

<sup>26</sup> M. Fayyad, "University of Sharjah journal of Law Science" s „The Consumer Right of Information and Advice in Credit Agreements in the European Union Law: an Analytical Legal Study“ 2020 გვ. 35.

მიუხედავად დამკვიდრებული პრაქტიკისა, აღსანიშნავია, რომ განმარტება მხოლოდ ნაწილობრივ მოიცავს - ტერმინი „მომხმარებლის“ განმარტებას. ევროკავშირის ამჟამინდელ სამომხმარებლო კანონმდებლობაში ევროკავშირის თითოეული ქვეყანა ცალკე საკუთარი მიზნებისათვის განსაზღვრავს სამომხმარებლო ცნებას. ეს განმარტებები არსებითად თანხვედრაშია, მაგრამ არსებობს გარკვეული განსხვავებები. მომხმარებელთა ცნება განსაზღვრა რამდენიმე დირექტივაში სახელმწიფოებო სამართლის სფეროში, აგრეთვე ბრიუსელის<sup>27</sup> და რომის<sup>28</sup> რეგულაციებში (საპროცესო სამართლის სფეროში), რომელიც მოიცავს მომხმარებლის დაცვის სპეციფიკურ წესებს. უმეტესწილად მომხმარებელთა უფლებების შესახებ, ბევრმა წევრმა ქვეყანამ გააფართოვა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კანონის მოქმედება ვიდრე ეს გათვალისწინებული იყო ევროკავშირის დირექტივებში.<sup>29</sup>

იგივე საკითხთან დაკავშირებით პრობლემას ვხვდებით ჩინეთშიც, სადაც ძალიან საინტერესოდ არის იმპლემენტირებული კონკრეტულად ეს ნორმა. კერძოდ, ჩინეთის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ 1993 წლის კანონი არ ითვალისწინებს „მომხმარებლის“ განმარტებას ან ინტერპრეტაციას. მე-2 ნაწილის მიხედვით: მომხმარებელი ყიდულობს ან იყენებს საქონელს ან იღებს მომსახურებას საცხოვრებელი მოხმარების საჭიროებისთვის.<sup>30</sup> თუ საქართველოს კანონმდებლობაში მომხმარებელი მოქალაქეაა წოდებული, ამ განმარტებიდან გამომდინარე ჩინეთში მომხმარებლის განმარტება მომხმარებლითვე იწყება და საერთოდ გაუგებარია ვინ შეიძლება იყოს ის ფიზიკური პირი თუ იურიდიული პირი. ბუნდოვანია "ცხოვრების მოხმარების საჭიროების" მნიშვნელობაც. „მომხმარებლის“ მკაფიო იურიდიული განმარტების არარსებობა იწვევს მომხმარებელთა კანონის აღსრულების გაურკვევლობასაც. მდგომარეობა უარესდება იმითაც რომ ჩინეთის სამოქალაქო სამართლის სისტემაში მკაცრი გადაწყვეტილებისა არ არსებობს ამ საკითხთან დაკავშირებით. ყოველგვარი სავალდებულოობის გარეშე მოსამართლეებსა და ადმინისტრაციულ თანამდებობის პირებს შეუძლიათ მხოლოდ დაეყრდნონ თავიანთ პირად შეხედულებებს და ამით განსხვავებულად განსაზღვრონ მსგავსი საქმეები.<sup>31</sup> როგორც აღინიშნა, მომხმარებელი ვერ იქნება იურიდიული პირი მაგრამ თუ იგი იღებს ისეთი სახის მომსახურებას, რომელიც არ უკავშირდება მის საქმიანობას, ამ შემთხვევაში, ხომ არ ამბობს ნორმა უარს მსგავსი მომხმარებლის დაცვაზე? მსგავსი კითხვა დაისვა ჩინეთშიც და სლოვაკეთშიც.<sup>32</sup>

<sup>27</sup> Regulation (EC) No 44/2001 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters, laying down rules governing the jurisdiction of courts and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters in EU countries.

<sup>28</sup> Regulation (EC) No 593/2008 on the law applicable to contractual obligations, applying to contractual obligations in civil and commercial matters in the event of a conflict of laws.

<sup>29</sup> J. Valant, Consumer Protection in the EU, Policy overview, European Parliamentary Research Service, 1, EU Parliament, 2015 გვ. 4.

<sup>30</sup> Z. Liao, „The Recent Amendment to China’s Consumer Law: An Imperfect Improvement and Proposal for Future Changes“. Beijing Law Review, 5, 2014 გვ. 167.

<sup>31</sup> Z. Liao, Zheng, consumer law and practice in China: „A critique on the 20-year experience and the recent amendment bill“; research supported by Fundamental Research Funds for the Central Universities 2012 გვ. 6.

<sup>32</sup> M. Patakyová Application and Implementation of Directive 2008/48/EC in the Slovak Legal Order IN: GLAVANITS, J., HORVÁTHY, B., KNAPP, L. (eds.): The Influence and Effects of EU Business Law in the Western Balkans. Conference proceedings of the 1st EU Business Law Forum.



## დასკვნა

სამომხმარებლო სამართლის ინსტიტუტი ჯერ ისევ ახალია როგორც ჩვენი, ისე სხვა ბევრი პოსტსაბჭო ქვეყნებისთვის, რაც როგორც საკანონმდებლო ხარვეზებში, ისე სასამართლო პრაქტიკაშიც ჩანს. მიუხედავად საერთაშორისო ყოველწლიური სტრატეგიებისა, არ ხდება დირექტივის დეტალებში ჩასვლა და პრაქტიკაში წარმოშობილი პრობლემების ანალიზი. ეროვნულ კანონმდებლობაში სულ მცირე უნდა განხორციელდეს წლიური სტრატეგიების ზედმიწევნით შესრულება. საჭიროა დირექტივა ითარგმნოს ეროვნულ ენაზე, დაემატოს სტრუქტურებს აღნიშნული სფეროს სპეციალისტები და გაუმჯობესდეს საზოგადოებასთან ინფორმაციის იწოდების ხარისხი. აუცილებელია გამოიკვეთოს ჰარმონიზაციის რა ხარისხით უნდა განხორციელდეს ნორმათა იმპლემენტაცია ეროვნულ კანონმდებლობაში და ამავდროულად უნდა გაკეთდეს განმარტებები იმ ტერმინებთან მიმართებით, რომლებიც განუსაზღვრელია და იწვევს კითხვებს. უნდა დამკვიდრდეს საერთაშორისო პრაქტიკა და ამით ხელი შეეწყოს ეროვნულ სასამართლოებს განახორციელონ უფლებამოსილება დამკვიდრებული პრაქტიკის ჭრილში, რათა არ მოხდეს ერთგვარი საქმეების სხვადასხვაგვარი გადაწყვეტა და მომხმარებელში უსამართლობისა და უნდობლობის წარმოქმნა.

## ბიბლიოგრაფია

1. თამარ ლაკერბაია, ვახტანგ ზაალიშვილი, თამარ ზოიძე „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართალი“ გამომცემლობა „შსს“ 2018;
2. „საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმების“ გზამკვლევი 2014  
<http://www.parliament.ge/uploads/other/22/22585.pdf> [უკანასკნელად გადამოწმდა 28.04.2021];
3. თამარ ლაკერბაიას „ხელშეკრულების უარყოფის უფლება: ქართული და ევროპული სახელშეკრულებო სამართლის შედარებითი ანალიზი“ გამომცემლობა „ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2016;
4. თინათინ ერქვანია „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ევროპული სტანდარტები ელექტრონული ვაჭრობის სფეროში და ქართული კანონმდებლობა“ მართლმსაჯულება და კანონი N3 (30)'11 გამომცემლობა „ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2011;
5. თამარ ლაკერბაია, „ინფორმირებული მომხმარებლის ევროპული სტანდარტი“ სამართლის ჟურნალი N1, გამომცემლობა „ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2015;
6. ალექსანდრე დევიძე, გიორგი მირიანაშვილი “ევროკავშირის სამართლის დამხმარე სახელმძღვანელო“, გამომცემლობა „GIZ“ 2019;
7. ანა რამიშვილი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის კერძოსამართლებრივი მექანიზმები სამომხმარებლო საკრედიტო ხელშეკრულებაში“ , სამართლის ჟურნალი N2 გამომცემლობა „ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2012;
8. ნათია ქაშიბაძე სამაგისტრო ნაშრომი თემაზე „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სანდარტები საკრედიტო ხელშეკრულებაში“ გამომცემლობა „ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2021;
9. [http://userpage.fu-berlin.de/~rjanal/lehre/consumer/2\\_history.html](http://userpage.fu-berlin.de/~rjanal/lehre/consumer/2_history.html)[უკანასკნელად გადამოწმდა 28.04.2021];
10. [https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/green\\_paper.html](https://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/green_paper.html)[უკანასკნელად გადამოწმდა 28.04.2021];
11. „Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law“ Edited by Christian von Bar, Eric Clive and other;
12. [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/management-plan-just-2019\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/management-plan-just-2019_en.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა 28.04.2021];
13. [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/strategic-plan-2016-2020-dg-just\\_march2016\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/strategic-plan-2016-2020-dg-just_march2016_en.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა 28.04.2021];
14. Anna Łuczak“Evolution of consumer protection law in the light of the proposal for a horizontal directive on consumer rights and Rome I regulation”;
15. Mária Patakyová “Application and Implementation of Directive 2008/48/EC” in the Slovak Legal Order IN: GLAVANITS, J., HORVÁTHY, B., KNAPP, L. (eds.): The Influence and Effects of EU Business Law in the Western Balkans. Conference proceedings of the 1st EU Business Law Forum. Győr: Széchenyi István University, Deák Ferenc Faculty of Law and Political Sciences, Department for Public and Private Internals;
16. „Consumer protection in the EU“ EPRS | European Parliamentary Research Service. Jana Valant;

17. <http://www.parliament.ge/uploads/other/85/85952.pdf> [უკანასკნელად გადამოწმდა 28.04.2021];
18. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32008L0048> [უკანასკნელად გადამოწმდა 28.04.2021];
19. Mahmoud Fayyad, “University of Sharjah journal of Law Science”s „The Consumer Right of Information and Advice in Credit Agreements in the European Union Law: an Analytical Legal Study“ 2020;
20. The Judgment of the Court (First Chamber) of 14 March 2017. Criminal proceedings against Patrice Di Pinto. Reference for a preliminary ruling: Cour d’appel de Paris - France. Case C-361/17;
21. Judgment of the Court (Sixth Chamber) of 3 July 2017. Francesco Benincasa v Dentalkit Srl. Case C-269/15;
22. CJEU 45/96 (1998) E.C.R. I-1199;
23. Regulation (EC) No 44/2001 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters, laying down rules governing the jurisdiction of courts and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters in EU countries;
24. Regulation (EC) No 593/2008 on the law applicable to contractual obligations, applying to contractual obligations in civil and commercial matters in the event of a conflict of laws;
25. Jana Valant, Consumer Protection in the EU, Policy overview, European Parliamentary Research Service, 1, EU Parliament, 2015;
26. Liao, Zeng „The Recent Amendment to China’s Consumer Law: An Imperfect Improvement and Proposal for Future Changes“. Beijing Law Review;
27. Zhixiong Liao, Ms Xiong Zheng, consumer law and practice in China: „A critique on the 20-year experience and the recent amendment bill“; research supported by Fundamental Research Funds for the Central Universities;
28. DIRECTIVE 2008/122/EC of the European Parliament and of the Council “on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts”;
29. DIRECTIVE 2014/17/EU OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on credit agreements for consumers relating to residential immovable property and amending Directives 2008/48/EC and 2013/36/EU and Regulation (EU) No 1093/2010;
30. Elke ter Beek “The slow implementation of EC Directives” 2005;
31. Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States concerning consumer credit;
32. Sebastian Nessel „consumer policy in 28 Eu Member States: An Empirical Assessment in Four Simensions” 2019;
33. Edited by Christian von Bar, Eric Clive and other „Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law “2009;
34. Reinhard Steennot “ Consumer protection with regard to distance contracts after the transposition of the Consumer Rights Directive in Belgium and France” 2012;
35. Council Directive 85/577/EEC “to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises “.

## ზოგიერთი სამოქალაქო საპროცესო მოქმედების გავლენა სახელმწიფო მოთხოვნათა სასარჩელო ხანდაზმულობაზე

ნათია მახათაძე,

ასოცირებული პროფესორი,

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

### აბსტრაქტი

ხანდაზმულობის ცნება მატერიალური გაგებით მჭიდროდაა დაკავშირებული საპროცესო სამართალთან. პირის დარღვეული უფლების აღდგენა სასამართლოში სარჩელის წარდგენის გზით ხორციელდება. სწორედ ამიტომ გადაწყვეტია მნიშვნელობისაა ცალკეული სამოქალაქო საპროცესო მოქმედების სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადაზე გავლენის საკითხის ანალიზი.

სტატია ეძღვნება ცალკეული საპროცესო მოქმედების, მათ შორის, მხარის სათანადობის, სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის, სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადების სასარჩელო ხანდაზმულობაზე გავლენის საკითხის კვლევას. ზოგადად, გასათვალისწინებელია, რომ დასახელებული საპროცესო მოქმედებები მხარისათვის მნიშვნელოვან სამართლებრივ შედეგებს წარმოშობს, თუმცა არსებითი მნიშვნელობისაა ამ საპროცესო მოქმედებების განხილვა სასარჩელო ხანდაზმულობის ჭრილში, კერძოდ, იმის შეფასება, იწვევს თუ არა სამართალწარმოების პროცესში არასათანადო მოსარჩელის ან მოპასუხის ჩართვა სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტას. ზოგადად, აღსანიშნავია, რომ სათანადო მოსარჩელის მიერ სარჩელის წარდგენა წარმოადგენს სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტის ვარგის საშუალებას, თუმცა მხარის არასათანადოდ მიჩნევა არსებითად ცვლის სამართლებრივ მოცემულობას. გარდა ამისა, კანონმდებლობით არ არის ერთმნიშვნელოვნად იდენტიფიცირებული სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის სამართლებრივი შედეგები, კერძოდ, ბუნდოვანია, სარჩელის მიღებაზე უარის თქმა წარმოადგენს თუ არა სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის დენის შეწყვეტის ვარგის საშუალებას. განსაზღვრულობის პრინციპიდან გამომდინარე, დასახელებული საკითხთან დაკავშირებით უნდა ჩამოყალიბდეს მკაფიო მოწესრიგება. ამასთან, არსებული საკანონმდებლო მოწესრიგების პირობებში არ არის აშკარა, სარჩელის აღძვრამდე უზრუნველყოფის შესახებ განცხადების გავლენა სასარჩელო ხანდაზმულობაზე.

სტატია ასევე ეთმობა მოთხოვნის ხანდაზმულობისა და დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანისა და ზემდგომი ინსტანციის სასამართლოში ხანდაზმულობის შესაგებლის გამოყენების თავისებურებების ანალიზს.

გასათვალისწინებელია, რომ დასახელებულ საკითხებთან დაკავშირებით არსებობს არაერთგვაროვანი მიდგომა, რამაც, სასარჩელო ხანდაზმულობის არსის გათვალისწინებით, შეიძლება გამოიწვიოს პირის კანონიერი ინტერესის შელახვა. პრობლემების იდენტიფიცირებისა და ერთგვაროვანი განმარტების უზრუნველსაყოფად წარმოდგენილია ხსენებული საკითხების სიღრმისეული კვლევა და შემოთავაზებულია რეკომენდაციები.

**საკვანძო სიტყვები:** ხანდაზმულობა, საქმისწარმოება, უზრუნველყოფა, დაუსწრებელი გადაწყვეტილება, გავლენა, შეწყვეტა, შესაგებელი.

## შესავალი

ძველი რომის სამართალში არ იცნობდნენ სასარჩელო ხანდაზმულობის ცნებას. მისი დაწყება უკავშირდება პრეტორულ ედიქტებს. პრეტორებმა შემოიტანეს მთელი რიგი ახალი სარჩელებისა.<sup>1</sup>

სასარჩელო ხანდაზმულობის ქვეშ იგულისხმება კანონით დადგენილი ვადა, რომლის განმავლობაშიც პირს, რომლის უფლებაც დაირღვა, შეუძლია უფლების სასამართლო წესით დაცვა.<sup>2</sup> ამასთან, საქართველოს სამოქალაქო კოდექსი (შემდგომში – სსკ) ადგენს უფლების არასასამართლო წესით დაცვის შესაძლებლობასაც. თუმცა უფლების დაცვის ყველაზე გავრცელებულ საშუალებას სწორედ სასამართლოსადმი მიმართვა წარმოადგენს.

დიდია მატერიალური და საპროცესო კანონმდებლობის კავშირი, ვინაიდან მატერიალური სამართლის დარღვევას შედეგად მოჰყვება უფლების იძულებით განხორციელება. „ხანდაზმულობა მატერიალური გაგებით მჭიდროდ არის დაკავშირებული სარჩელზე უფლების პროცესუალურ გაგებასთან“.<sup>3</sup> სწორედ ამიტომ პრაქტიკული მნიშვნელობისაა ცალკეული საპროცესო მოქმედების სასარჩელო ხანდაზმულობაზე გავლენის ანალიზი, რაც განაპირობებს კიდევ წარმოდგენილი საკითხის აქტუალობას.

ნაშრომში წარმოდგენილი კვლევა ჩამოყალიბებულია სამ თავად:

პირველი თავი ეთმობა სამართალწარმოებასთან დაკავშირებული ცალკეული საკითხების (მხარის სათანადობის, სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის, სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადების) სასარჩელო ხანდაზმულობაზე გავლენის ანალიზს.

მეორე თავში განხილულია მოთხოვნის ხანდაზმულობისას დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის თავისებურებანი, შესაგებლის წარუდგენლობის, მოპასუხის გამოუცხადებლობის მაგალითებზე.

მესამე თავი ეთმობა ზემდგომი ინსტანციის სასამართლოში ხანდაზმულობის შესაგებლის გამოყენების საკითხს.

### 1. სამართალწარმოებასთან დაკავშირებულ ცალკეულ საკითხთა გავლენა სასარჩელო ხანდაზმულობაზე

სსკ-ის 138-ე მუხლი სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის დენის შეწყვეტის ერთ-ერთ საფუძვლად ადგენს უფლებამოსილი პირის მიერ სარჩელის სასამართლოში წარდგენას ან მოთხოვნის სხვა გზით დაკმაყოფილებას (სახელმწიფო ორგანოსათვის ან სასამართლოში განცხადებით მიმართვა ან/და აღმასრულებელი მოქმედების განხორციელება).

გასათვალისწინებელია, რომ ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტისას მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული მთელი რიგი პროცესუალურ-სამართლებრივი ასპექტები, რომლებიც დეტალურად იქნება განხილული.

#### 1.1. მხარის სათანადობის საკითხი სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტის ჭრილში

<sup>1</sup> J. Hasler, „Die Wirkung der Verjährung bei der Schuldklage“, Kessinger Publishing, 1872, 3.

<sup>2</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2011 წლის 15 ნოემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-988-1021-2011.

<sup>3</sup> ა. კობახიძე, „სამოქალაქო სამართალი, I, ზოგადი ნაწილი“, შპს გაზეთ „საქართველოს მაცნეს“ სტამბა, თბილისი, 2004, გვ. 360.

სასამართლოში საქმის აღძვრის უფლება აქვს პირს, რომელიც მიიჩნევს, რომ მისი უფლება დაირღვა.<sup>4</sup> ცალკეულ შემთხვევაში მოსარჩელე შესაძლებელია ცდებოდეს ვალდებული პირის პიროვნებაში ან მცდარი წარმოდგენა ჰქონდეს თავისი უფლების შესახებ. აღნიშნული ფაქტობრივი გარემოება კი შეიძლება გამოვლინდეს პროცესის მიმდინარეობის ეტაპზე. საპროცესო კანონმდებლობა არ ითვალისწინებს სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის საფუძველად არასათანადო მხარის არსებობას. აღნიშნული გარემოება ექვემდებარება შემოწმებას სარჩელის მიღების შემდგომ ეტაპზე.<sup>5</sup> სწორედ ამიტომ ბუნებრივად ისმის კითხვა, სამართალწარმოების პროცესში არასათანადო მოსარჩელის ან მოპასუხის ჩართვა იწვევს თუ არა სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტას?

საქმის განხილვის საწყის ეტაპზე სასამართლოსათვის არ არის ცნობილი, მოსარჩელის ან მოპასუხის სათანადობის საკითხი.<sup>6</sup> არასათანადო მხარის შეცვლასთან მიმართებით სასამართლოს ნაკლებად აქვს დისკრეციული უფლებამოსილება. თუ დგინდება სათანადო მოსარჩელის ვინაობა, სასამართლომ იგი უნდა შეცვალოს.<sup>7</sup> ზოგადად, სათანადო მხარეს პროცესში წარმოდგენს ის პირი, რომელსაც აქვს კონკრეტულ საქმესთან დაკავშირებით მატერიალურ-სამართლებრივი ინტერესი.<sup>8</sup> არ შეიძლება პირის შვილს ან მეუღლეს მიეცეს პროცესში გამოსვლის უფლება. საქმისწარმოებისას არასათანადო მხარის შეცვლა განხილულ უნდა იქნეს სარჩელის შეცვლად. შესაბამისად, მოპასუხეს უნდა შეეძლოს მოთხოვნის ხანდაზმულობაზე მითითება, როცა სარჩელის მისთვის ჩაბარების მომენტში სასარჩელო მოთხოვნა ხანდაზმულია.<sup>9</sup> მოსაზრება, რომლის მიხედვითაც, სარჩელი, რომელიც წარდგენილია არასათანადო მოსარჩელის მიერ ან არასათანადო მოპასუხის მიმართ, არ უნდა იწვევდეს სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტას<sup>10</sup>, ვინაიდან სარჩელის შეწყვეტას იწვევს მხოლოდ უფლებამოსილი პირის მიერ შეტანილი სარჩელი,<sup>11</sup> სრულად უნდა იქნეს გაზიარებული. ერთ-ერთ საქმეზე სასარჩელო ხანდაზმულობაზე მსჯელობისას უზენაესმა სასამართლომ სწორად აღნიშნა, რომ ის ვერ შეაფასებდა მოთხოვნის ხანდაზმულობის საკითხს, რადგან სარჩელი არ იქნა წარდგენილი სათანადო მოპასუხის მიმართ.<sup>12</sup>

ამასთან, გამოთქმულია განსხვავებული მოსაზრებაც. კერძოდ, სარჩელში მხარის მცდარმა მითითებამ სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტა უნდა გამოიწვიოს მხოლოდ მაშინ, როცა განმარტების გზით შესაძლებელია კრედიტორის ან მოვალის პიროვნების ამოცნობა.<sup>13</sup> საკითხის მსგავსი გადაწყვეტა შესაძლებელია დაუძლეველ სირთულეს დაუკავშირდეს, რადგან სამართალწარმოების პროცესის საწყის ეტაპზე რთულია სათანადო კრედიტორის ან

<sup>4</sup> საქართველოს კანონი „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსი“, მე-2 მუხლის პირველი ნაწილი, პარლამენტის უწყებანი, №47-48, 31/12.1997, სარეგისტრაციო კოდი: 060.000.000.05.001.000.301.

<sup>5</sup> შ. ქურდაძე, ნ. ხუნაშვილი, „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო სამართალი“, მეორე გამოცემა, გამომცემლობა „მერიდიანი“, თბილისი, 2015, გვ. 163.

<sup>6</sup> თ. ლილუაშვილი, გ. ლილუაშვილი, ვ. ხრუსტალი, ზ. ძლიერიშვილი, „სამოქალაქო საპროცესო სამართალი“, ნაწილი I, გამომცემლობა „სამართალი“ თბილისი, 2014, გვ. 144.

<sup>7</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2007 წლის 11 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-322-675-07.

<sup>8</sup> ქურდაძე, ხუნაშვილი. იხ სქოლიო 5, გვ. 162. .

<sup>9</sup> R. Burbulla, Parteiberichtigung, Parteiwechsel und Verjährung, Monatsschrift für Deutsches Recht, 61. Jahrgang, Heft 8, 2007, 445.

<sup>10</sup>გ. ამირანაშვილი, უფლებამოსილი პირის სასამართლოსადმი მიმართვის გავლენა სასარჩელო ხანდაზმულობაზე, სტუდენტური სამართლებრივი ჟურნალი, ევროპის იურისტ სტუდენტთა ასოციაცია, 2013, გვ. 66; A. Koller, Unterbrechung der Verjährung, Schweizerische Juristenzeitung 113 (2017) Nr. 9, 2017, 201.

<sup>11</sup> ავტორთა კოლექტივი: რედაქტორი ლ. ჭანტურია, „საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის კომენტარი“, წიგნი I, გამომცემლობა „სამართალი“, თბილისი, 1999, გვ. 332.

<sup>12</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2011 წლის 7 ნოემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-352-335-2011.

<sup>13</sup> Burbulla, , 444.

მოვალის იდენტიფიცირება. ამასთან, ბუნდოვანია ასევე განმარტებაზე ვალდებული სუბიექტის საკითხი.

საკითხის კვლევა მიზანშეწონილია განხორციელდეს სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის გასვლის შედეგებთან მჭიდრო კავშირში. გასათვალისწინებელია, რომ სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის გაცდენა იწვევს კრედიტორის მიერ მოთხოვნის განხორციელების გაქარწყლებას.<sup>14</sup> ამასთან, სასამართლო გამოიკვლევს ხანდაზმულობის საკითხს მხოლოდ მაშინ, თუ მას სადავოდ ხდის მხარე.<sup>15</sup> შესაბამისად, სასარჩელო ხანდაზმულობას არ აქვს ეფექტი მხარის მითითების გარეშე.<sup>16</sup>

ხსენებული საკითხის განხილვისას არსებითად უნდა იქნეს მიჩნეული სწორედ დასახელებული გარემოება. ვინაიდან სასამართლოს მიერ სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის გამოკვლევა ხდება მხოლოდ მხარის მითითებით, აუცილებელია ეს მითითება განხორციელდეს უფლებამოსილი პირის მიერ. შესაძლებელია სათანადო და არასათანადო მხარეთა ნება არ იყოს თანმხვედრი. არასათანადო მოსარჩელის ან მოპასუხის ნების გათვალისწინება შეუსაბამო იქნება სამოქალაქო ბრუნვის სტაბილურობის, ისევე როგორც მხარეთა ინტერესების თანაბარი დაცვის მოთხოვნასთან. არაუფლებამოსილი პირის მიერ გამოვლენილი ნება ვერ ჩანაცვლებს სათანადო მხარის ნებას, ხოლო პროცესის თითოეული მონაწილე არის იმ რისკის მატარებელი, რაც მოჰყვება სარჩელში მათ მიერ მცდარი მონაცემების ასახვას. შესაბამისად, სასარჩელო ხანდაზმულობის საკითხის შეფასებისას მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული მხოლოდ სათანადო მხარის მიერ გამოვლენილი ნება. ამასთან, ვინაიდან არასათანადო მოსარჩელის სათანადოთი ჩანაცვლება ხორციელდება საქმისწარმოების შეუწყვეტლად, ხანდაზმულობის შეწყვეტის რელევანტურ მომენტად უნდა იქნეს მიჩნეული არა სასამართლოსთვის სარჩელით მიმართვის თარიღი, არამედ სათანადო მოსარჩელის სამართალწარმოების პროცესში ჩართვის მომენტი. ეს სრულიად გონივრულია სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის არსის თვალსაზრისით.

## 1.2. სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის გავლენა სასარჩელო ხანდაზმულობაზე

სსკ-ის 140-ე მუხლი არეგულირებს სარჩელზე უარის თქმისა და სარჩელის განუხილველად დატოვების სამართლებრივ შედეგებს სასარჩელო ხანდაზმულობის ჭრილში. კერძოდ, სარჩელის განუხილველად დატოვება არ იწვევს სასარჩელო ხანდაზმულობის შეწყვეტას, ხოლო უფლებამოსილი პირის მიერ ექვსი თვის ვადაში სარჩელის განმეორებით წარდგენა იწვევს სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტას პირველი სარჩელის წარდგენის დღიდან.

ცალკეულ შემთხვევაში სარჩელი შესაძლებელია აკმაყოფილებდეს კანონით დადგენილ ფორმალურ მოთხოვნებს, შესაბამისად, დარეგისტრირდეს სასამართლოს კანცელარიის მიერ, თუმცა მოსამართლემ უარი თქვას სარჩელის მიღებაზე საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის (შემდგომში – სსსკ) 186-ე მუხლით გათვალისწინებული რომელიმე საფუძვლით. სსკ-ის 140-ე მუხლის სიტყვა-სიტყვითი განმარტებით ის ვრცელდება მხოლოდ მოსარჩელის მიერ სარჩელზე უარის თქმისა და სარჩელის განუხილველად დატოვების შემთხვევებზე. შესაბამისად, ვინაიდან ამ ჩამონათვალში არ ხვდება სარჩელის მიღებაზე უარის თქმა,

<sup>14</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2018 წლის 27 დეკემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-1428-2018, პარაგრაფი 96.

<sup>15</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2014 წლის 9 ივნისის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-880-838-2013.

<sup>16</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 9 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-307-289-2014; საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 17 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-58-57-2014.

შესაძლებელია ეს საპროცესო დოკუმენტი სასარჩელო ხანდაზმულობის კუთხით განსხვავებულ სამართლებრივ შედეგებს იწვევდეს. ერთ-ერთ სასამართლო დავაზე მხარეები სწორედ ამ არგუმენტზე მითითებით ამტკიცებდნენ, რომ სარჩელის მიღებაზე უარი წარმოადგენს სხვა პროცესუალური ხასიათის დოკუმენტს და არ უნდა მოექცეს სსკ-ის 140-ე მუხლის მოქმედების სფეროში.<sup>17</sup>

განსახილველ საკითხთან დაკავშირებით საგულისხმო განმარტება გააკეთა სასამართლომ. კერძოდ, სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტის საფუძველს წარმოადგენს პირის მხოლოდ ისეთი განცხადება ან სარჩელი, რომელიც სასამართლოს მიერ იქნა წარმოებაში მიღებული,<sup>18</sup> ხოლო სასამართლოს მიერ უფლებამოსილი პირის განცხადების ან სარჩელის წარმოებაში მიღებაზე უარის თქმისას, ხანდაზმულობის ვადის დენა არ შეწყდება.<sup>19</sup>

ანალოგიურ მიდგომას აყალიბებს ავსტრიის კანონმდებლობაც. კერძოდ, სარჩელის წარდგენით ხანდაზმულობის შეწყვეტა ეფუძნება რამდენიმე წინაპირობის არსებობას: სარჩელის სასამართლომდე მიღწევას, პროცესის ჯეროვნად გაგრძელებას ან მოსარჩელისათვის სასურველი გადაწყვეტილების გამოტანას.<sup>20</sup> შესაბამისად, შეწყვეტის საფუძველი მოქმედებს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ სასამართლო გააგრძელებს სამართალწარმოების პროცესს და გამოიტანს საბოლოო გადაწყვეტილებას.<sup>21</sup>

აღნიშნული საკითხის კვლევისას გასათვალისწინებელია თავად სსკ-ის 140-ე მუხლის სათაურიც, რომელიც მიემართება, ზოგადად, სარჩელზე უარს. აღნიშნული კი თავის თავში მოიცავს ყველა შემთხვევას, როცა საქმე არსებითად არ განიხილება. შესაბამისად, სსკ-ის 140-ე მუხლი უნდა იქნეს განმარტებული მისი დანიშნულების და არა გამოყენებული ტერმინების სიტყვა-სიტყვითი მნიშვნელობიდან.<sup>22</sup> ამასთან, საყურადღებოა უშუალოდ სამართალწარმოების პროცესში სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის საფუძველის გამოვლენის სამართლებრივი შედეგებიც. სსკ-ის 272-ე და 275-ე მუხლების შესაბამისად, აღნიშნული იწვევს ან საქმისწარმოების შეწყვეტას ან სარჩელის განუხილველად დატოვებას. შესაბამისად, მხარეთა ინტერესების გათვალისწინებით, მსგავსმა შუალედურმა აქტმა არ უნდა გამოიწვიოს სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტა. თუმცა, ყოველგვარი გაუგებრობის თავიდან ასაცილებლად მიზანშეწონილია, სსკ-ის 140-ე მუხლში მიეთითოს სარჩელის მიღებაზე უარის თქმის შემთხვევაც.

ამასთან, სასარჩელო ხანდაზმულობის ინსტიტუტის არსისა და კანონმდებლის ნების აღსრულების მიზნით მიზანშეწონილია, სსკ-ის 140-ე მუხლის მოქმედების სფეროს ჩამონათვალი არ შეიზღუდოს მხოლოდ სასამართლოს მიერ გამოტანილი საპროცესო დოკუმენტებით და გავრცელდეს სხვა ორგანოს მიერ მიღებულ აქტებზეც, რომლითაც დავა არსებითად არ წყდება და მხარეს აქვს სასამართლოსათვის საერთო წესის დაცვით მიმართვის შესაძლებლობა. მაგ., სსკ-ის 140-ე მუხლით დადგენილი წესი შეიძლება გამოყენებულ იქნეს „სააღსრულებო წარმოებათა შესახებ“ საქართველოს კანონის XVI<sup>1</sup> თავით გათვალისწინებულ ფულადი თანხის დავალიანების გადახდევინების შესახებ მოთხოვნებთან დაკავშირებით,

<sup>17</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 23 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-646-612-2015, პარაგრაფი 24.

<sup>18</sup> თბილისის სააპელაციო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2014 წლის 2 დეკემბრის განჩინება საქმეზე №28/2737-14.

<sup>19</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2007 წლის 19 ნოემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-271-601-07; საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2016 წლის 26 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-493-467-2015, პარაგრაფი 27.

<sup>20</sup> F. Gschnitzer, „Allgemeiner Teil des bürgerlichen Rechts“, Springer-Verlag, Wien, 1966, 251.

<sup>21</sup> იქვე.

<sup>22</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2013 წლის 22 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-1586-1489-2012.



როცა აღსრულების ეროვნული ბიუროს თავმჯდომარე უარს ამბობს დავალიანების გადახდევინების შესახებ ბრძანების გამოცემაზე, ამ შემთხვევაში მხარეს შეუძლია საერთო წესით აღძრას სარჩელი აპლიკანტის მიმართ.<sup>23</sup>

### 1.3. სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადების გავლენა სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადაზე

სარჩელის შედგენა საჭიროებს გარკვეული დოკუმენტების მოძიებას, თარგმნას, სამართლებრივი პოზიციის ჩამოყალიბებას. როცა უფლების დარღვევის რისკი იმწუთიერია, შესაძლებელია ხსენებული პროცედურების გარეშე წარდგენილ იქნეს სარჩელის აღძვრამდე სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადება. სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადებით სასამართლოსათვის მიმართვისას არ არის აუცილებელი სამართლებრივი პოზიციის მკაფიო ჩამოყალიბება, საკმარისია მხოლოდ იმის დასაბუთება, რომ სარჩელის უზრუნველყოფის ღონისძიების გამოყენების გარეშე საფრთხე შეექმნება გადაწყვეტილების აღსრულებას, დარღვეული უფლების სხვაგვარად განხორციელებას.<sup>24</sup>

წარმოადგენს თუ არა სარჩელის აღძვრამდე წარდგენილი სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადება სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტისათვის ვარგის საშუალებას, ეს საკითხი ერთ-ერთ საქმეზე უკვე გახდა სასამართლოს მსჯელობის საგანი. შესაბამისად, არსებითია ძირითადი მოტივაციის განხილვა.

სსკ-ის 138-ე მუხლის შესაბამისად, ხანდაზმულობის ვადის დენა წყდება, თუ უფლებამოსილი პირი შეიტანს სარჩელს მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად ან მის დასადგენად, ანდა შეეცდება დაიკმაყოფილოს მოთხოვნა სხვა საშუალებით, როგორცაა სახელმწიფო ორგანოსათვის ან სასამართლოსათვის განცხადებით მიმართვა მოთხოვნის არსებობის შესახებ, ანდა აღმასრულებელი მოქმედების განხორციელება.

სასამართლოს განმარტებით, სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადება ვერ იქნება მიჩნეული მითითებული ნორმით გათვალისწინებულ განცხადებად, რადგან განცხადება მიმართული უნდა იყოს მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად ანუ იგი განხორციელებული უნდა იქნეს მატერიალური უფლების დაცვისაკენ ან მისი დადგენისაკენ. შესაბამისად, ამგვარი განცხადების წარდგენის შემთხვევაში, სასამართლოს უნდა გააჩნდეს შესაძლებლობა, იმსჯელოს და არსებითად გადაწყვიტოს სადავო საკითხი.<sup>25</sup> სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადება ემსახურება არა უფლების დადგენას ან დაცვას, არამედ მის მიზანს წარმოადგენს მოსარჩელისათვის იმგვარი წინაპირობების შექმნა, რომ მან სარჩელის დაკმაყოფილების შემთხვევაში ყოველგვარი დაბრკოლების გარეშე განახორციელოს სასამართლო გადაწყვეტილების ეფექტური აღსრულება, ანუ, უკვე დადგენილი უფლების განხორციელება.<sup>26</sup>

<sup>23</sup> საქართველოს კანონი „სააღსრულებო წარმოებათა შესახებ“, 917 მუხლის მე-9 პუნქტი, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, №13(20), 01/05/1999.

<sup>24</sup> საქართველოს კანონი „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსი“, 191-ე მუხლის პირველი ნაწილი, პარლამენტის უწყებანი, №47-48, 31/12.1997, სარეგისტრაციო კოდი: 060.000.000.05.001.000.301.

<sup>25</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2011 წლის 4 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-71-62-2011.

<sup>26</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2011 წლის 4 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-71-62-2011.

სარჩელის უზრუნველყოფას სასამართლო იყენებს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მოსარჩელე დაამტკიცებს, რომ ძირითადი სარჩელი, რომლის უზრუნველყოფაც ხდება, დასაბუთებულია და არსებობს სარჩელის დაკმაყოფილების გონივრული ალბათობა.<sup>27</sup>

ხსენებულ საკითხთან დაკავშირებით განსხვავებული მიდგომა არის დადგენილი გერმანიის კანონმდებლობით. გერმანიის სამოქალაქო კოდექსის 204-ე პარაგრაფი ითვალისწინებს სასარჩელო ხანდაზმულობის შეჩერებას იმ შემთხვევაშიც, როცა მოთხოვნა მიემართება არა უფლების განხორციელებას, არამედ საქმის წარმოებისათვის იურიდიული დახმარების გაწევას.<sup>28</sup> ხანდაზმულობის შეჩერებას იწვევს სრულყოფილი და შესაბამისად, დასაბუთებული განცხადება, რომელიც სასამართლოში წარდგენილი იყო ვადის გასვლამდე.<sup>29</sup> ხანდაზმულობის შეჩერებას იწვევს სასამართლოსათვის მტკიცებულების უზრუნველყოფის შესახებ განცხადებით მიმართვა.<sup>30</sup> ამ შემთხვევაში მოქმედებს პრინციპი, რომლის მიხედვითაც, მოვალე აღარ საჭიროებს დაცვას, როცა კრედიტორმა საქმისწარმოებასთან დაკავშირებული ღონისძიებების გამოყენებით გამოხატა მოთხოვნის განხორციელების აშკარა ნება.<sup>31</sup>

სარჩელის აღძვრამდე სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადების წარდგენისას მხარე ავლენს მოთხოვნის მოგვიანებით განხორციელების აშკარა ნებას. შესაბამისად, არ უნდა იქნეს მიზანშეწონილად მიჩნეული სარჩელის უზრუნველყოფის მიზნებით შეზღუდვა. მხარის მიზანი, საბოლოოდ მოხდეს გადაწყვეტილების აღსრულება, არარეალიზებადი გახდება სარჩელის ხანდაზმულობისას. შესაბამისად, პირველ რიგში, მოსარჩელის მიზანს წარმოადგენს ხანდაზმულობის ვადის დაცვა და შემდგომ სხვა მიზნების მიღწევა. ამასთან, ვინაიდან სარჩელის უზრუნველყოფის ღონისძიების შესახებ განცხადება ასევე მოიცავს სარჩელის მატერიალური საფუძვლების თაობაზე ინფორმაციის წარდგენას, მიზანშეწონილია, სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ დასაბუთებული განცხადებით მიმართვას მოჰყვეს ხანდაზმულობის შეწყვეტა, რაც გამორიცხავს დაუსაბუთებელი ან არასრულყოფილი განცხადების წარდგენისას სასარჩელო ხანდაზმულობის შეწყვეტის შესაძლებლობას. განცხადების განხილვისას მოსამართლეს ნაწილობრივ მაინც უწევს მსჯელობა სარჩელის მატერიალური საფუძვლიანობის თაობაზე არა მხოლოდ ვარაუდების, არამედ წარდგენილი დოკუმენტების საფუძველზე.<sup>32</sup>

ამასთან, სარჩელის აღძვრამდე სარჩელის უზრუნველყოფის ინსტიტუტის თავისებურების გათვალისწინებით, სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის დაცვის საკითხის განხილვისას მიზანშეწონილია, სასამართლოს მიერ მხედველობაში იქნება მიღებული სარჩელის საპროცესო კანონმდებლობით განსაზღვრულ 10-დღიან ვადაში წარდგენის საკითხი. შემდგომში მოსარჩელის მიერ სარჩელის წარდგენის არარსებობის ფაქტი აქარწყლებს მხარის მიერ მოთხოვნის განხორციელების აშკარა ნებას და ზრდის ამ უკანასკნელის მიერ უფლების ბოროტად გამოყენების რისკს. შესაბამისად, მიზანშეწონილია, სარჩელის აღძვრამდე

<sup>27</sup>განმარტებითი ბარათი საქართველოს კანონის პროექტზე „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსში ცვლილების შეტანის შესახებ“, №07-3/597/8, <<https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/123544?>> [უ.გ. 24.03.2021].

<sup>28</sup> F. Peters, Der Antrag auf Gewährung von Prozesskostenhilfe und die Hemmung der Verjährung, JR Heft 4/2004, 2004, 137.

<sup>29</sup> BGH Urt. v. 22/03/2001 – IX ZR 407/98.

<sup>30</sup> T. Hoeren, IT-Recht, Universität Münster 2016, S. 144 <[https://www.itm.nrw/wp-content/uploads/Skript\\_IT\\_Stand\\_April-2017.pdf](https://www.itm.nrw/wp-content/uploads/Skript_IT_Stand_April-2017.pdf)> [უ. გ. 24.03.2021].

<sup>31</sup> M. Philipp, „Verjährungshemmung durch Rechtsverfolgung, Insbesondere ein Beitrag zur Behandlung verfahrensrechtlich fehlerhafter Rechtsverfolgungsmaßnahmen des §204 Abs. 1 BGB“, „Mohr Siebeck“, Tübingen 2018, 90.

<sup>32</sup> საქართველოს კანონი „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსი“, 191-ე მუხლის პირველი ნაწილი, პარლამენტის უწყებანი, №47-48, 31/12.1997, სარეგისტრაციო კოდი: 060.000.000.05.001.000.301.

სარჩელის უზრუნველყოფა გახდეს სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტის საფუძველი მხოლოდ შემდგომში სარჩელის წარდგენის ფაქტის არსებობისას.

## 2. მოთხოვნის ხანდაზმულობისას დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის თავისებურებანი

სსსკ-ის XXVI თავი აწესრიგებს დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანასთან დაკავშირებულ საკითხებს. სსსკ-ის 229-ე-230-ე მუხლები ითვალისწინებს დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის ორ საფუძველს – მხარის გამოუცხადებლობას ან მოპასუხის მიერ შესაგებლის წარუდგენლობას. დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანისას შეზღუდულია მოსამართლის დისკრეციული უფლებამოსილების ფარგლები. სარჩელი დაკმაყოფილდება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ გარემოება, რომელიც სარჩელშია მითითებული, იურიდიულად ამართლებს სასარჩელო მოთხოვნას. წინააღმდეგ შემთხვევაში, მოსამართლე უარს იტყვის სარჩელის დაკმაყოფილებაზე.<sup>33</sup>

დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანისას აქტუალურია მოთხოვნის ხანდაზმულობის საკითხის განხილვა. საკითხავია, შეუძლია თუ არა სასამართლოს, დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის საფუძველების არსებობისას სასარჩელო ხანდაზმულობის საკითხის გათვალისწინებით სარჩელის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმა. ვინაიდან დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის საფუძველები განსხვავებულია, თითოეული საფუძველი მოითხოვს ინდივიდუალურ შეფასებას.

### 2.1. შესაგებლის წარუდგებლობა, როგორც დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის საფუძველი

სსსკ ეფუძნება მხარეთა დისპოზიციურობის პრინციპს. დისპოზიციურობის პრინციპი, რომელიც წარმოადგენს პროცესში მხარეთა კერძო ავტონომიის იმპლემენტაციის აშკარა მცდელობას, გულისხმობს მხარეთა შესაძლებლობას, განკარგოს მატერიალური და საპროცესო უფლებები.<sup>34</sup> დისპოზიციურობის პრინციპის გულისხმობს პირის თავისუფლებას, ისარგებლოს უფლებით ან უარი თქვას ამ უფლებით სარგებლობაზე. უფლების გამოყენება არ წარმოადგენს ვალდებულებას.<sup>35</sup> დისპოზიციურობის პრინციპს აქვს თავისი ფარგლები. კერძოდ, ის, რისი უფლებაც მხარეს არ აქვს პროცესის მიღმა, მსგავსი უფლება არ შეიძლება მიენიჭოს არც საქმისწარმოების ფარგლებში.<sup>36</sup>

დისპოზიციურობის პრინციპთან ერთად სამოქალაქო პროცესი ხორციელდება შეჯიბრებითობის პრინციპის საფუძველზე, რაც გულისხმობს მხარეთა მიერ თავიანთი მოთხოვნების დასასაბუთებლად საჭირო მტკიცებულებების წარდგენის ვალდებულებას.<sup>37</sup>

შეჯიბრებითობის პრინციპი გამორიცხავს სასამართლოს ჩართულობას მტკიცებულებათა მოპოვების პროცესში. მხარეთა ნების ავტონომიაზე დამოკიდებული სარჩელით

<sup>33</sup>საქართველოს კანონი „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსი“, 230-ე მუხლის მე-2 ნაწილი, პარლამენტის უწყებანი, №47-48, 31/12.1997, სარეგისტრაციო კოდი: 060.000.000.05.001.000.301.

<sup>34</sup>ლილუაშვილი, ლილუაშვილი, ხრუსტალი, ძლიერიშვილი, იხ. სქოლიო 6, გვ. 77.

<sup>35</sup>იქვე, გვ. 80.

<sup>36</sup>იქვე, გვ. 85.

<sup>37</sup>ქ. კვინიკაძე, სასამართლოს მიერ პირგასამტეხლოს შემცირება, როგორც „სამოსამართლო ინტერვენცია“ სახელშეკრულებო თავისუფლების პრინციპში, ჟურნალი „მართლმსაჯულება და კანონი“ №2(50)16, თბილისი, 2016, გვ. 89.

სასამართლოსათვის მიმართვა. სასამართლო შებოჭილია მხარის მიერ წარდგენილი ფაქტებითა და მტკიცებულებებით.<sup>38</sup> სასამართლოს როლი ამ პროცესში პასიურია.

საქმის წარმოების პროცესში, ძირითადად, სასამართლოს უფლებამოსილება შეზღუდულია ოთხი ძირითადი შესაძლებლობით: დამატებითი მტკიცებულების წარმოდგენით<sup>39</sup>; მტკიცებულებათა გამოთხოვით; ადგილზე დათვალიერებითა და ექსპერტიზის ჩატარებით.<sup>40</sup> სასამართლოს ქმედებით არ უნდა შეიზღუდოს მხარეთა უფლება, თავდაცვის საპროცესო ფორმის გამოყენებაზე. ამასთან, თავად სასამართლოს ქმედებები არ შეიძლება იქნეს მიმართული მხარეთა ნების საწინააღმდეგოდ.<sup>41</sup>

ხანდაზმულობის ინსტიტუტის სპეციფიკურობა იმაში მდგომარეობს, რომ კანონით დადგენილი ვადის გასვლის შემდეგ მოთხოვნა ობიექტურად არსებობს, არ წყდება, თუმცა მისი რეალიზაცია ხდება დამოკიდებული მოპასუხის სურვილზე.<sup>42</sup> მოთხოვნა რჩება როგორც ე.წ. ნატურალური ვალდებულება. აღნიშნული კი გამომდინარეობს სამოქალაქო კოდექსით დადგენილი რეგულირებიდან, რომლის მიხედვითაც, ხანდაზმული მოთხოვნის შესრულების შემთხვევაში ის არ ექვემდებარება დაბრუნებას, უსაფუძვლო გამდიდრების მარეგულირებელი ნორმების მიხედვით.<sup>43</sup>

ვალდებულების შესრულებაზე უარის თქმის უფლება წარმოადგენს ვალდებულებული პირის შესაგებელს. შესაბამისად, აუცილებელია ამ უფლების გამოყენება მოხდეს თავად ამ პირის მიერ.<sup>44</sup> პირს შეუძლია თავისი მატერიალურ-სამართლებრივი უფლება გამოიყენოს ისე, როგორც მას სურს, ითმინოს ან არ ითმინოს უფლების დარღვევა.<sup>45</sup> სასამართლოს არ შეუძლია საკუთარი ინიციატივით გამოიკვლიოს მოთხოვნის ხანდაზმულობა.<sup>46</sup> ამასთან, არსებობს შესაგებლები, რომლებიც სასამართლომ საკუთარი ინიციატივით უნდა გამოიკვლიოს მაგ., გარიგების დადგენილ აკრძალვებთან წინააღმდეგობა, ფორმის დაუცველობა, შეზღუდული ქმედუნარიანობა ან მხარდაჭერის საჭიროება.<sup>47</sup> ხანდაზმულობა წარმოადგენს ისეთი სახის შესაგებელს, რომლის გათვალისწინებაც მხარის მითითების გარეშე დაუშვებელია.<sup>48</sup> მხარის მიერ ხანდაზმულობაზე მითითების შემდგომ სასამართლოს კომპეტენციაში შედის იმის დადგენა, ხომ არ იყო ხანდაზმულობის ვადა შეჩერებული.<sup>49</sup>

მსგავს რეგულირებას ადგენს ასევე ინგლისური სამართლებრივი სისტემა. კერძოდ, 1980 წლის ხანდაზმულობის აქტი წარმოადგენს საშუალებას და არა უფლებას და მას არ აქვს ეფექტი, ვიდრე არ განაცხადებს მხარე.<sup>50</sup> ამასთან, 1980 წლის ხანდაზმულობის აქტი

<sup>38</sup> ქურდაძე, ხუნაშვილი, იხ. სქოლიო 5, გვ. 100.

<sup>39</sup> საქართველოს კანონი „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსი“, 103-ე მუხლი, პარლამენტის უწყებანი, №47-48, 31/12.1997, სარეგისტრაციო კოდი: 060.000.000.05.001.000.301.

<sup>40</sup> კვინიკაძე, იხ. სქოლიო 37, გვ. 88.

<sup>41</sup> ი. მერეზაშვილი, სასამართლოში სამოქალაქო საქმეთა განხილვისას მხარეთა შეჯიბრებითობისა და მოსამართლეთა აქტიურობის პრინციპების მოქმედება, ჟურნალი „მართლმსაჯულება და კანონი“ №4(23)'09, თბილისი, 2009, გვ. 25.

<sup>42</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2014 წლის 9 ივნისის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-880-838-2013.

<sup>43</sup> R. Bussert, „Bürgerliches Recht für Betriebswirte“, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2012, S. 114.

<sup>44</sup> H. Schäfer, B. Fuhrmann, Zivilrechtliche und rechtsökonomische Aspekte zum Dieselskandal der Volkswagen AG, Wirtschaftsdienst, 98 Jahrgang, Heft 4, (243-251), Heidelberg, 2018, S. 243.

<sup>45</sup> ლილუაშვილი, ლილუაშვილი, ხრუსტალი, ძლიერიშვილი, იხ. სქოლიო 6, გვ. 81.

<sup>46</sup> ლ. ჭანტურია, სამოქალაქო სამართლის ზოგადი ნაწილი, გამომცემლობა „სამართალი“ თბილისი, 2011, გვ. 128.

<sup>47</sup> ჰ. ბოელინგი, ლ. ჭანტურია, „სამოქალაქო საქმეებზე გადაწყვეტილებათა მიღების მეთოდოლოგია“, მე-2 გამოცემა, თბილისი, 2003, გვ. 170-171.

<sup>48</sup> S. Dullinger, „Bürgerliches Recht Schuldrecht Allgemeiner Teil“, Band II, 4. Aufl., SpringerWienNewYork, 2010, Rn. 1/35.

<sup>49</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს რეკომენდაციები სამოქალაქო სამართლის სასამართლო პრაქტიკის პრობლემატურ საკითხებზე, თბ., 2007, გვ. 63.

<sup>50</sup> Ronex Properties vs John Laing Construction [1983] QB 393, 404.

წარმოადგენს კანონისმიერ შესაგებელს, რომელსაც შეუძლია დაეყრდნოს მხარე. მხარე არ არის ვალდებული გამოიყენოს აღნიშნული შესაგებელი, თუმცა, როგორც წესი, მას აქვს აღნიშნული უფლება.<sup>51</sup>

სასამართლოს მიერ ხანდაზმულობის ვადაზე მითითება სამართლიანად შეიძლება შეფასდეს შეჯიბრებითობის პრინციპის დარღვევად,<sup>52</sup> ვინაიდან ამ პროცესში არ არის გათვალისწინებული მხარის ნება. მხარის ნება არის უმნიშვნელოვანესი საკითხის საბოლოოდ გადაწყვეტისათვის. საქმის წარმოების პროცესში მხარის მიერ შესაგებლის გამოყენებლობა იწვევს სარჩელის დაკმაყოფილებას. შესაბამისად, თავად ამ პირმა უნდა გადაწყვიტოს, ისარგებლებს თუ არა მსგავსი შესაგებლით. ხანდაზმულობის შედეგი ავტომატურად მოთხოვნის შეწყვეტას რომ იწვევდეს, ამან შეიძლება განაპირობოს პატიოსანი მოქალაქის ღირსების შელახვა.<sup>53</sup> სწორედ, ამიტომ ხანდაზმულობის ვადის გასვლის სამართლებრივი შედეგის დადგომისათვის აუცილებელია მხარის აშკარა ნება.<sup>54</sup>

შეჯიბრებითობის პრინციპიდან გამომდინარეობს, რომ ერთი მხარის მიერ შელახული უფლების სასამართლო გზით დაცვის შესაძლებლობის მინიჭების შემთხვევაში, მეორე მხარე უფლებამოსილია დაიცვას საკუთარი ინტერესები, მათ შორის წარადგინოს ნებისმიერი კანონიერი საშუალებები მოპასუხის პოზიციის გასაქარწყლებლად და ამ პროცესში ხანდაზმულობის ვადაზე მითითების გზით სასამართლოს ჩარევისას აშკარად შეილახებოდა მოსარჩელის ინტერესები.<sup>55</sup>

მიზანშეწონილია, მოთხოვნის ხანდაზმულობისას მოპასუხის მიერ შესაგებლის წარუდგენლობამ არ გამოიწვიოს მოთხოვნის განხორციელების შეფერხება, ამ საფუძველით სარჩელის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმა და მოვალის მიმართ დაუსწრებელი გადაწყვეტილება გამოტანილ იქნეს იმ შემთხვევაშიც, როცა მოთხოვნა ხანდაზმულია.<sup>56</sup>

შეჯიბრებითობის პრინციპის საფუძველით ხანდაზმულობის ვადის მოსამართლის მიერ გათვალისწინების აკრძალვა სრულიად გონივრულია და შეესაბამება მხარის ინტერესებს და ხანდაზმულობის არსს. მხარეს შესაძლებელია, მიუხედავად მოთხოვნის ხანდაზმულობისა, სურდეს ვალდებულების შესრულება. შესაბამისად, ხანდაზმულობის საფუძველით სარჩელის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმისას გადამწყვეტი უნდა იყოს მხარის ნება.

## 2.2. მოპასუხის გამოუცხადებლობა, როგორც დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის წინაპირობა

სსსკ-ის 230-ე მუხლი ადგენს დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანას ასევე იმ შემთხვევაში, როცა საქმის განხილვაზე არ გამოცხადდა მოპასუხე და მოთხოვნის ხანდაზმულობის ვადა გასულია.<sup>57</sup> მოპასუხის გამოუცხადებლობისას დამტკიცებულად ითვლება სარჩელში და არა მოსარჩელის ახსნა-განმარტებაში მითითებული გარემოებები.<sup>58</sup>

<sup>51</sup> Oxford Architects Partnership vs Cheltenham Ladies College [2006] APP.L.R 11/17, 15.

<sup>52</sup> თ. ლილუაშვილი, „სამოქალაქო პროცესუალური სამართალი“, მე-2 გამოცემა, გამომცემლობა „სამართალი“, თბილისი, 2005, გვ. 62.

<sup>53</sup> L. Rudkowski, „Wirtschaftsrecht: BGB AT, Schuldrecht, Sachenrecht“, „Springer Gabler“, Wiesbaden, 2016, 43.

<sup>54</sup> იქვე.

<sup>55</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2013 წლის 25 მარტის გადაწყვეტილება საქმეზე №1350-1275-2012.

<sup>56</sup> Mitgliedern des Bundesgerichtshofes, „Das Bürgerliche Gesetzbuch: mit besonderer Berücksichtigung der Rechtsprechung des Reichsgerichts und des Bundesgerichtshofs“, §222, Band I, 12. Aufl., 1982, Rn. 1.

<sup>57</sup> ბოელინგი, ჭანტურია, იბ. სქოლიო 47, გვ. 172.

<sup>58</sup> ს. ჩხაიძე, დაუსწრებელი გადაწყვეტილება სამოქალაქო პროცესში - ძირითადი პრობლემები, სასამართლო პრაქტიკის ანალიზი, ჟურნალი „მართლმსაჯულება და კანონი“ №4/12 თბილისი, 2012, გვ. 42.

დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანისას ვერ ხორციელდება საქმის გარემოებების კვლევა მხარის გამოუცხადებლობის მოტივით. შესაბამისად, როცა მოპასუხე არ ცხადდება სხდომაზე და არ უთითებს სასარჩელო მოთხოვნის ხანდაზმულობისათვის აუცილებელ გარემოებებს, მისი პროტესტი სარჩელის ხანდაზმულობის შესახებ დაუსწრებელი გადაწყვეტილების ეტაპზე ვერ იქნება მიღებული.<sup>59</sup> მოპასუხის გამოუცხადებლობისას დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანა, რომლითაც მოთხოვნა დაკმაყოფილდება, საეჭვოა, როცა მოპასუხემ შესაგებელში მიუთითა მოთხოვნის ხანდაზმულობაზე.

დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის სასარგებლოდ ვერ გამოდგება ის არგუმენტი, რომელიც დაუშვებლად აცხადებს მოსამართლის მიერ ხანდაზმულობის შესაგებლის გათვალისწინებას. შესაგებელში მოპასუხის მიერ ხანდაზმულობის ვადაზე მითითება წარმოადგენს აღნიშნულ საკითხზე მსჯელობის საკმარის პირობას, ვინაიდან მხარემ გამოხატა თავისი ნება. სასარჩელო ხანდაზმულობა წარმოადგენს საშუალებას და არა უფლებას.<sup>60</sup> მსგავს შემთხვევაში, როცა მოპასუხის მიერ შესაგებელში მითითებულ იქნა მოთხოვნის ხანდაზმულობის თაობაზე, არ უნდა მოხდეს მოთხოვნის დაკმაყოფილება. აღნიშნული ვერ იქნება გამართლებული რაიმე დამაჯერებელი არგუმენტით. ის არგუმენტი, რომ განსაზღვრული დროის გასვლის შემდეგ კრედიტორის ფაქტობრივი და სავარაუდო ინტერესი აღარ არის დაცვის ღირსი, რადგან მან თავისი უმოქმედობით განსაზღვრული უინტერესობა გამოხატა,<sup>61</sup> არ გამოდგება ხანდაზმულობის ვადის გაუთვალისწინებლობის გამართლებისათვის, რადგან გამოიწვევს მოპასუხის ინტერესების მაღალი ინტენსივობით ხელყოფას. შესაბამისად, იმ შემთხვევაში, როცა მხარემ შესაგებელში მიუთითა მოთხოვნის ხანდაზმულობაზე, მისი გამოუცხადებლობა არ უნდა წარმოადგენდეს მოთხოვნის დაკმაყოფილების უპირობო წინაპირობას, რადგან მოსამართლეს აქვს შესაგებელში მითითებული გარემოების შეფასების და აღნიშნულის დადასტურების შემთხვევაში სარჩელის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმის უფლება. ამასთან, საკითხის მსგავსი გადაწყვეტისას მოთხოვნის ხანდაზმულობის საკითხი უნდა იყოს უდავო და საჭიროებდეს მხოლოდ სამართლებრივი თვალსაზრისით შემოწმებას.

### 3. ზემდგომი ინსტანციის სასამართლოში ხანდაზმულობის შესაგებლის გამოყენების თავისებურებანი

სარჩელისაგან თავის დაცვის ერთ-ერთ საშუალებას წარმოადგენს მოთხოვნის ხანდაზმულობაზე მითითება. თუმცა დასაშვებია კი ხანდაზმულობის შესაგებლის წარდგენა ნებისმიერ დროს?

შესაგებელზე, როგორც თავდაცვის საშუალებაზე საუბრისას მნიშვნელოვანია აღინიშნოს მისი სამართლებრივი ბუნების თაობაზე. შესაგებლის წარდგენის წმინდა პროცესუალური ბუნების დასამტკიცებლად შეიძლება მოყვანილ იქნეს კანონმდებლის ნებაც, რომელიც მატერიალურ და საპროცესო-სამართლებრივ შესაგებლებს შორის განსხვავებისას იმაზე მიუთითებს, რომ საპროცესო შესაგებელი შეიძლება მხოლოდ პროცესში განხორციელდეს და მოთხოვნის აღსრულების წინააღმდეგ იყოს მიმართული.<sup>62</sup> ამასთან, პროცესუალური თვალსაზრისით უნდა მოხდეს ორი ეტაპის ერთმანეთისგან განსხვავება. შესაგებლის

<sup>59</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 9 ოქტომბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-898-860-2014.

<sup>60</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2013 წლის 25 მარტის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-1350-1275-2012.

<sup>61</sup> M. Schmidt-Kessel, „Ein einheitliches europäisches Kaufrecht? Eine Analyse des Vorschlags der Kommission“, „De Gruyter“ München, 2012, 529.

<sup>62</sup> C. Meller-Hannich, Die Einrede der Verjährung, in JuristenZeitung, 60. Jahrgeststag, №13, 2005, 664.

წარდგენა იწვევს სარჩელის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმას და ამით აუმჯობესებს მოვალის მდგომარეობას.<sup>63</sup> მატერიალურ-სამართლებრივი თვალსაზრისით ის შეიძლება არსებობდეს მხოლოდ არსებული მოთხოვნის განხორციელებადობის მიღმა, რადგან არარსებული მოთხოვნა ისედაც არ არსებობს.<sup>64</sup> მხარის მიერ ხანდაზმულობის შესაგებელზე აპელირებისას საჭირო არ არის კონკრეტული თარიღის ზუსტად დასახელება, საკმარისია მოვალე მხოლოდ შეედავოს კრედიტორს, რომ მისი მოთხოვნა დაგვიანებულია, რაც შესაძლოა არ იყოს კონკრეტული სამართლებრივი ცნებით „ხანდაზმული“ გამოხატული, არამედ მაგ., მსგავსი სახითაც კი ჩამოყალიბდეს – „ამდენ ხანს არ მოუთხოვია ვალდებულების შესრულება“.<sup>65</sup>

ხანდაზმულობის შესაგებლის წარდგენა არ ხდება შეუზღუდავად. ერთ-ერთ საქმეზე წარმომადგენლის ხანდაზმულობაზე მითითება სასამართლომ არ ჩათვალა ხანდაზმულობის შეფასებისთვის საკმარის საფუძველად და განმარტა, რომ პროცესუალური თვალსაზრისით, სასამართლოს მიერ სასარჩელო ხანდაზმულობის გათვალისწინება ხდება მხოლოდ მაშინ, როცა აღნიშნულზე უთითებს საქმის მონაწილე მხარე და ის მოქმედებს, როგორც სარჩელზე შეპასუხება. ვინაიდან შესაგებლით სადავოდ არ გამხდარა ხანდაზმულობის ფაქტი, პროცესზე წარმომადგენლის შეცილება საკმარისი მტკიცებულებების წარმოდგენის გარეშე, არ იძლევა ხანდაზმულობის საკითხის განხილვის შესაძლებლობას.<sup>66</sup>

ამ საკითხთან დაკავშირებით ბუნდოვანია სასამართლოს მსჯელობა. შესაგებელში მოთხოვნის ხანდაზმულობაზე მიუთითებლობის ფაქტი არ უნდა ართმევდეს მხარეს უფლებას, საქმის არსებითი განხილვისას წარადგინოს მითითებული შესაგებელი იმ შემთხვევაში, თუ მან მოგვიანებთ გაიგო აღნიშნული ფაქტის თაობაზე. სხვა შემთხვევაში, აზრი დაეკარგება საქმის მომზადებისა და არსებითად განხილვის ეტაპებს და მოსამართლეს შეეძლება მხოლოდ სარჩელისა და შესაგებლის საფუძველზე გადაწყვეტილების გამოტანა.

ხანდაზმულობა განიხილება, როგორც საქმის ფაქტობრივი გარემოება, ხოლო მხარე შეზღუდულია ახალი ფაქტებისა და მტკიცებულებების ზემდგომ ინსტანციაში მითითებისას. ხანდაზმულობის საკითხის დაყენება შესაძლებელია მხოლოდ პირველი ინსტანციის სასამართლოში და ნაწილობრივ სააპელაციო სასამართლოში, ხოლო საკასაციო სასამართლოში დაუშვებელია.<sup>67</sup> სააპელაციო სასამართლოში მხარეებს აქვთ უფლება, წარადგინონ ნებისმიერი მტკიცებულება, რომელთა დასაშვებობის შემოწმებასაც სასამართლო ახორციელებს საპროცესო კანონმდებლობით დადგენილი წესით.<sup>68</sup>

ახალი ფაქტებისა და მტკიცებულებების წარდგენა სააპელაციო სასამართლოში დასაშვებია მხოლოდ კანონით ზუსტად განსაზღვრულ შემთხვევებში. ამასთან, სააპელაციო სასამართლომ უნდა შეამოწმოს რამდენიმე გარემოება. კერძოდ, თუ ფაქტები წარმოიშვა პირველი ინსტანციის სასამართლოში საქმის განხილვის შემდეგ, ის უნდა იქნეს მიღებული. ამასთან, სააპელაციო სასამართლო ამოწმოს, შეეძლო თუ არა მხარეს ამ ფაქტობრივი გარემოებებისა და მტკიცებულებების წარდგენა პირველი ინსტანციის სასამართლოში.<sup>69</sup>

ხანდაზმულობის შესაგებლის წარდგენა სააპელაციო ინსტანციაში დასაშვებია იმ შემთხვევაში, თუ სასამართლოს შეფასება მხარეთა შორის არსებული სამართლებრივი

<sup>63</sup> M. Klose, Vindikationsverjährung: Gewogen für verfassungswidrig befunden! Rewiss (RW) Heft 2, 2014, 233.

<sup>64</sup> იქვე.

<sup>65</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2017 წლის 17 თებერვლის განჩინება საქმეზე №ას-1063-1023-2016; ჭანტურია, იხ. სქოლიო 46, გვ. 128.

<sup>66</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2012 წლის 12 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-1509-1517-2011.

<sup>67</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს მნიშვნელოვანი განმარტებანი, თბილისი, 2016, 96.

<sup>68</sup> მ.ქურდაძე, „სამოქალაქო საქმეთა განხილვა ზემდგომი ინსტანციის სასამართლოებში“, გამომცემლობა „მერიდიანი“, თბილისი, 2006, გვ. 25

<sup>69</sup> ლილუაშვილი, იხ. სქოლიო 52, გვ. 348-349.

ურთიერთობის ბუნებაზე მოსარჩელის შეფასებისაგან განსხვავებულია და მოპასუხეს ობიექტური გარემოებების გათვალისწინებით არ აქვს თავისი ინტერესების დაცვის შესაძლებლობა.<sup>70</sup> საკასაციო სასამართლოში მოთხოვნის ხანდაზმულობაზე მითითება ვერ განხორციელდება,<sup>71</sup> ვინაიდან ის აფასებს სააპელაციო სასამართლოს გადაწყვეტილებას მხოლოდ კანონიერების კუთხით. აღნიშნული კი წარმოადგენს საკითხის უდავოდ ლოგიკურ გადაწყვეტას.

უმნიშვნელოდ განსხვავდება ამ საკითხზე გერმანული სამართლის მიდგომა, კერძოდ, მოპასუხეს შეუძლია მოთხოვნის ხანდაზმულობის შესახებ მიუთითოს არაუგვიანეს ფაქტობრივი გარემოებების განმხილველ ბოლო ინსტანციაში ზეპირი განხილვის უკანასკნელ სხდომის პერიოდშიც. საკასაციო სასამართლოში მოპასუხეს აღარ აქვს ხანდაზმულობაზე მითითების უფლება.<sup>72</sup> აღნიშნული რეგულირებიდან გამომდინარე ნათელია, რომ დასაშვებია ხანდაზმულობის ვადაზე მითითება პირველ და სააპელაციო ინსტანციის სასამართლოებში, ხოლო საკასაციო ინსტანციაში აღნიშნულზე მითითება გამორიცხულია. ამასთან, გერმანიის სამოქალაქო საპროცესო კოდექსის 531 II პარაგრაფი ადგენს სააპელაციო სასამართლოში თავდაცვის საშუალების დასაშვებობის წინაპირობებს. კერძოდ, ის დასაშვებია, თუ პირველ ინსტანციაში წარუდგენლობა არ არის გამოწვეული მხარის დაუდევრობით.

საკითხის გონივრულ გადაწყვეტად უნდა შეფასდეს ხანდაზმულობის შესაგებლის წარდგენა მხარის მიერ რაიონულ/საქალაქო სასამართლოში ყველა ეტაპზე, ხოლო სააპელაციო სასამართლოში შეზღუდულად, ვინაიდან საპროცესო კანონმდებლობა აწესებს შეზღუდვებს სააპელაციო სასამართლოში ახალი ფაქტებისა და მტკიცებულების განხილვასთან დაკავშირებით, თუმცა თუ პირისათვის ობიექტური გარემოებებიდან გამომდინარე შეუძლებელი იყო ხანდაზმულობის ვადაზე მითითება რაიონულ/საქალაქო სასამართლოში, ეს უნდა იყოს დასაშვები სააპელაციო ინსტანციაში საქმის განხილვისას, რომელიც გადაწყვეტილებას ამოწმებს როგორც ფაქტობრივი, ისე სამართლებრივი თვალსაზრისით. რაც შეეხება საკასაციო სასამართლოს, კანონმდებლობით დადგენილი შეზღუდული შემოწმების ფარგლებიდან გამომდინარე (მხოლოდ კანონიერების შემოწმება) საკასაციო სასამართლოში ხანდაზმულობაზე მითითება ობიექტურ შეუძლებლობად უნდა დასახელდეს.

## დასკვნა

ნაშრომზე მუშაობის შედეგად გამოვლენილი თეზისები და წინადადებები შეიძლება ჩამოყალიბდეს შემდეგი დასკვნითი წინადადებების სახით:

1. კანონმდებლობა არ განსაზღვრავს სამართალწარმოების პროცესში არასათანადო მოსარჩელის ან არასათანადო მოპასუხის ჩართვის სამართლებრივ შედეგებს ხანდაზმულობის ვადების ჭრილში. მიზანშეწონილია, არასათანადო მოსარჩელის ან მოპასუხის ნებამ არ მოახდინოს გავლენა ხანდაზმულობის ვადის დენაზე. ზოგადად, არაუფლებამოსილი პირის მიერ გამოვლენილი ნება ვერ ჩაანაცვლებს სათანადო მხარის ნებას, ხოლო პროცესის თითოეული მონაწილე არის იმ რისკის მატარებელი, რაც მოჰყვება სარჩელში მათ მიერ მცდარი მონაცემების ასახვას. აქედან გამომდინარე, სასარჩელო ხანდაზმულობის საკითხის შეფასებისას მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული მხოლოდ სათანადო მხარის მიერ გამოვლენილი ნება. ამასთან, ვინაიდან არასათანადო მოსარჩელის

<sup>70</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს მნიშვნელოვანი განმარტებანი, თბილისი, 2016, გვ. 96.

<sup>71</sup> საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2013 წლის 25 მარტის გადაწყვეტილება საქმეზე №-1350-1275-2012.

<sup>72</sup> Mitgliedern des Bundesgerichtshofes, ob. სქოლიო 56, Rn. 1.



სათანადოთი ჩანაცვლება ხორციელდება საქმისწარმოების შეუწყვეტლად, სარჩელით მიმართვისას ხანდაზმულობის შეწყვეტის რელევანტურ მომენტად უნდა იქნეს მიჩნეული არა სასამართლოსთვის სარჩელით მიმართვის თარიღი, არამედ სათანადო მოსარჩელის სამართალწარმოების პროცესში ჩართვის მომენტი.

2. სსკ-ის 140-ე მუხლის სიტყვა-სიტყვითი განმარტებით, ის ვრცელდება მხოლოდ მოსარჩელის მიერ სარჩელზე უარის თქმისა და სარჩელის განუხილველად დატოვების შემთხვევებზე. შესაბამისად, ვინაიდან ამ ჩამონათვალში არ ხვდება სარჩელის მიღებაზე უარის თქმა, შესაძლებელია ეს საპროცესო დოკუმენტი სასარჩელო ხანდაზმულობის კუთხით განსხვავებულ სამართლებრივ შედეგებს იწვევდეს. აღნიშნული საკითხის კვლევისას გასათვალისწინებელია თავად სსკ-ის 140-ე მუხლის სათაური, რომელიც მიემართება, ზოგადად, სარჩელზე უარს. აღნიშნული კი თავის თავში მოიცავს ყველა შემთხვევას, როცა საქმე არსებითად არ განიხილება. შესაბამისად, სსკ-ის 140-ე მუხლი უნდა იქნეს განმარტებული მისი დანიშნულების და არა გამოყენებული ტერმინების სიტყვა-სიტყვითი მნიშვნელობიდან. ამასთან, სასარჩელო ხანდაზმულობის ინსტიტუტის არსისა და კანონმდებლის ნების აღსრულების მიზნით მიზანშეწონილია, სსკ-ის 140-ე მუხლის მოქმედების სფეროს ჩამონათვალი არ შეიზღუდოს მხოლოდ სასამართლოს მიერ გამოტანილი საპროცესო დოკუმენტებით და გავრცელდეს სხვა ორგანოს მიერ მიღებულ აქტებზეც, რომლითაც დავა არსებითად არ წყდება და მხარეს აქვს სასამართლოსათვის საერთო წესის დაცვით მიმართვის შესაძლებლობა.

3. კანონმდებლობა ღიად ტოვებს საკითხს სარჩელის აღძვრამდე სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადების სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის დენაზე გავლენის თაობაზე. სარჩელის აღძვრამდე სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ განცხადების წარდგენისას მხარე ავლენს მოთხოვნის მოგვიანებით განხორციელების აშკარა ნებას. შესაბამისად, არ უნდა იქნეს მიზანშეწონილად მიჩნეული სარჩელის უზრუნველყოფის მიზნებით შეზღუდვა. მიზანშეწონილია, სარჩელის უზრუნველყოფის შესახებ დასაბუთებული განცხადებით მიმართვას მოჰყვეს ხანდაზმულობის შეწყვეტა. ამასთან, სარჩელის აღძვრამდე სარჩელის უზრუნველყოფის ინსტიტუტის თავისებურების გათვალისწინებით, სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის დაცვის საკითხის განხილვისას მიზანშეწონილია, სასამართლოს მიერ მხედველობაში იქნება მიღებული სარჩელის საპროცესო კანონმდებლობით განსაზღვრულ 10-დღიან ვადაში წარდგენის საკითხი. შემდგომში მოსარჩელის მიერ სარჩელის წარდგენის არარსებობის ფაქტი აქარწყლებს მხარის მიერ მოთხოვნის განხორციელების აშკარა ნებას და ზრდის ამ უკანასკნელის მიერ უფლების ბოროტად გამოყენების რისკს. შესაბამისად, მიზანშეწონილია სარჩელის აღძვრამდე სარჩელის უზრუნველყოფა გახდეს სასარჩელო ხანდაზმულობის ვადის შეწყვეტის საფუძველი მხოლოდ შემდგომში სარჩელის წარდგენის ფაქტის არსებობისას.

4. მოპასუხის გამოუცხადებლობისას დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანა, რომლითაც მოთხოვნა დაკმაყოფილდება, საეჭვოა, როცა მოპასუხემ შესაგებელში მიუთითა მოთხოვნის ხანდაზმულობაზე. დაუსწრებელი გადაწყვეტილების გამოტანის სასარგებლოდ ვერ გამოდგება ის არგუმენტი, რომელიც დაუშვებლად აცხადებს მოსამართლის მიერ ხანდაზმულობის შესაგებლის გათვალისწინებას. მოპასუხის მიერ შესაგებელში ხანდაზმულობის ვადაზე მითითება წარმოადგენს აღნიშნულ საკითხზე მსჯელობის საკმარის პირობას, ვინაიდან მხარემ გამოხატა თავისი ნება. შესაბამისად, იმ შემთხვევაში, როცა მხარემ შესაგებელში მიუთითა მოთხოვნის ხანდაზმულობაზე, მისი გამოუცხადებლობა არ უნდა წარმოადგენდეს მოთხოვნის დაკმაყოფილების უპირობო წინაპირობას, რადგან მოსამართლეს აქვს შესაგებელში მითითებული გარემოების შეფასების და აღნიშნულის დადასტურების შემთხვევაში - სარჩელის დაკმაყოფილებაზე უარის თქმის უფლება. ამასთან,

საკითხის მსგავსი გადაწყვეტისას მოთხოვნის ხანდაზმულობის საკითხი უნდა იყოს უდავო და საჭიროებდეს მხოლოდ სამართლებრივი თვალსაზრისით შემოწმებას.

5. კანონმდებლობა არ განსაზღვრავს საერთო სასამართლოებში ხანდაზმულობის შესაგებლის წარდგენის კონკრეტულ დროს. მიზანშეწონილია, ხანდაზმულობის შესაგებლის წარდგენის დაშვება რაიონულ/საქალაქო სასამართლოში ყველა ეტაპზე, ხოლო სააპელაციო სასამართლოში შეზღუდულად, ვინაიდან საპროცესო კანონმდებლობა აწესებს შეზღუდვებს სააპელაციო სასამართლოში ახალი ფაქტებისა და მტკიცებულების განხილვასთან დაკავშირებით. რაც შეეხება საკასაციო სასამართლოს, კანონმდებლობით დადგენილი შეზღუდული შემოწმების ფარგლებიდან გამომდინარე (მხოლოდ კანონიერების შემოწმება) საკასაციო სასამართლოში ხანდაზმულობის შესაგებლის გამოყენება ობიექტურ შეუძლებლობად უნდა დასახელდეს.

## ბიბლიოგრაფია:

1. საქართველოს კანონი „სააღსრულებო წარმოებათა შესახებ“, 91<sup>7</sup> მუხლის მე-9 პუნქტი, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, №13(20), 01/05/1999;
2. საქართველოს კანონი „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსი“, მე-2 მუხლის პირველი ნაწილი, 103-ე მუხლი, 191-ე მუხლის პირველი ნაწილი, 230-ე მუხლის მე-2 ნაწილი, პარლამენტის უწყებანი, №47-48, 31/12.1997, სარეგისტრაციო კოდი: 060.000.000.05.001.000.301;
3. განმარტებითი ბარათი საქართველოს კანონის პროექტზე „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო კოდექსში ცვლილების შეტანის შესახებ“, №07-3/597/8, <https://info.parliament.ge/file/1/BillReviewContent/123544?> [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.03.2021];
4. გიორგი ამირანაშვილი, უფლებამოსილი პირის სასამართლოსადმი მიმართვის გავლენა სასარჩელო ხანდაზმულობაზე, სტუდენტური სამართლებრივი ჟურნალი, ევროპის იურისტ სტუდენტთა ასოციაცია, 2013;
5. ავტორთა კოლექტივი: რედაქტორი ლადო ჭანტურია, „საქართველოს სამოქალაქო კოდექსის კომენტარი“, წიგნი I, გამომცემლობა „სამართალი“, თბილისი, 1999;
6. ჰაინ ბოელინგი, ლადო ჭანტურია, „სამოქალაქო საქმეებზე გადაწყვეტილებათა მიღების მეთოდიკა“, მე-2 გამოცემა, თბილისი, 2003;
7. ქეთევან კვინიკაძე, სასამართლოს მიერ პირგასამტეხლოს შემცირება, როგორც „სამოსამართლო ინტერვენცია“ სახელშეკრულებო თავისუფლების პრინციპში, ჟურნალი „მართლმსაჯულება და კანონი“ №2(50)'16, თბ., 2016;
8. ავთანდილ კობახიძე, „სამოქალაქო სამართალი, I, ზოგადი ნაწილი“, შპს გაზეთ „საქართველოს მაცნეს“ სტამბა, თბილისი, 2004;
9. თენგიზ ლილუაშვილი, გაა ლილუაშვილი, ვალერი ხრუსტალი, ზურაბ ძლიერიშვილი ზ., სამოქალაქო საპროცესო სამართალი, ნაწილი I, გამომცემლობა „სამართალი“, თბილისი, 2014;
10. თენგიზ ლილუაშვილი, „სამოქალაქო პროცესუალური სამართალი“, მე-2 გამოცემა, გამომცემლობა „სამართალი, თბილისი, 2005;
11. ირმა მერებაშვილი, სასამართლოში სამოქალაქო საქმეთა განხილვისას მხარეთა შეჯიბრებითობისა და მოსამართლეთა აქტიურობის პრინციპების მოქმედება, ჟურნალი „მართლმსაჯულება და კანონი“ №4(23)'09, თბ., 2009;
12. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს რეკომენდაციები სამოქალაქო სამართლის სასამართლო პრაქტიკის პრობლემატურ საკითხებზე, თბილისი, 2007;
13. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს მნიშვნელოვანი განმარტებანი, თბილისი, 2016;
14. შალვა ქურდაძე, „სამოქალაქო საქმეთა განხილვა ზემდგომი ინსტანციის სასამართლოებში“, გამომცემლობა „მერიდიანი“, თბილისი, 2006;
15. შალვა ქურდაძე, ნინო ხუნაშვილი, „საქართველოს სამოქალაქო საპროცესო სამართალი“, მეორე გამოცემა, გამომცემლობა „მერიდიანი“, თბილისი, 2015;
16. სიმონ ჩხაიძე, დაუსწრებელი გადაწყვეტილება სამოქალაქო პროცესში - ძირითადი პრობლემები, სასამართლო პრაქტიკის ანალიზი, ჟურნალი „მართლმსაჯულება და კანონი“ №4'12 თბილისი, 2012;
17. ლადო ჭანტურია, „სამოქალაქო სამართლის ზოგადი ნაწილი“, გამომცემლობა „სამართალი“ თბილისი, 2011;
18. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2018 წლის 27 დეკემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-1428-2018;
19. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2017 წლის 17 თებერვლის განჩინება საქმეზე №ას-1063-1023-2016;

20. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2016 წლის 26 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-493-467-2015;
21. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 9 ოქტომბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-898-860-2014;
22. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 23 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-646-612-2015;
23. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 17 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-58-57-2014;
24. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2015 წლის 9 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-307-289-2014;
25. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2014 წლის 9 ივნისის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-880-838-2013;
26. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2013 წლის 22 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-1586-1489-2012;
27. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2013 წლის 25 მარტის გადაწყვეტილება საქმეზე №1350-1275-2012;
28. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2012 წლის 12 იანვრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-1509-1517-2011;
29. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2011 წლის 15 ნოემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-988-1021-2011;
30. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2011 წლის 7 ნოემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-352-335-2011;
31. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2011 წლის 4 აპრილის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-71-62-2011;
32. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2007 წლის 19 ნოემბრის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-271-601-07;
33. საქართველოს უზენაესი სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2007 წლის 11 ივლისის გადაწყვეტილება საქმეზე №ას-322-675-07;
34. თბილისის სააპელაციო სასამართლოს სამოქალაქო საქმეთა პალატის 2014 წლის 2 დეკემბრის განჩინება განჩინება საქმეზე №28/2737-14;
35. Rainer Burbulla, Parteiberichtigung, Parteiwechsel und Verjährung, Monatsschrift für Deutsches Recht, 61. Jahrgang, Heft 8, 2007;
36. Rudolf Bussert, „Bürgerliches Recht für Betriebswirte“, 2. Aufl., Gabler Verlag, Wiesbaden, 2012;
37. Mitgliedern des Bundesgerichtshofes, „Das Bürgerliche Gesetzbuch: mit besonderer Berücksichtigung der Rechtsprechung des Reichsgerichts und des Bundesgerichtshofs“, 12. Aufl., Band 1, „de Gruyter“, Berlin, 1982;
38. Silvia Dullinger, „Bürgerliches Recht Schuldrecht Allgemeiner Teil“, Band II, 4. Aufl., SpringerWienNewYork, 2010;
39. Franz Gschnitzer, „Allgemeiner Teil des bürgerlichen Rechts“, Springer-Verlag, Wien, 1966;
40. Jacob Eduard Hasler, „Die Wirkung der Verjährung bei der Schuldklage“, Kessinger Publishing, 1872;
41. Thomas Hoeren, „IT-Recht“, Universität Münster 2016, S. 144 <[https://www.itm.nrw/wp-content/uploads/Skript\\_IT\\_Stand\\_April-2017.pdf](https://www.itm.nrw/wp-content/uploads/Skript_IT_Stand_April-2017.pdf)> [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.03.2021];
42. Martin Klose, Vindikationsverjährung: Gewogen für verfassungswidrig befunden! Rewiss (RW) Heft 2, 2014;
43. Alfred Koller, Unterbrechung der Verjährung, Schweizerische Juristenzeitung 113 (2017), Nr. 9, 2017;

44. Caroline Meller-Hannich, Die Einrede der Verjährung, in JuristenZeitung, 60. Jahrgeburtstag, №13, 2005;
45. Frand Peters, Der Antrag auf Gewährung von Prozesskostenhilfe und die Hemmung der Verjährung, JR Heft 4/2004, 2004;
46. Markus Philipp, „Verjährungshemmung durch Rechtsverfolgung, Insbesondere ein Beitrag zur Behandlung verfahrensrechtlich fehlerhafter Rechtsverfolgungsmaßnahmen des §204 Abs. 1 BGB“, „Mohr Siebeck“, Tübingen 2018;
47. Hans-Bernd Schäfer, Ben Fuhrmann, Zivilrechtliche und rechtsökonomische Aspekte zum Dieselskandal der Volkswagen AG, Wirtschaftsdienst, 98. Jahrgang, Heft 4, (243-251), Heidelberg, 2018;
48. Martin Schmidt-Kessel, „Ein einheitliches europäisches Kaufrecht? Eine Analyse des Vorschlags der Kommission“, „De Gruyter“, München, 2012;
49. Lena Rudkowski, „Wirtschaftsrecht: BGB AT, Schuldrecht, Sachenrecht“, „Springer Gabler“, Wiesbaden, 2016;
50. BGH Urt. v. 22/03/2001 – IX ZR 407/98;
51. Oxford Architects Partnership vs Cheltenham Ladies Gollege [2006] APP.L.R 11/17;
52. Ronex Properties vs John Laing Construction [1983] QB 393, 404.

# ეკონომიკა



## მოგების გადასახადის ე.წ. “ესტონური მოდელი” დაბეგვის ასპექტები და მისი გავლენა საქართველოს ბიზნეს-გარემოზე

პაატა შურღია,

ასოცირებული პროფესორი,

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

### აბსტრაქტი

საინვესტიციო პოლიტიკის და ზოგადად, ინვესტიციების არსებობა, ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებასა და ზრდადი მაკროეკონომიკური მიმართულებების შენარჩუნებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. საქართველოს ეკონომიკა პოლიტიკის დონეზე განსაზღვრავს პირდაპირი, შიდა და გარე ინვესტიციების განხორციელებისთვის საჭირო ფართომასშტაბიან ღონისძიებებს. შესაბამისად, საქართველოს ეკონომიკის შანსები ინვესტიციების მოცულობასთან უშუალო კავშირში იმყოფება, ხოლო თავად ინვესტიციების მოცულობა ქვეყანაში არსებული ჯანსაღი საინვესტიციო კლიმატის არსებობითაა განპირობებული. რომელი ინსტიტუციური ფაქტორი თამაშობს საინვესტიციო გარემოში უდიდეს როლს? – ინსტიტუციურ ფაქტორებს შორის საგადასახადო პოლიტიკა ყველაზე მნიშვნელოვანია. ეკონომიკის სტიმულირებისა და განვითარების მიზნით საქართველოს მთავრობამ სამეწარმეო საქმიანობის მიმართულებით ცვლილებები განახორციელა. სამთავრობო, ბიზნეს და აკადემიურმა წრეებმა მოგების გადასახადის ე.წ. “ესტონური მოდელის” განხორციელების მიზნით უამრავი კვლევა და პროგნოზირება განახორციელეს. რეფორმების წინარე და შემდგომმა პერიოდმა უამრავი პასუხგაუცემელი შეკითხვა დაბადა: რა სარგებელი მოიტანა რეფორმამ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის მოზიდვის მხრივ? როგორ გაიზარდა შრომის ნაყოფიერება? როგორ გააადვილა რეფორმამ კაპიტალურ რესურსებთან წვდომა? წინამდებარე ნაშრომში ავტორი განიხილავს მოგების გადასახადის ე.წ. “ესტონური მოდელის” პროგნოზებსა და მოლოდინებს, ისევე როგორც საქართველოსა და ესტონეთის მაგალითზე მისი რეალური შედეგების ანალიზს. ავტორი იყენებს ხარისხობრივ და კრიტიკულ კვლევით მეთოდოლოგიას. რეალური გარემოებების საფუძველზე ახორციელებს რეფორმის მოკლევადიან და გრძელვადიან შეფასებას.

**საკვანძო სიტყვები:** მოგების გადასახადის ესტონური მოდელი, კორპორატიული დაბეგვრა, საგადასახადო ტვირთი და პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია, საგადასახადო პოლიტიკა.

### შესავალი

სტრატეგიულ და განვითარებად ქვეყნებში ეკონომიკური გაფართოების თვალსაზრისით, ტექნოლოგიებისა და კაპიტალური ბაზრების განვითარების ფონზე, მნიშვნელოვანია როგორც კერძო (ინდივიდუალური მეწარმეების ჩათვლით), ისე იურიდიული პირების შემოსავლის წყაროებისა და ეკონომიკური საქმიანობის სახეობათა დივერსიფიცირება. შესაბამისად, ქვეყნის საგადასახადო პოლიტიკასა და ტრანზაქციების საერთაშორისო დაბეგვის ასპექტებს უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება. სხვადასხვა გეოგრაფიულ არეალში მოქმედი ტრანსნაციონალური და საერთაშორისო კომპანიების საქმიანობა განსხვავებულ საგადასახადო პირობებს ქმნის, რაც ზემოქმედებს როგორც საანგარიშგებო პერიოდში კომპანიის ფინანსურ მდგომარეობაზე, ისე პირდაპირ საგარეო ინვესტიციასა და ადგილობრივ ეკონომიკურ ზრდაზე. ამგვარად, საგადასახადო კანონმდებლობა ძირითად

როლს თამაშობს ბიზნესისთვის სტიმულირებადი იურიდიული გარემოს შექმნაში. ამ მიზნით, საგადასახადო კანონმდებლობა მეწარმეებს უნდა სთავაზობდეს ხელსაყრელ, პროგნოზირებად და სამართლიან პირობებს. აღსანიშნავია, რომ დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ საქართველომ ეკონომიკის ფისკალური ეფექტიანობის გასაუმჯობესებლად მნიშვნელოვანი რეფორმები განახორციელა. შესაბამისად, ქვეყნის საგადასახადო პოლიტიკის ორიენტირები ერთ-ერთ წარმატებულ რეფორმად შეიძლება იქნას შეფასებული.

## 1. საქართველოს საგადასახადო სისტემის პროფილი

ეკონომიკურ გარემოში მომხდარმა ყველდღიურმა ცვლილებებმა კომპანიების მხრიდან გადაწყვეტილების მიღების სხვადასხვა პროცესებზე საგადასახადო პოლიტიკის გავლენა კიდევ უფრო გააძლიერა. მთავრობის ეკონომიკური პოლიტიკა ძირითადად საგადასახადო პოლიტიკით მიიღწევა. შიდა და პირდაპირი გარე ინვესტიციების ეფექტური ზრდისთვის ეგრეთ წოდებული საგადასახადო სტიმულები მნიშვნელოვანი იარაღია. სახელმწიფოებმა საგადასახადო სტიმულები ფრთხილად უნდა შეარჩიონ, რათა ფისკალურმა სტიმულმა საგადასახადო ხრიკების არსებობას და კომპანიებისთვის გადასახადების არიდებას არ შეუწყოს ხელი. დამოუკიდებელი საქართველოს მიერ საგადასახადო კანონმდებლობაში განხორციელებული რეფორმები (ევილუცია) სამ ძირითად ნაწილად შეიძლება დაიყოს. თანამედროვე საგადასახადო სისტემა საქართველოში პირველად 1997 წელს დაინერგა, რომელიც საერთაშორისო გამოცდილებისა და განვითარებადი ქვეყნების ბევრ მაგალითს ითვალისწინებდა.

რეფორმების პირველი სერიოზული ტალღა ვარდების რევოლუციის შემდეგ 2005 წელს დაიწყო, რამაც ქვეყნის ეკონომიკური მასშტაბი ძირეულად გარდაქმნა და პირდაპირი უცხოური ინვესტირების ზრდას შეუწყო ხელი. უფრო მეტიც, ჟურნალ ფორბსის მიერ ჩატარებული კვლევის თანახმად, საქართველომ მნიშვნელოვანი პროგრესი განიცადა და წამყვანი ადგილი დაიკავა საგადასახადო რეფორმისა და სიღარიბის მაჩვენებლის თვალსაზრისით.<sup>1</sup> განხორციელებული რეფორმების შედეგად ქვეყანამ რეგიონის წამყვანი ლიბერალური ეკონომიკური პოლიტიკისა და შემცირებული საგადასახადო ტვირთის მქონის სტატუსი მოიპოვა. რეფორმების ეგრეთ წოდებული მეორე ტალღის პერიოდში 2011 წელს მნიშვნელოვნად გამარტივდა შემოსავლების სამსახურის სამთავრობო უწყებასთან ურთიერთობა. აღნიშნულმა ცვლილებებმა ხელი შეუწყო ბიუროკრატიული და ადმინისტრაციული დროის ხარჯის მნიშვნელოვან შემცირებასა და საგადასახადო პროცესების მაქსიმალურად გაციფრულებას. ფინანსთა სამინისტროში შემავალი შემოსავლების სამსახურის მიერ შექმნილი ვებ-გვერდი (რს.გე) გადასახადების გადამხდელებს პროცესების ინდივიდუალური მართვის საშუალებას აძლევს, როგორცაა შემოსავლების სამსახურთან ურთიერთობა, დეკლარაციების წარმოება და ასახვა, ძირითადი დოკუმენტებისა და სასაქონლო-ზედნადებების მიმოქცევა. რეფორმების მესამე ტალღა პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების სტიმულირებას უკავშირდება. ეკონომიკური კეთილდღეობის წახალისების მიზნით 2016 წელს შემოღებულ იქნა მოგების გადასახადის ეგრეთ წოდებული “ესტონური მოდელი”, რომელიც 2017 წლის საანგარიშგებო პერიოდში შევიდა ძალაში. ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმებით გასათვალისწინებელი ვალდებულებების მხრივ საგადასახადო კოდექსმა წლების განმავლობაში უამრავი ცვლილება განიცადა.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Forbes Magazine, „2009 Tax Misery and Reform Index”, <https://www.forbes.com/global/2009/0413/034-tax-misery-reform-index.html?sh=1004e65e43b3>, [L.s. 11.04.2021].

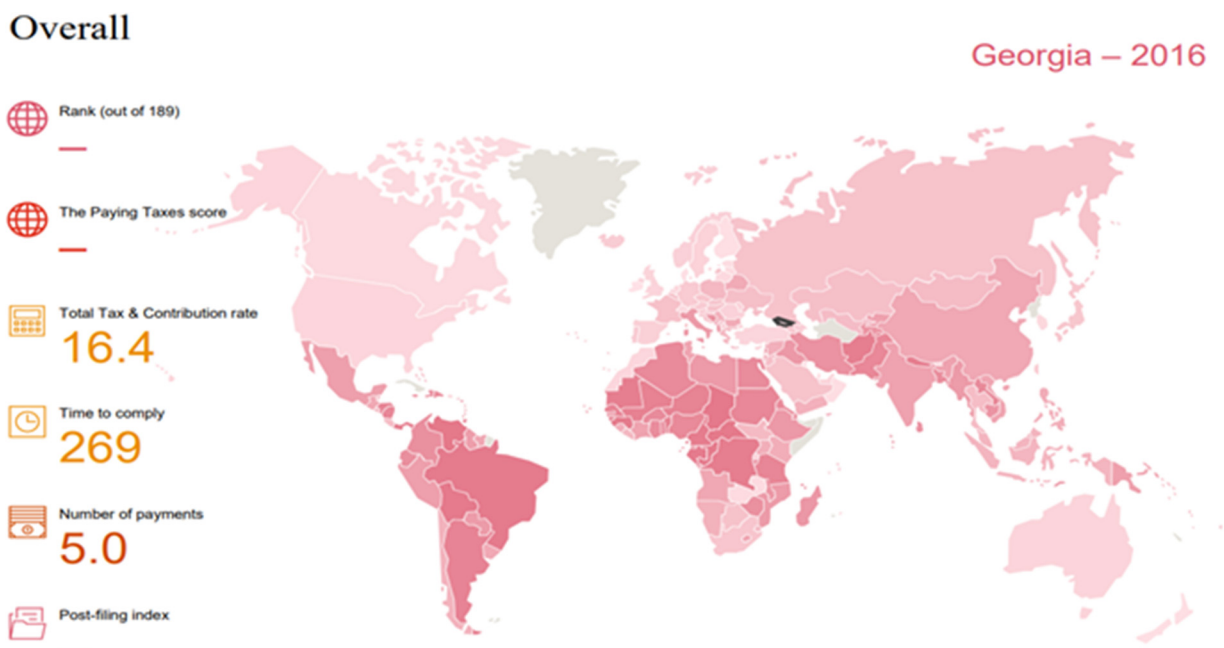
<sup>2</sup> N. Gilauri, „Practical Economics”, „Palgrave Macmillan”, 2017, pg. 31-40.



ბიზნეს საკონსულტაციო ფირმა PwC-სა და მსოფლიო ბანკის ერთობლივი კვლევის თანახმად, გადასახადების გადახდის თვალსაზრისით საქართველოს 190 ქვეყანას შორის მეთოთხმეტე ადგილი ეკავა 2020 წელს.<sup>3</sup> გადასახადების სიმარტივე შემდეგი სამი კრიტერიუმით ფასდება:

- 1) კომპანიის მიერ გადასახდელი გადასახადების რაოდენობა.
- 2) წლის განმავლობაში კომპანიის მიერ გადასახადების გადახდაში დახარჯული დროის საშუალო მოცულობა.
- 3) მთლიანი საგადასახადო განაკვეთის მიხედვით კომპანიის მიერ გადახდილ გადასახადებში კომერციული შემოსავლის წილი.<sup>4</sup>
- 4) გადასახადების სიმარტივის 2016 წლის მაჩვენებლების თანახმად, საქართველოს მეორმოცე ადგილი ეკავა.

დიაგრამა 1. – 2016 წელს გადასახადების გადახდა

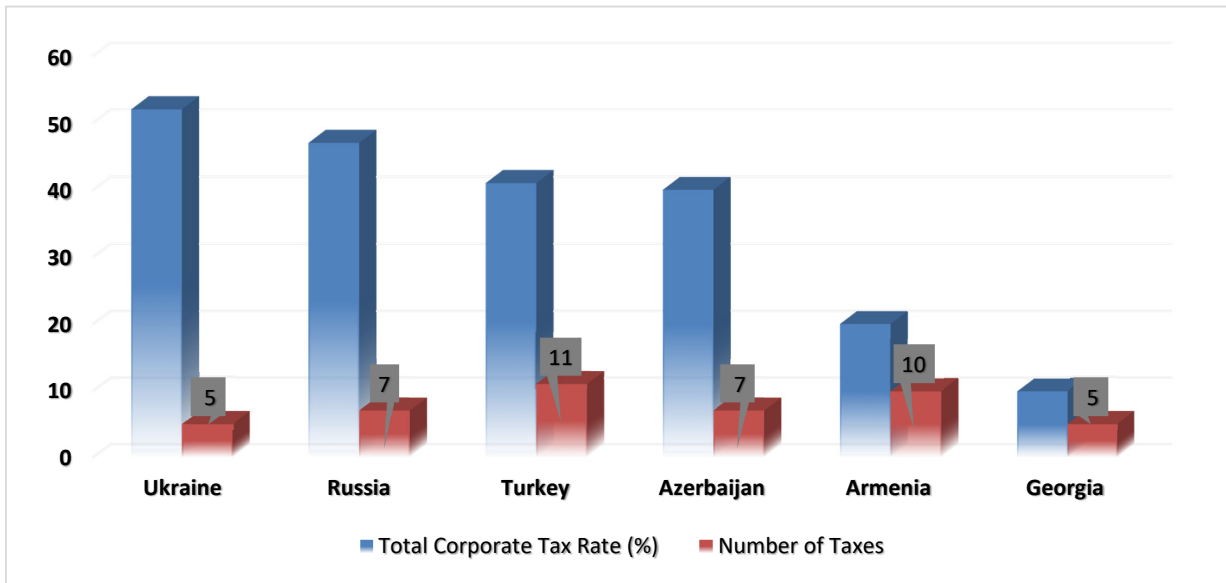


2020 წლის კვლევის თანახმად, ავტორმა საქართველოს და მისი მეზობელი ქვეყნების საგადასახადო განაკვეთებისა და რაოდენობების შედარება მოახდინა.

<sup>3</sup> World Bank Group and PwC, „Paying Taxes 2020”, <https://www.doingbusiness.org/en/reports/thematic-reports/paying-taxes-2020>, [უ. გ. 12.04.2021].

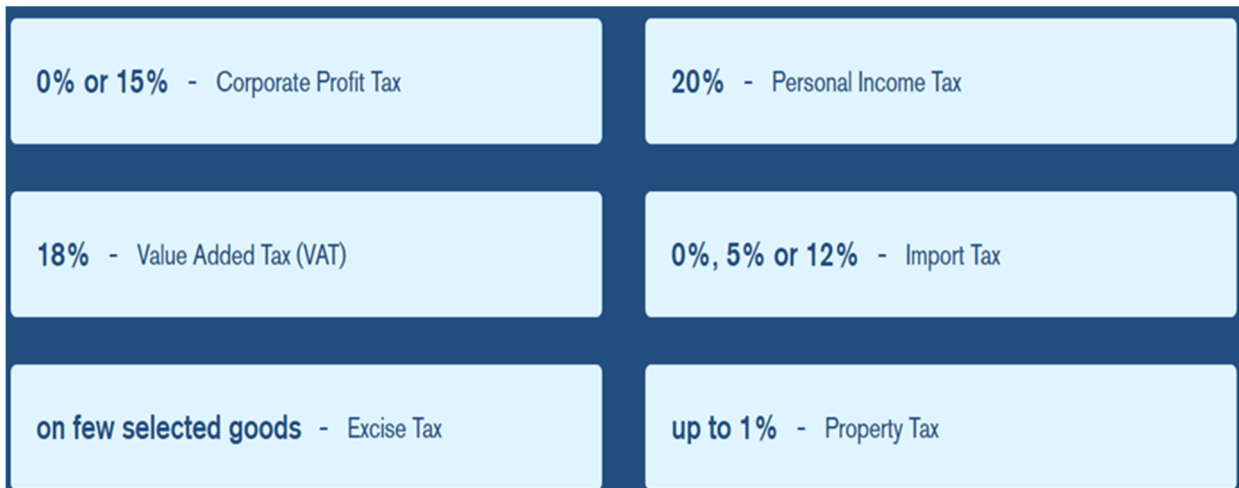
<sup>4</sup> World Bank Group and PwC, „Paying Taxes 2016”, <https://www.pwc.com/gx/en/paying-taxes-2016/paying-taxes-2016.pdf>, [უ. გ. 12.04.2021].

დიაგრამა 2. – კორპორატიული საგადასახადო განაკვეთი გადასახადების რაოდენობის საპირისპიროდ



საგადასახადო განაკვეთი მატერიალურ-სამართლებლივი და ადმინისტრაციული ცვლილებების შედეგად მნიშვნელოვნად იქნა შემცირებული. დღეს მოქმედი საგადასახადო კლასიფიკაცია შემდეგნაირად გამოიყურება:

დიაგრამა 3. – საქართველოს საგადასახადო განაკვეთი



მსოფლიო ბანკის 2020 წლის ბიზნესის კეთების კვლევის მიხედვით, საქართველომ ერთი ადგილით უკან გადაინაცვლა და 83.7 ქულით 190 ქვეყანას შორის მეშვიდე ადგილი დაიკავა. 0.2 პროცენტის გაუმჯობესების მიუხედავად ქვეყნებს შორის წინ მაინც ვერ წაიწია. მსოფლიო ბანკის ეს კვლევა 2003 წლიდან ტარდება და მასში 190 ქვეყანა მონაწილეობს. ბიზნესის კეთების სიმარტივის მაჩვენებელი ათ პუნქტს მოიცავს: 1) ბიზნესის დაწყება; 2) მშენებლობის ნებართვა; 3) ელექტრონული ფოსტა, მომარაგება; 4) ქონების რეგისტრაცია; 5) სესხის აღება; 6) უმცირესობის წარმომადგენელი ინვესტორების უფლებების დაცვა; 7)

გადასახადების გადახდა; 8) საზღვარგარეთ ვაჭრობა; 9) კონტრაქტის აღსრულება; 10) გადახდისუუნარობა.<sup>5</sup>

ბიზნესის კეთების მაჩვენებელი საინვესტიციო გადაწყვეტილებების მიღებისას ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია. ამიტომაც, რეიტინგის გასაუმჯობესებლად საქართველოს მთავრობამ 2005 წლიდან მოყოლებული მნიშვნელოვანი რეფორმები განახორციელა. საქართველო უსწრებს კიდევ დიდ ბრიტანეთს, ნორვეგიას, ესტონეთს, გერმანიასა და ა.შ., თუმცა ჩამორჩება შერთებულ შტატებს, დანიას, სინგაპურსა და ახალ ზელანდიას.

საქართველოს მთავრობის მიზანს ბიზნესის კეთების რეიტინგებში ადგილის შენარჩუნება და წინვლა წარმოადგენს, რათა საქართველოს ბიზნეს გარემო ინვესტორებისთვის მიმზიდველი დარჩეს. უკანასკნელ წლებში გამოვყავით ზემოაღნიშნული ელემენტების გაძლიერების მიზნით ქვეყნის მთავრობის მიერ გატარებული ისეთი მნიშვნელოვანი რეფორმები, როგორცაა:

1. მოგების გადასახადის რეფორმა. ეგრეთ წოდებული “ესტონური მოდელის” შემოღება;
2. წარმოების გაერთიანებისას დამატებითი ღირებულების გადასახადის სავალდებულო კომპონენტის გაუქმება;
3. ბიზნესის წამოწყების გაადვილება, როგორცაა ერთ დღეში დარეგისტრირება, საბანკო ანგარიშის გახსნა და საგადასახადო ადმინისტრაციის პორტალის შექმნა.

თუმცა ზოგიერთი ისეთი მნიშვნელოვანი ასპექტი, როგორცაა სასამართლო სისტემა, ბიზნეს უფლებების დაცვა, კრედიტისადმი ხელმისაწვდომობა, კონტრაქტის დაცვა და გავკოტრების მექანიზმები ჯერ კიდევ საჭიროებენ დახვეწას. თითოეულ პუნქტში საქართველოს მაჩვენებელი შემდეგნაირად გამოიყურება:

დიაგრამა 4. – ბიზნესის კეთების 2020 წლის მაჩვენებლებით ასპექტების შეფასება



განხორციელებული რეფორმების კვლადაკვალ საქართველო რეგიონის ლიდერ ქვეყნად გადაიქცა და ბევრი საერთაშორისო ორგანიზაციის კვლევის თანახმად, მომავალი წლის მაჩვენებლებით ბიზნესის წამოწყების სიმარტივის მხრივ იგი მსოფლიოს მოწინავე ქვეყანათა შორისაა.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> იხ. სქოლიო 3.

<sup>6</sup> PwC, „Doing Business and Investing in Georgia” 2019, [https://www.pwc.com/ge/en/assets/pdf/Doingbusiness\\_2019\\_Final.pdf](https://www.pwc.com/ge/en/assets/pdf/Doingbusiness_2019_Final.pdf) [უ. გ. 12.04.2021].

მიღწეული პოზიციები პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვასა და ეკონომიკის განვითარებაზე დადებითად აისახება. თუმცა, საქართველოს მსგავსი ქვეყნისთვის მოწინავე პოზიციებზე ყოფნა საკმარისი არ არის სხვა პრობლემების არსებობის გამო, რაც ბიზნესის კეთების კვლევაში არ აისახება. მათ შორისაა განათლების, პოლიტიკური არასტაბილურობის, ტერიტორიული კოფლიქტების, ნდობის სიმცირის, ბიზნესისა და კერძო საკუთრების დაცვისა და არაპროფესიონალი მუშახელის არსებობის პრობლემები.

## 2. გადასახადების მიზანი და მოგების გადასახადის დანიშნულება

ქვეყნის საგადასახადო პოლიტიკას მნიშვნელოვანი მიზნები და ამოცანები გააჩნია, ხოლო გადასახადების არსებობა პოლიტიკის შემუშავებისას მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს წარმოადგენს. ზოგადად, გადასახადების მიზნები და ეფექტები ეგრეთ წოდებულ “4 რ-ის ფუნქციას” ეფუძნება:

პირველი “რ” შემოსავლის წყაროს გაჩენას ეხება. სწორედ შემოსავლების წყალობით ფუნქციონირებს სახელმწიფო და ასრულებს მასზე დაკისრებულ მოვალეობებს. მეორე “რ” განაწილების ფუნქციას ეხება, რომელიც სახელმწიფოს როლს ძირითადად დაუცველობის დემონსტრირებაში გულისხმობს. შემდეგი “რ” სახელმწიფოს მიერ განსაზღვრულ საქონლისა და მომსახურების წარმოებასა და შესყიდვაზე გავლენას ეხება. ძირითადად ეს ღირებულებისა და ფასების რეგულირებით ხორციელდება, როგორცაა იმპორტირებულ საქონელზე გადასახადი, საწვავზე აქციზის დადება და ა.შ. მეოთხე “რ”-ს წარსულის გადმონაშთი თუ შეიძლება ეწოდოს, ვინაიდან თანამედროვეობაში წარმომადგენლობითი ფუნქციის მქონე საგადასახადო სისტემის მქონე ქვეყანა აღარ არსებობს. იგი გულისხმობს გადასახადების გადამხდელის მხრიდან ქვეყნის მართვასა და წარმომადგენლობაში მონაწილეობას.<sup>7</sup>

დაბეგვრა მისი შინაარსისა და ბუნების მიხედვით კლასიფიცირდება. კერძოდ,

- ა. შინაარსის მიხედვით არსებობს პირდაპირი და არაპირდაპირი გადასახადები;
- ბ. განაკვეთის ცვლილებიდან გამომდინარე პროგრესული, რეგრესული, პროპორციული და ფიქსირებული გადასახადის ტიპები;
- გ. სახელმწიფო და ადგილობრივი (ფაკულტატურ) გადასახადები;
- დ. მიზნიდან გამომდინარე მიზნობრივი და ზოგადი/უნივერსალური გადასახადები;
- ე. კონკრეტული გარემოებების შედეგად არსებული მუდმივი ან ერთჯერადი გადასახადები.

შინაარსიდან გამომდინარე მოგების გადასახადი პირდაპირი ტიპის, სისტემატიური სახის პროპორციულ გადასახადს განეკუთვნება, რომელიც ზოგად სახელმწიფო ტიპის გადასახადს მიეკუთვნება. მოგების გადასახადი ქვეყნის ბიუჯეტის ფორმირებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს.<sup>8</sup>

## 3. მოგების გადასახადის “ესტონური მოდელის” შეფასება

როგორც ზემოთ იქნა აღნიშნული, საქართველოს მთავრობამ 2017 წლის რეფორმების მესამე ტალღისას მნიშვნელოვანი ნაბიჯი გადადგა გადასახადების გადახდის პერიოდისა და დაბეგვრის პრინციპის შეცვლით. მოგების გადასახადის ეგრეთ წოდებული “ესტონური მოდელი” მოგების გადახდის პერიოდის ინიცირებიდან მის დისტრიბუციამდე შენაცვლებას გულისხმობს. დარიცხვის პრინციპისგან განსხვავებით, ნაღდი ფულის პრინციპზე გადასვლა

<sup>7</sup> OECD, „Fundamental principles of taxation”, 2014, chapter 2, pg. 30-49.

<sup>8</sup> Government of Georgia, „Budget Monitory”, 2016.

მოგების გადასახადის გადახდას მხოლოდ დისტრიბუციის შემთხვევაში გულისხმობს. რეფორმების მთავარ მიზანს მაკროეფექტური ფაქტორების გასაზრდელად ქვეყანაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა და შიდა ინდუსტრიული ინვესტირების წახალისება წარმოადგენდა. გარკვეულ ეტაპზე ამ გადაწყვეტილებამ საინვესტიციო გადაწყვეტილებებს უნდა შეუწყოს ხელი. განსაკუთრებით:<sup>9</sup>

1. ეკონომიკური/მაკროეკონომიკური პარამეტრების ზრდას;
2. კაპიტალური მასშტაბების ზრდა/გაფართოებას;
3. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციის ზრდას;
4. ბიზნესის წამოსაწყებად საჭირო (საინვესტიციო) გარემოს გაუმჯობესებას;
5. ბიზნესის მხრიდან წარმოშობილი კრიზის ფაქტორების მინიმიზაციას.

განაწილებული მოგების ეგრეთ წოდებული “ესტონური მოდელი” მოქმედებს ქვეყანაში, რომლის კორპორატიული დაბეგვრის პრინციპები სრულად შეესაბამება საქართველოსას. საქართველოში მისი დანერგვის და ეკონომიკის განვითარების იმედი სწორედ იქიდან წამოვიდა. ესტონური კორპორატიული გადასახადები გადახდას მხოლოდ განაწილების შემთხვევაში გულისხმობს, ნაღდი ან არანაღდი ფულის სახით, მათ შორის დივიდენდების განაწილების მატერიალური ან არამატერიალური ფორმით, კაპიტალის ან აქციების გამოსყიდვით, მათ შორის კაპიტალის შემცირებით, ლიკვიდაციის პროცესში ძირითადი კაპიტალის განაწილებით, თუ იგი არ აღემატება პარტნიორების თავდაპირველ კონტრიბუციას.<sup>10</sup> კორპორატიული დაბეგვრის პრინციპები ეფუძნება საწარმოს მიერ შექმნილი დოვლათის ბენეფიციარებთან ფულადი ან არაფულადი სახით განაწილებას. ასე რომ, ნებისმიერი ტრანზაქცია, რომელიც ზემოაღნიშნულ პრინციპთან თანხვედრაშია, წარმოადგენს მოგების განაწილებას და პირდაპირი და არაპირდაპირი ტრანზაქციების ჩათვლით დაბეგვრას ექვემდებარება.<sup>11</sup> პირდაპირი განაწილების გარკვეული მოდელების არარსებობის გამო, არაპირდაპირი გზებიც გასათვალისწინებელია. შემოვლითი განაწილების, უკანონო შემოსავლების ლეგალიზებისა და ფულის გათეთრების რისკების მინიმიზაცია/თავიდან აცილების მიზნით საგადასახადო უწყებები ხვეწენ საგადასახადო კოდექსს, რომელიც თავის არიდების საშუალებებს იძლევა. კანონმდებლობა ტრანზაქციების დეტალურ სიას მოიცავს, კონკრეტულად შემდეგ ოპერაციებს:<sup>12</sup>

- საქართველოს საგადასახადო კოდექსის კონტროლს მიღმა არსებულ ოფშორულ ქვეყნებთან დაკავშირებულ ტრანზაქციებს;
- ზღვრული რაოდენობის მიღმა წარმომადგენლობით ხარჯებს, რაც საწარმოს ხარჯებისა და შემოსავლის ერთ პროცენტს არ უნდა აჭარბებდეს და საქართველოს საგადასახადო კოდექსი უნდა არეგულირებდეს რომელი ელემენტიდან აითვალოს ის ერთი პროცენტი;
- ფულადი სახსრების მიმოქცევის ჩათვლით, საქონლის ან/და მომსახურების უფასო მიწოდებას (კომპენსაციის გარეშე);
- და ბოლოს, საწარმოს საქმიანობასთან კავშირში არმყოფ ნებისმიერი ტიპის ტრანზაქციას, მათ შორის ამოსავალი დოკუმენტებით გამყარებულ ტრანზაქციებს.

<sup>9</sup> Ministry of Finance, „Fiscal Policy and EU practice”, 2016.

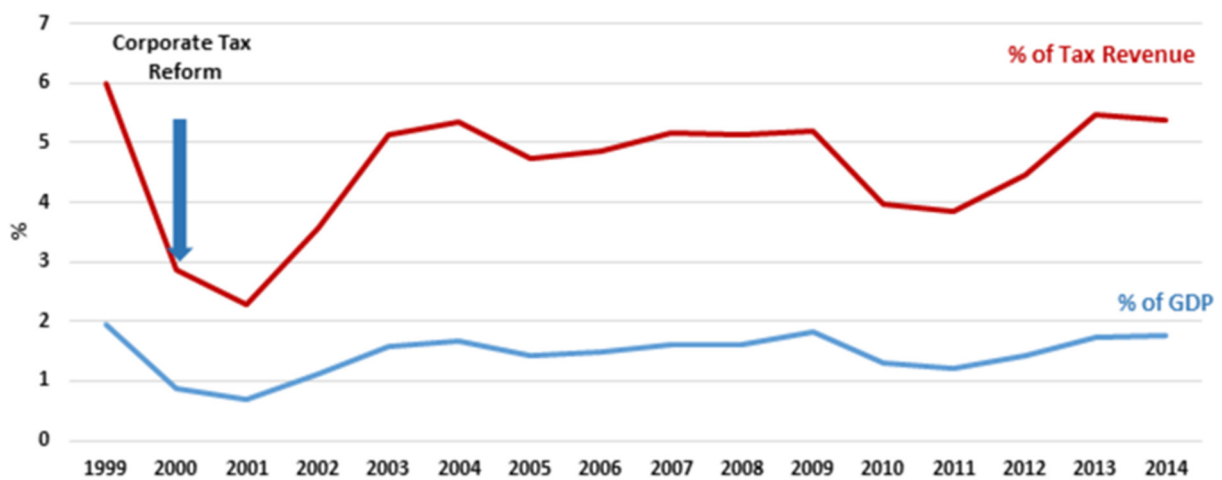
<sup>10</sup> J. Masso & Others, „Gross Profit Taxation Versus Distributed Profit Taxation and Firm Performance: Effects of Estonia’s Corporate Income Tax Reform”, „JOUR” 2011, pg. 49-55.

<sup>11</sup> M. Leibrecht & Others, „Do low corporate income tax rates attract FDI? – Evidence from Central- and East European countries”, „Applied Economics” 41, 2009, pg. 2691–2703.

<sup>12</sup> Clause 97, Law of Georgia „ Georgia Tax Code” 12, October, 2010.

საქართველოს მსგავსად, ახალი კორპორატიული საგადასახადო რეჟიმის დანერგვამ ესტონეთშიც გამოიწვია ქვეყნის ბიუჯეტში მოგების გადასახადის შემცირება. სტატისტიკის სამსახურის ოფიციალური მონაცემების მიხედვით, რეფორმის განხორციელების წლის მაჩვენებელი წინა წელთან შედარებით თითქმის განახევრებულიყო. რეფორმამ შემოსავლებთან ერთად მშპ-ს შემცირებაც გამოიწვია.<sup>13</sup> ციფრების მიხედვით კორპორატიული შემოსავალი 1,600 მილიონიდან 900 მილიონამდე შემცირდა, ხოლო მშპ-სთან მიმართებით ვარდნამ ორიდან 0.92 პროცენტამდე შეადგინა. თუმცა, ეკონომიკური ფაქტორები რეფორმების მომდევნო წლებში გაუმჯობესდა პირდაპირი საგარეო ინვესტიციის მნიშვნელოვანი შემცირების გარეშე.<sup>14</sup>

დიაგრამა 5. – კორპორატიული შემოსავლებიდან მიღებული საგადასახადო ბეგარა, ესტონეთი, 1994-2004



ლეიბრეხტ მარკუსის, ბელაკისა და ქრისტიანის ცნობილი კვლევების თანახმად, სხვა ყველაფრის გათვალისწინებით, მხოლოდ ფისკალური პოლიტიკის რეფორმა ვერ იქნება გადამწყვეტი ფაქტორი, ვინაიდან პირდაპირი საგარეო ინვესტიცია სხვა ფაქტორებთან ერთად ბაზრის ზომის, გეოგრაფიული მდებარეობის, გეოპოლიტიკური სიტუაციისა და ა.შ. ფაქტორებსაც ითვალისწინებს.<sup>15</sup> მასოს, იანის, მერიკულ იანიკას, ვახტერისა და პრიტის კვლევების თანახმად, რეფორმის განხორციელებულ ქვეყანაში გაიზარდა ლიკვიდური აქტივების მოცულობა და გაჩნდა კომპანიების საქმიანობისთვის საარსებო სესხები. შრომის ნაყოფიერება ინვესტიციასთან მიმართებაში გაუმჯობესდა. ზემოაღნიშნული ფაქტორებისა და შედეგების გათვალისწინებით დადგა ბიზნესის მდგრადი განვითარება, რაც კომპანიებს დაეხმარა 2008 წლის ფინანსური კრიზისის მეტ-ნაკლებად უმტკივნეულოდ გადატანაში.<sup>16</sup>

რაც შეეხება საქართველოს, მოგების გადასახადის რეფორმა საბიუჯეტო მოგების გადასახადის შემოსავლებს აქაც შეამცირებდა, რომლის ფორმირებაშიც კორპორატიული გადასახადები დიდ როლს თამაშობენ, კერძოდ მესამე ყველაზე მსხვილი საგადასახადო ტიპი. შემოსავლების სახით მოგების გადასახადის კონტრიბუცია მთლიანი სახაზინო შემოსავლების თითქმის 12, ხოლო სახაზინო დანახარჯების 10 პროცენტს უტოლდებოდა. ყველა პროგნოზი

<sup>13</sup> Geostat, 2020.

<sup>14</sup> M.Kantsukov, and P. Sander. 2018. 147-156.

<sup>15</sup> იხ. სქოლიო 11.

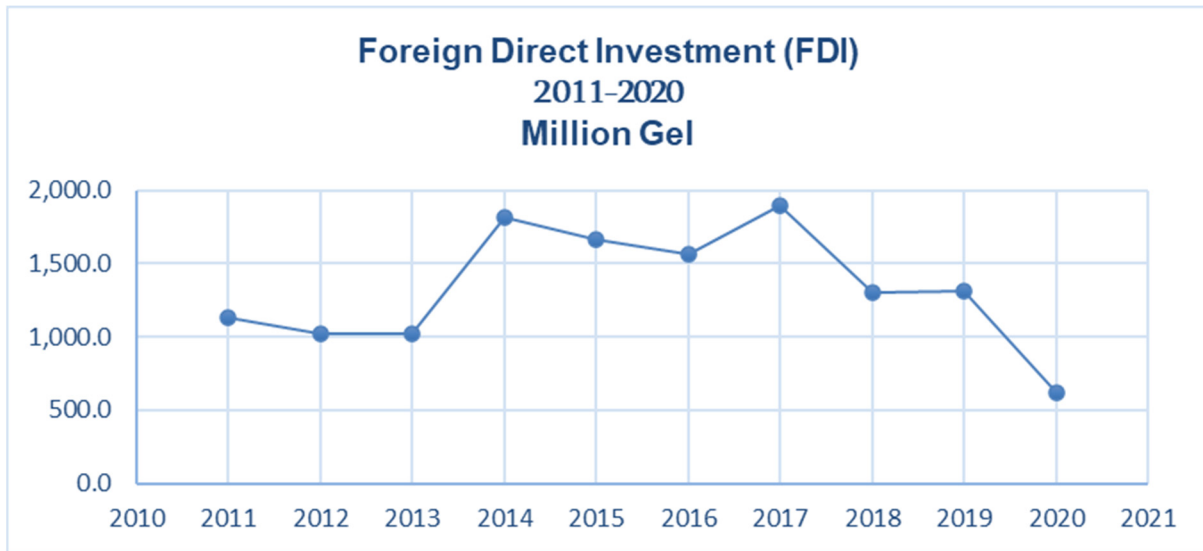
<sup>16</sup> იხ. სქოლიო 10.

(მათ შორის ფინანსური ინსტიტუტების მიერ გაკეთებული) უზენებდა, რომ კორპორატიული გადასახადის გაუქმება მოკლევადიან პერიოდში საბიუჯეტო შემოსავლების შემცირებას გამოიწვევდა, თუმცა გრძელვადიან პერიოდში დადებით როლს შეასრულებდა. შემცირებული შემოსავლების საპასუხოდ, მთავრობამ შემოსავლები სხვა გადასახადებიდან მოიპოვა და ფისკალური დანაკარგებით გამოწვეული კრიზისის საპასუხოდ აქციზური განაკვეთი გაზარდა, რაც სხვადასხვა ბიზნესს დამატებით ტვირთად დააწვა.

დიაგრამა 6. – მოგების და მთლიანი შემოსავლის გადასახადი საქართველოში



დიაგრამა 7. – 2011-2020 წლების პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები საქართველოში



ქვეყნის ბიუჯეტის შემოსავლებში მოგების გადასახადს სტაბილური წილი ეკავა – უკანასკნელ წლებში საშუალოდ 11 პროცენტს შეადგენდა. მოგების გადასახადისა და ბიუჯეტის შემოსავლების წილი წლების მიხედვით შემდეგნაირად გამოიყურება:

დიაგრამა 8. – მოგების გადასახადისა და ბიუჯეტის წილის პროცენტული მიმართება

Year	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Profit tax (million GEL)</b>	807	829	1025	1055	756	736	866	919
<b>Share in state budget revenues (%)</b>	13	11	13	12	8	7	8	8

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, რეფორმის შინაარსი ეფუძნება ეკონომიკური ზრდის თეორიას, მთავრობის ზომასა და ეკონომიკურ ზრდას შორის მიმართების კვლევას. რეფორმის შედეგად მთავრობის ზომა მცირდება. მთავრობის ზომასა და ეკონომიკურ ზრდას შორის მიმართების დამდგენი კვლევების უმეტესობის თანახმად მთავრობის ზომის შემცირება, მშპ-სთან თანაბარი სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით, ეკონომიკურ ზრდას ეხმარება.

2015 წლის შემოდგომაზე, აშშ-ის განვითარების სააგენტოს მიერ საქართველოში განახორციელებული პროექტის “მთავრობა განვითარებისთვის” დაფინანსების ფარგლებში დაინერგა ეგრეთ წოდებული კორპორატიული გადასახადი – “ესტონური მოდელის” რეგულირების გავლენის ანალიზის მოდელის განხორციელების გათვალისწინებით.<sup>17</sup> უფრო ზუსტად, ნეო-კლასიკური მოდელი გამოიყენებოდა, რომელზე დაყრდნობითაც ეკონომიკური ეფექტები იწინასწარმეტყველება. ცალკეული შემთხვევების მიუხედავად რეფორმები პირდაპირ საგარეო და შიდა ინვესტიციებთან მიმართებით მისაღებ გადაწყვეტილებებზე, კაპიტალური ბაზრების განვითარებასა და საბოლოოდ მშპ-ს ასახვაზე დადებითი ეფექტის მოსახდენად დაინერგა. აშშ-ს განვითარების სააგენტოს პროგრამის მიხედვით რეფორმამ შემდეგი შედეგები უნდა ასახოს:

- რეფორმას ინვესტიციის წამახალისებელი ეფექტი უნდა გააჩნდეს. სააქციო კაპიტალი 1.5 წელიწადში 3.23 პროცენტით გაიზრდება. რეფორმა გაზრდილ სუფთა ინვესტიციას წახალისებს. ეკონომიკური აგენტები უწინდელზე უფრო მეტს დააბანდებენ;
- დაახლოებით 1.5 წელიწადში რეალური მშპ 1.44 პროცენტით გაიზრდება;
- რეფორმა მთავრობის საბიუჯეტო დეფიციტს მაქსიმუმ 3 პროცენტამდე გაზრდის. ამავდროულად, შემოსავლების გადასახადებში ერთ, ხოლო დღგ-ში 1.25 პროცენტის ზრდა ამ დეფიციტს დაძლევს. ახალი საბიუჯეტო ბალანსის მისაღწევად, მთავრობამ ხარჯის გაზრდაზე რეფორმიდან 2-3 წელიწადი არ უნდა იფიქროს;
- მიმდინარე საანგარიშო დეფიციტი კომპანიების მიერ რეფორმირებულ საქართველოში დატოვებული დივიდენდების ხარჯზე ოდნავ შემცირდება;
- რეფორმის შედეგი დაახლოებით 1.5 წელიწადში საგრძნობი გახდება.
- რეფორმის შემდეგ საქართველოს მშპ-ს ზრდა ყველა ასპექტში შემდეგნაირად უნდა გამოიყურებოდეს:

<sup>17</sup> PMC Research Centre, „Regulation Impact Assessment - Profit Distribution Model so called Estonian Model”, 2016, pg. 5-19.



დიაგრამა 9. – მშპ-ს ზრდა ასპექტების მიხედვით

	2017	2018	2019	I 20*	II 20*	III 20*	IV 20*	2020*
GDP at current prices, billion GEL	40.8	44.6	49.3	11.1	11.1	13.3	13.9	49.4
GDP at constant 2015 prices, billion GEL	36.6	38.4	40.3	9.1	8.8	9.8	10.2	37.8
GDP real growth, percentage change	4.8	4.8	5.0	2.3	-13.2	-5.6	-6.8	-6.2
GDP deflator, percentage change	8.5	4.4	5.2	7.1	7.2	5.9	7.4	6.9
GDP per capita (at current prices), GEL	10 933.9	11 968.0	13 239.4	2 974.3	2 990.2	3 586.7	3 741.6	13 292.7
GDP per capita (at current prices), USD	4 358.5	4 722.0	4 696.2	1 016.3	952.9	1 156.2	1 144.1	4 274.6
GDP at current prices, billion USD	16.2	17.6	17.5	3.8	3.5	4.3	4.3	15.9

დემოკრატიისა და კერძო საკუთრების დაცულობის დონის შესწავლას კვლევის ავტორები მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ, ვინაიდან რისკის შეფასებაში ისინი სერიოზულ როლს ასრულებენ. თუმცა, აღსანიშნავია რომ რეფორმების მიმართ ესტონეთისგან განსხვავებით, საქართველოს ეკონომიკა უფრო მოქნილი აღმოჩნდა, როგორცაა მშრომელთა უფლებები, ფულადი თავისუფლება, ბიზნესის კეთების სიმარტივე და ა.შ. მოგების გადასახადის რეფორმისადმი ესტონეთის მზაობა საქართველოსას ბევრად ჩამორჩებოდა.

დადებითი განვითარების მიუხედავად, რეფორმების განხორციელებას გარკვეული რისკ ფაქტორებიც ახლდა თან. მაგალითად, საგადასახადო ტვირთი და ბიზნესიდან ფულის ამოღება ესტონეთის 2000 წლის მონაცემებთან შედარებით საქართველოში ნაკლები იყო. გარდა ამისა, ესტონეთისგან განსხვავებით, საქართველო მეტად იყო საბიუჯეტო შემოსავლებზე დამოკიდებული, რომლის დიდ ნაწილსაც მოგების გადასახადი შეადგენდა. მთავრობის მიერ ერთი გადასახადის მეორეთი კომპენსირებამ, კერძოდ მოგების გადასახადის პერიოდის გაუქმებამ ან გადავადებამ და აქცისზე ფასის ზრდამ რეფორმების სავარაუდო ეფექტზე უარყოფითად იმოქმედა. შედეგად ერთ წინ გადადგმულ ნაბიჯს, ერთი უკან გადადგმული ნაბიჯი მოჰყვა. შეგვიძლია დავასკვნათ რომ, მთავრობამ მნიშვნელოვანი საგადასახადო რეფორმა განახორციელა, რომელსაც მშპ-ს ადეკვატური მთავრობის სიდიდისა და ბიუჯეტის რეფორმა უნდა მოყოლოდა, რაც სხვა თანაბარ პირობებში ეკონომიკის ზრდას დააჩქარებდა, ვინაიდან საგადასახადო და საბიუჯეტო სექტორები ერთიანი ფისკალური პოლიტიკის ნაწილს წარმოადგენენ.

**დასკვნა**

რეზიუმეს სახით შეგვიძლია დავასკვნათ რომ საქართველოს მთავრობამ ეგრეთ წოდებული მოგების გადასახადი ე.წ. „ესტონური მოდელი“ შემოიღო. “ესტონური მოდელის” დანერგვამ მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას შეუწყო ხელი. თავად ესტონეთში რეფორმის შედეგები გასაოცარია, ვინაიდან ხანგრძლივ პერსპექტივაში მაკროეკონომიკური პარამეტრები მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა. თუმცა, საქართველოში რეფორმა უამრავ ფაქტორთან და მოსაზრებასთან იყო დაკავშირებული. რეფორმამ ქვეყანას მცისიერი შედეგი ვერ მოუტანა, თუმცა ინვესტორებისადმი მისი იმიჯის ნაწილად კვლავ რჩება. უახოეს და ხანგრძლივ პერსპექტივაში რეფორმამ ქვეყანას სტაბილური ეკონომიკური ზრდა უნდა

მოუტანოს, მაგრამ უეცარ შოკს მოთხოვნა-მიწოდების ჯაჭვის ძირეული შეცვლა შეუძლია, როგორც ეს კოვიდ-19-ის შემთხვევაში მოხდა. გათვლებისა და შეფასებების გაკეთებდამდე ჯერ კიდევ შორია. ქვეყნის მიერ აქციზის გაზრდის გადაწყვეტილება ნეგატიურად იქნა შეფასებული, მაშინ როდესაც შემოსავლების კლება ადმინისტრაციული და ბიუროკრატიული ხარჯების შემცირებით უნდა დაბალანსებულიყო, რაც მთავრობის მოქმედებას საზოგადოებისა და ბიზნესის საქმიანობაში ჩარევის ზოგიერთ ასპექტში უფრო მოქნილს გახდიდა. ამავდროულად, სასურველია დაინტერესებულმა მხარეებმა სათანადო მოლოდინები და პროგნოზები იქონიონ და რესურსების ხარჯვიდან მაქსიმალური სარგებელი მიიღონ. რეფორმის განხორციელებას დრო და ფისკალური დანახარჯები ახლავს თან, ხოლო სწორ მოლოდინს ილუზიების გაფანტვა შეუძლია, თუ ის პოლიტიკური გავლენისგან თავისუფალია. სწორედ ამიტომ, რეფორმისადმი მოლოდინები მთავრობის, ბიზნესისა და საზოგადოების მხრიდან გაზვიადებული ჩანს.

ბიბლიოგრაფია:

1. EPRC. 2020. "Economic Policy Research Center." <http://eprc.ge>. May 1. Accessed 04 19, 2021. [http://eprc.ge/index.php?m=11&news\\_id=239](http://eprc.ge/index.php?m=11&news_id=239). [უკანასკნელად გადამოწმდა 11.04.2021];
2. Forbes Magazine, 2009. Forbes. March 11. Accessed 04.11.2021. <https://www.forbes.com/global/2009/0413/034-tax-misery-reform-index.html?sh=568d2a8143b3> [უკანასკნელად გადამოწმდა 11.04.2021];
3. Formaini, Robert. "Theory of Free International Trade." Economic Insights: Federal Reserve Bank of Dallas 3-9, 2013;
4. Georgian Tax Code, 2018. 2018. [www.matsne.gov.ge](http://www.matsne.gov.ge). March 23. Accessed 04 21, 2021. <https://www.matsne.gov.ge/en/document/view/1043717?publication=152>. [უკანასკნელად გადამოწმდა 11.04.2021];
5. Geostat.ge. 2020. [geostat.ge](http://www.geostat.ge). 12 9. Accessed 04 13, 2021. [http://www.geostat.ge/?action=page&p\\_id=2230&lang=geo](http://www.geostat.ge/?action=page&p_id=2230&lang=geo);
6. GeoStat.ge. 2020. <http://www.geostat.ge>. 12 09. Accessed 03 31, 2021. [http://www.geostat.ge/?action=page&p\\_id=2230&lang=geo](http://www.geostat.ge/?action=page&p_id=2230&lang=geo). [უკანასკნელად გადამოწმდა 11.04.2021];
7. Nika Gilauri, Practical Economics. London: Palgrave Macmillan. 2017;
8. Practical Economics: Economic Transformation and Government Reform in Georgia 2004–2012. London: Palgrave Macmillan. 2017;
9. Government of Georgia. 2016. Government of Georgia, Budget Monitory, 2016. Tbilisi: mof.ge;
10. Gregorio, Jose De , and Jong-Wha Lee. 1998. "How does foreign direct investment affect economic growth?" Journal of international Economics 45 (1): 115-135;
11. Mark Kantsukov, and Priit Sander. "A LESSON IN VALUATION FROM ESTONIA: THE DIFFERENCE BETWEEN THE FUNDAMENTAL VALUE OF EQUITY UNDER DISTRIBUTED AND TRADITIONAL PROFIT TAXATION SYSTEMS." BUSINESS: THEORY AND PRACTICE. 2018;
12. Markus Leibrecht, and Christian Bellak. "Do low corporate income tax rates attract FDI? – Evidence from Central- and East European countries." Applied Economics, 41 2691–2703. 2009;
13. Livny, Eric, and Maya Grigolia. <http://iset-pi.ge>. 12 09. Accessed 03 25, 2021. <http://iset-pi.ge/index.php/ka/iset-economist-blog/entry/estonia-inspiring-georgian-reformers-1>, 2016;
14. Giorgi. Maldzigashvili, Governing for Growth in Geogria, Governing for Development. Report, Tbilisi: USAID in Georgia. 2019;
15. Masso, Jaan, Jaanika Meriküll, and Priit Vahter. "Gross Profit Taxation Versus Distributed Profit Taxation and Firm Performance: Effects of Estonia's Corporate Income Tax Reform.", 2011;
16. ministry of finance. Fiscal Policy and EU practice. Tbilisi: Ministry of Finance. 2016. <https://mof.ge/images/File/public%20finances%20in%20Geo/Fiscal%20Governance%20%20study%20GEO%20sabooloo.pdf>. [უკანასკნელად გადამოწმდა 12.04.2021];
17. MoF. 2021. [matsne.gov.ge](http://www.matsne.gov.ge) - Georgia Tax Code. March 23. Accessed 03 25, 2021. <https://www.matsne.gov.ge/en/document/view/1043717>. უკანასკნელად გადამოწმდა 11.04.2021];
18. OECD. 2014. Fundamental principles of taxation. Paris: OECD Publishing;
19. OECD. 2020. Tax and Fiscal Policy in Response to the Coronavirus Crisis: Strengthening Confidence and Resilience. Paris: OECD Publisher;
20. PMC Research Centre. 2016. Regulation Impact Assessment - Profit Distribution Model so called Estonian Model. Tbilisi: PMC Research Centre. [https://idfi.ge/public/upload/Meri/Tako%20Iakobidze/november\\_8\\_ppd\\_workshop\\_idfi\\_\\_pmcg\\_presentati on.pdf](https://idfi.ge/public/upload/Meri/Tako%20Iakobidze/november_8_ppd_workshop_idfi__pmcg_presentati on.pdf). [უკანასკნელად გადამოწმდა 11.04.2021];
21. PwC. Doing Business and Investing in Georgia. Tbilisi: PwC. 2019. [https://www.pwc.com/ge/en/assets/pdf/Doingbusiness\\_2019\\_Final.pdf](https://www.pwc.com/ge/en/assets/pdf/Doingbusiness_2019_Final.pdf). [უკანასკნელად გადამოწმდა 12.04.2021];
22. PwC, and World Bank. 2020. Paying Taxes Index. Brussels: World Bank Group;
23. PwC, and World Bank. 2016. Paying Taxes Index. Brussels: World Bank Group;
24. Vahter, Priit, Jaanika Meriküll, and Jaan Masso. 2011. "Gross profit taxation versus distributed profit taxation and firm performance: effects of Estonia's corporate income tax reform." Working Papers of Eesti Pank. No. 2/2011 3-48.

## თანამედროვე მიდგომები სამედიცინო საქმიანობის მარკეტინგში

ლევან ლაზვიაშვილი,

მოწვეული ლექტორი,

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

### აბსტრაქტი.

სამედიცინო სტატიაში გადმოცემულია კომერციულ სფეროში თანამედროვე მარკეტინგის პრაქტიკული მიდგომები. ბაზარზე ორიენტირებული მენეჯმენტი ფოკუსირებულია სწორედ სოციალური მარკეტინგის განვითარებაზე, შესაბამისად ნაშრომში ასახულია საბაზრო-სოციალური აქტივობის შეფასების მექანიზმის მოდელი. მიზნობრივ ბაზარზე ეფექტური პოზიციონირების მიზნით მნიშვნელოვანია ადეკვატური საინფორმაციო მარკეტინგის განხორციელება, რაც წარმოადგენს მოტივს კომუნიკაციურ პოლიტიკასთან მიმართებაში კვლევითი ჰიპოთეზის დამუშავებისა. წარმოდგენილ სტატიაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს დათმობილი სასაქონლო, საფასო, გასაღებითი და კომუნიკაციური პოლიტიკის ფაქტორებს, რომლებიც გავლენას ახდენენ სამომხმარებლო ფასეულობის ფორმირებაზე. სამედიცინო საქმიანობაში „მარკეტინგული სრულყოფილების“ პროგრამის შემუშავება მოიცავს იმ პრინციპების კომბინაციას, რომლებზეც უნდა იყვნენ მარკეტოლოგები ფოკუსირებულნი კონკურენტულ გარემოში. მარკეტინგული კომპეტენტურობა უზრუნველყოფს კომპანიაში მომხმარებელზე ორიენტირებული კომუნიკაციურ-ქვევითი კლიმატის ფორმირებას. სამედიცინო ობიექტის მარკეტინგის მართვა ეფუძნება თანამედროვე მარკეტინგის კონცეფციას, რაც გულისხმობს ახალი საბაზრო აზროვნების ფორმირებას, კომპანია და ბაზარს შორის კომუნიკაციური კავშირების განვითარებას. მარკეტინგის მართვა შეიძლება განხილული იქნეს, როგორც საწარმო-გასაღებითი საქმიანობის ორგანიზაციის ღონისძიებათა კომპლექსი, რომლის საფუძველია ბაზრის პროგნოზირება და შესწავლა მოგების მაქსიმიზაციის მიზნით სამომხმარებლო მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ხარჯზე. ბიზნესში მარკეტინგის მართვა უკავშირდება კომპანიის შესაძლებლობებსა და საბაზრო გარემოს მოთხოვნებს შორის შეთანხმებულობას, სასურველი შედეგის მისაღებად. სტატიაში კრებსითად ყურადღება გამახვილებულია მარკეტინგის მართვის ეფექტიანობის განმაპირობებელ პრინციპებზე - ურთიერთსარგებლიანობა (კომპანიის ხედვით ფინანსური მდგრადობისა და კონკურენტული უპირატესობის უზრუნველყოფა და მომხმარებელი ხედვით სათანადო ფასეულობის მიღება), სტრატეგიული ორიენტაცია (ბაზრის განვითარებისა და საქონლის სრულყოფის ზრდის შესაძლებლობების პრაქტიკული რეალიზაცია, მკაფიოდ ფორმულირებულ სტრატეგიასა და ეფექტურ ტაქტიკურ ქმედებებს შორის ოპტიმალური თანაფარდობის უზრუნველყოფა), მოთხოვნის ინდივიდუალიზაცია (სოციალური კავშირის განვითარების მექანიზმის ამოქმედება - პერსონალური მარკეტინგის როლი ცალკეულ ინდივიდუუმებთან ადაპტირებული საბაზრო ოპციის შემუშავებაში), მარკეტინგული ინტეგრაცია და ბენეფიტარკინგი. თანამედროვე პირობებში მნიშვნელოვანია მარკეტინგის სამსახურის პრიორიტეტული როლის წარმოჩენა და შესაბამისად, ორგანიზაციის ყველა სტრუქტურული ქვედანაყოფის მიზნები შესაბამისობაში უნდა მოდიოდეს მარკეტინგის სამსახურის პრიორიტეტებთან, ვინაიდან სამომხმარებლო ინტერესების პრევალირება და მათი უპირატესობების გაცნობიერება განაპირობებს საბოლოო ჯამში მოქნილ საბაზრო პოზიციონირებასა და ლეგიტიმაციას - საჯარო აღიარებას.

**საკვანძო სიტყვები:** მარკეტინგის ფილოსოფია. სოციალური მარკეტინგი. კვლევის ჰიპოთეზა. ანალიტიკური სეგმენტაცია. საბაზრო რესტრუქტურია. “მარკეტინგული სრულყოფილება”.

## შესავალი.

მარკეტინგის თანამედროვე ფილოსოფია ფოკუსირებულია სამომხმარებლო და აქციონერული ფასეულობის შექმნაზე. წარმატების უზრუნველსაყოფად განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება საგარეო ორიენტაციას. ფირმა ადაპტური მმართველობის შედეგად ახორციელებს საბაზრო სივრცეში ცვლილებების მართვას. ფირმის მთავარი აქტივია მყიდველი, რომელიც შესაბამისად ფლობს საბაზრო ძალაუფლებას. მარკეტინგული გადაწყვეტილების ფოკუსში ექცევა მომგებიანი მყიდველების აქტივობის უზრუნველყოფა. ეს გარემოება შესაბამისად განაპირობებს კომპანიის მხრიდან რესურსების განაწილებას სამომხმარებლო სეგმენტების მიხედვით. ბაზრის შესწავლის შედეგად იდენტიფიცირებული სამომხმარებლო შთაბეჭდილებები გარდაიქმნება კონკურენტულ უპირატესობად. ინტეგრირებულ გლობალურ ეკონომიკაში გონივრული მიზანი მდგომარეობს საგარეო ცვლილებებზე პროაქტიურ ზემოქმედებაში - საინფორმაციო მარკეტინგის განხორციელებაში, რომლის თანახმად ცვლილებები ასოცირდება ხელსაყრელ შესაძლებლობებთან. ფირმისთვის აუცილებელია მყიდველის ინდივიდუალური გაგება. სწორედ კოგნიტიური სივრცის პერსონალიზაცია არის ფასეულის არჩევის ძირითადი კონტექსტი.

### 1. საბაზრო-სოციალური აქტივობის მოდელი.

სოციალური მარკეტინგის ხედვა გარკვეულწილად ავალდებულებს კომპანიებს, რომ აქტიურად ჩაერთონ სოციალური ღონისძიებების რეალიზაციაში. აღნიშნული გარემოება შესაბამისად მეტყველებს მჭიდრო კავშირზე კომპანიის ეკონომიკურ ზრდასა და სოციალური პოტენციალის ზრდას შორის. ასეთ კოპერაციაში კი ბუფერის როლს თამაშობს ორგანიზაციული კულტურისა და სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების ფაქტორები.

წარმოგიდგენთ საბაზრო-სოციალური აქტივობის შეფასების მექანიზმის მოდელს, რომლის მთავარი ორიენტირია მიზნობრივ ბაზარზე კომპანიის რეალური შესაძლებლობების შეფასება კონკურენტული რეალიების გათვალისწინებით. აღნიშნული მოდელი მოიცავს შემდეგ მიმართულებებს:

1. საბაზრო ბიზნესის მაკროეკონომიკური შეფასება - სახელმწიფოს პოლიტიკურ-ეკონომიკური ფაქტორების გავლენა საინვესტიციო კლიმატზე და კომპანიის განვითარების პერსპექტივაზე.
2. საბაზრო მდგრადობის უზრუნველყოფა - ბიზნესის საბაზრო შეფასება განსაზღვრავს ფინანსური სტრატეგიების მკაფიო ორიენტირებს და ფინანსურ მიმზიდველობას.
3. კომპანიის სამომხმარებლო პოტენციალის ანალიტიკა.
4. სოციალურ-კულტურული პასუხისმგებლობის განვითარების უზრუნველყოფა.

5. მომხმარებლის მომსახურების ხარისხის შეფასება (საგარეო კომუნიკაციის ანუ მომხმარებლის აღქმის უზრუნველყოფა).
6. სოციალურ ღონისძიებებში მონაწილეობის ეფექტის განსაზღვრა.
7. შედეგების შეფასება და ეფექტიანობის ანალიზი.
8. კონტროლი და რეგულირება.

თანამედროვე პირობებში საბაზრო რეალიებიდან გამომდინარე მიზანშეწოლია განვიხილოთ ანტიკრიზისული ორგანიზაციული მართვის თემატიკა:

1. ორგანიზაციული აუდიტი და დიაგნოსტიკა - კონტროლის სისტემის არარსებობა, ბიზნეს-პროცესების შიდა სტანდარტიზაცია, რაც შესაბამისად წარმოშობს წარმოებასა და მარკეტინგს შორის კავშირის ანულირებას, საინფორმაციო ქაოსი<sup>1</sup> და კომუნიკაციური სიძნელე, ადამიანური რესურსების არაეფექტური მართვა.
2. ანტიკრიზისული ღონისძიებები - წარმოებისა და გასაღების კონტროლი, ორგანიზაციული სტრუქტურის გამარტივება - ფოკუსირება სასაქონლო და საბაზრო სტრუქტურების ოპტიმალურ თანაფარდობაზე.
3. ანტიკრიზისული ღონისძიებების ეფექტიანობა - ორგანიზაციული კულტურის რეფორმირება საბაზრო ადაპტაციის მიმართულებით, სავაჭრო პერსონალის გუნდში ჩართულობა, ეფექტური ბიზნეს-პროცესების იდენტიფიკაცია.

## 2. კვლევის ჰიპოთეზა.

### 2.1 სამომხმარებლო უპირატესობის იდენტიფიკაცია.

წარმოდგენილია კვლევის ჰიპოთეზა, რომელიც უკავშირდება საკომუნიკაციო სივრცეში გასათვალისწინებელ ძირითად კითხვარს:

- ✓ რას ფიქრობენ მომხმარებლები საკუთარი კომპანიის და კონკურენტის პროდუქტებზე?
- ✓ მათი აზრით რას წარმოადგენენ კონკრეტულად კომპანიის მიერ შეთავაზებული ფასეულობები?
- ✓ რატომ მიმართავენ მომხმარებლები ბრენდის მიგრაციას?
- ✓ რატომ ინარჩუნებენ მომხმარებლები ბრენდისადმი მტკიცე ლოიალობას?
- ✓ რამდენად ინტენსიურად მოიხმარენ მომხმარებლები მოცემულ პროდუქტს?
- ✓ როგორ ყიდვას ანიჭებენ უპირატესობას?
- ✓ ვინ იღებს გადაწყვეტილებას ყიდვის პროცესში და როგორ აისახება ყიდვაზე გავლენის ეფექტი?

### 2.2 მარკეტინგული იერარქიული კომპეტენცია.

<sup>1</sup> ნ. კაპონი, მარკეტინგის მართვა „პიტერი“. 2010. გვ. 114.

**ცხრილი. მარკეტინგის მართვის დონეები.**

ზედა დონე	საშუალო დონე	ფუნქციონალური დონე
კომპანიის მისიის შესრულება.	მარკეტინგული სტრატეგიის დამუშავება.	კავშირი წარმოებასა და მარკეტინგს შორის.
კომპანიის პოლიტიკის შემუშავება საბაზრო რეალიების გათვალისწინებით.	მარკეტინგული ტაქტიკის დამუშავება.	მარკეტინგის გეგმის ოპერატიული რეალიზაცია.
სოციალურ-ეთიკური მარკეტინგული ფილოსოფიის ფორმირება.	მარკეტინგული საინფორმაციო სისტემის შექმნა - ინფორმაციის სტრუქტურირება საექსპორტო განყოფილებებს შორის.	სასაქონლო - საფასო პროგრამის განხორციელება. სასაქონლო მარაგების მენეჯმენტი.
მიზნობრივი მყიდველების უპირატესობითი არეალის სრულყოფა.	დაინტერესებულ ჯგუფებთან ეფექტური მარკეტინგული კომუნიკაციების ფორმირება.	სავაჭრო პერსონალის რეაგირება საბაზრო ცვლილებებზე.
გლობალური პროდუქტისა და ბაზრის არჩევა.		წარმოებისა და მიწოდების გრაფიკების შემუშავება.
სიტუაციური ხედვა ბაზრის პირობებში.		

**2.3 კონკურენტი კომპანიების კვლევა.**

როცა საუბარია ბაზრის კვლევაზე, თანამედროვე პირობებში ცალკეული ტიპის კომპანიებისთვის დამახასიათებელია შემდეგი ინდიკატორები.

ლიდერი	ლიდერის მიმდევარი	სეგმენტისტი
პროდუქტზე ინტელექტუალური საკუთრების უფლება	არსებული საქონლის განვითარება და დამატებითი სრულყოფა	ანალიტიკური სეგმენტაცია - უნიკალური სამომხმარებლო მოთხოვნილების გამოვლენა
ახალი საქონლის შექმნის კვლევა და ინოვაციური პროდუქტის შექმნის რისკი	სასაქონლო დიფერენცირების უნარი	დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნილების შესწავლა
ბაზრის განვითარების დაფინანსება	ბაზრის ინტუიციური გაგება	ბაზრის მოდულარული პროექტირება

კონკურენციის გარემოს კვლევა: 1. იდენტიფიკაციასთან მიმართებაში - თანამედროვე ეტაპზე არსებული კონკურენტების ვინაობა და სამომავლოდ პოტენციური კონკურენტების ვინაობა; 2. აღწერასთან მიმართებაში - რა შესაძლებლობები და პრობლემები აქვთ

კონკურენტებს; 3. შეფასებასთან მიმართებაში - რომელ სტრატეგიულ ალტერნატივებს ფლობენ კონკურენტები; 4. პროგნოზთან მიმართებაში - როგორი მოლოდინია კონკურენტების ქმედებებისგან მოკლევადიან და გრძელვადიან პერსპექტივაში; 5. მართვასთან მიმართებაში - როგორ უნდა აიძულო კონკურენტი გააკეთოს ის, რაც ხელსაყრელი იქნება კომპანიისთვის.

### 3. ანტიკრიზისული ბრენდინგი.

ბაზარზე ეფექტური პოზიციონირების მნიშვნელოვან ატრიბუციას წარმოადგენს ბრენდის რაციონალიზაცია. როცა ვსაუბრობთ ბრენდის პრეზენტაციაზე, აქ ყურადღება უნდა იქნეს აღებული შემდეგ კატეგორიებზე:

1. რეალიზაცია (ბაზრის წილი, სამომხმარებლო აქტივობა და მომგებიანობის უზრუნველყოფა); 2. ბრენდის იმიჯი და იდენტობა (უნიკალურობა, ხარისხი და შედარებითი უპირატესობა);

3. მარკეტინგული მხარდაჭერა ( რეკლამა, დისტრიბუცია და ფასი). მყიდველის მიერ ახალი საქონლის მიღებას განაპირობებს შემდეგი ფაქტორები: უპირატესობა - შეთავაზებული სარგებლის მასშტაბიზაცია; კავშირი წარსულ გამოცდილებასა და ცხოვრების თანამედროვე სტილს შორის; ფსიქოლოგიური და სოციალური რისკის შემცირება.

ამასთან განხილულია ანტიკრიზისული ბრენდინგის კონტენტი. უპირველეს ყოვლისა უნდა დასახელებული იქნეს დიაგნოსტიკა, კერძოდ ის მიზეზები, რამაც ბიძგი მისცა კრიზისული სიტუაციის გამოვლენას ბრენდინგის მარკეტინგში: ბაზრის წილის შემცირება და ბრენდზე სამომხმარებლო მოთხოვნის დაქვეითება. ამის შემდეგ გადავდივართ სტრატეგიულ კორექციაზე, რომელიც თავის მხრივ მოიცავს: ფირმის სტრატეგიული რუქის გარდაქმნას, ბრენდის პორტფელის მარკეტინგულ ანალიზს კონკურენტული პოზიციონირების მიზნით. ანტიკრიზისული ღონისძიებები: ბრენდის კონკურენტული ანალიზი, სამომხმარებლო ლოიალობის პროგრამის უზრუნველყოფა, ეფექტური სამომხმარებლო და სასაქონლო მარკეტინგის განხორციელება, რესურსების ოპტიმიზაცია. ეფექტი: ბაზრის სტაბილიზაცია, ბრენდინგში მარკეტინგული ინვესტირების უკუგება, სამომხმარებლო კმაყოფილების უზრუნველყოფა.

საბაზრო გარემოს ტურბულენტობა<sup>2</sup> პირველ რიგში მიანიშნებს მიზნობრივი აუდიტორიისთვის მიზანმიმართული გზავნილების ფორმირებას. სამომხმარებლო ფასეულობა სწორედ უზრუნველყოფილია განმამტკიცებელი და პასუხისმგებლური მარკეტინგის განხორციელებით. როცა კომპანიას შეხება აქვს არსებული მყიდველების მიზნობრივ ჯგუფთან, ასეთ შემთხვევაში მისი მთავარი საბაზრო და კომუნიკაციური მიზანია მათი შენარჩუნება და თვითდაჯერებულობის განმტკიცება - გრძელვადიანი გარიგების უზრუნველყოფის მიზნით. კონკურენტების მყიდველებთან მიმართებაში მთავარი აქცენტი კეთდება მათ გადმობირებაზე და მომხმარებლებისთვის შედარებითი უპირატესობის შეთავაზებაზე. არმოსარგებლეთა მიზნობრივ ჯგუფთან მიმართებაში კი ორიენტირი აღებულია სამომხმარებლო ცნობიერების ფორმირებაზე და ახალი საბაზრო პოზიციის იდენტიფიკაციაზე.

<sup>2</sup> ჟ. ლამბენი, მენეჯმენტი, ორიენტირებული ბაზარზე. „პიტერი“. 2007. გვ. 145.



**ცხრილი.** სამომხმარებლო ფასეულობის ფორმირებაზე მოქმედი ფაქტორები.

სასაქონლო პოლიტიკის ფაქტორები	გასაღებითი პოლიტიკის ფაქტორები	საფასო პოლიტიკის ფაქტორები	კომუნიკაციური პოლიტიკის ფაქტორები
სასაქონლო ინოვაცია და სასაქონლო პორტფელის ოპტიმიზაცია.	განაწილების არხების ოპტიმიზაცია.	სოციალურ - კომერციული ფასის დასაბუთება.	გაყიდვის პერსონალიზაცია
სასაქონლო პოზიციონირება ბაზარზე.	სამომხმარებლო ბაზის გაფართოება.	საფასო რეკუტაციის უზრუნველყოფა.	სამომხმარებლო აუდიტორიასთან ინფორმირებულობა.
ბრენდის იდენტობა და განსაკუთრებული უპირატესობა.	შეკვეთის პორტფელის ოპტიმიზაცია და საბაზრო რესტრუქტურირაცია.	„ლოგისტიკის ოპტიმალური რეჟიმის უზრუნველყოფა და რესურსების მიზნობრივი გამოყენება.	საბაზრო ცნობადობის უზრუნველყოფა.
კომპანიის შიგნით ბრენდებს შორის უპირატესობის გამოვლენა.			

ფირმა ბრენდისადმი ლოიალობას ქმნის შემდეგი ფაქტორების ხარჯზე: მიზნობრივი ბაზრისთვის ბრენდის სწორი იდენტობის არჩევა; კომპანია თავის ბიზნეს-პარტნიორებთან ერთად ქმნის შესაძლებლობას, რომ შეიქმნას სათანადო მოტივაცია ბრენდიდ იდენტობის მხარდასაჭერად; ბრენდის კორექტირება.

#### 4. მარკეტინგის სამსახური.

მარკეტინგის სამსახურმა უნდა უზრუნველყოს შემდეგი მიმართულებების შესრულება: უმაღლესი ხელმძღვანელობის უზრუნველყოფა მიზნობრივი ბაზრების ათვისების რეკომენდაციებით კონკურენციისა და კომპანიის რეალური ძალების გათვალისწინებით; კომერციული წარმატების უზრუნველმყოფი სტრატეგიების თანამიმდევრული რეალიზაცია; ოპტიმალური სასაქონლო ასორტიმენტის ფორმირება; განაწილების მარკეტინგის ოპტიმალური რეჟიმის გამოყენება; შეკვეთების ოპტიმალური პორტფელის დამუშავება; ორგანიზაციული კულტურის შემდგომ სრულყოფაში სამომხმარებლო ღირებულებების გათვალისწინება.

მარკეტინგის სამსახურის ტრანსფორმაციასა და რესტრუქტურირაციას განაპირობებს შემდეგი ფაქტორები: მარკეტინგის მიზნებისა და ამოცანების სისტემის დამუშავება; მარკეტინგის სამსახურის შექმნის კრიტერიუმების ანალიტიკა; საბაზრო გარემოში სიტუაციური ცვლილებები. რესტრუქტურირაცია ერთობლიობაში მოიცავს საინფორმაციო და ორგანიზაციული სტრუქტურების ცვლილებებს ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობის წარმატებული მიღწევის მიზნით. ეფექტური მარკეტინგის სამსახურის შექმნა

განპირობებულია შემდეგი პროცესებით: პერსონალური პასუხისმგებლობით, კორპორაციული კულტურით, მოთხოვნაზე ორიენტაციით, მმართველობითი გადაწყვეტილებების კოორდინირებით. მარკეტინგის სამსახურმა უნდა შეიმუშაოს აუდიტის რაციონალური სქემა, რომლის თანახმადაც პასუხი უნდა გაეცეს შემდეგ კითხვებს ცალკეული მიმართულებების მიხედვით:

1. მარკეტინგული გარემო - რა ცვლილებები ხდება მომხმარებლების, კონკურენტებისა და მიწოდებელი კომპანიების ფოკუსში? როგორი პოლიტიკურ-სამართლებრივი ტენდენციები ახდენენ გავლენას დარგის მდგომარეობაზე? როგორ აისახება აღნიშნული ცვლილებები კომპანიის საქმიანობის შედეგებზე?

2. საბაზრო მიზნები და საბაზრო სტრატეგია - რამდენად რეალურია კომპანიის მენეჯმენტის მიერ დასახული მიზნები და რამდენად მკაფიოდ არის ფორმულირებული საბაზრო სტრატეგია? 3. მარკეტინგის ორგანიზაცია - რამდენად შეთანხმებულად არის ფორმულირებული თანამდებობრივი მოვალეობები?

4. მარკეტინგული სისტემა - რამდენად ეფექტურია ფირმის მარკეტინგული სისტემები: ახალი საქონლის დამუშავება, მარკეტინგული კვლევა, მომხმარებლების დაკმაყოფილების ხარისხი, გაყიდვის პროგნოზირება, საინფორმაციო ბაზის სექმნა?

5. მარკეტინგული პროდუქტიულობა - რამდენად მომგებიანია არჩეული სემენტი, რამდენად აუცილებელია დამატებითი მარკეტინგული ძალისხმევა ახალი სამომხმარებლო ჯგუფის მოსაზიდად? როგორ უნდა გადაანაწილოს ფირმამ რესურსები მარკეტინგ-მიქსის ელემენტებს შორის?

6. მარკეტინგის განხორციელება - როგორ გამოიყურება ფირმის საბაზრო წინადადება? ხელს უწყობს თუ არა მარკეტინგ-მიქსი საბაზრო სტრატეგიის რეალიზაციას? რამდენად თანხვედრაშია მარკეტინგ-მიქსი საბაზრო სტრატეგიასთან?

მარკეტინგის სამსახურის ეფექტიანი საქმიანობა მნიშვნელოვნად არის განპირობებული კომპანიაში შექმნილი ორგანიზაციული კულტურით, რომლითაც აქცენტირებულია ის გარემოება, რომ მენეჯმენტი მაქსიმალურად უნდა ეცადოს, რომ ორგანიზაციაში ხელი შეუწყოს დამფუძნებლისა და მომხმარებლის ფასეულობითი ორიენტირების თანხვედრასა და მათ შორის არსებული განსხვავებების მინიმიზაციას.

თანამედროვე ეტაპზე სწორედ მარკეტოლოგის სუბკულტურა უზრუნველყოფს ჰიბრიდული კულტურის შექმნას, რომლის დროსაც ადაპტირებულია სამომხმარებლო და კომპანიის ბიზნეს-ფასეულობები. საბაზრო ორიენტაციით უზრუნველყოფილია კულტურული ღირებულებების ინტეგრაცია.

#### 4.1 ინოვაციური მარკეტინგი.

თანამედროვე პირობებში პრიორიტეტული ყურადღება ექცევა მოთხოვნის შექმნას, როცა თავად კომპანია ეხმარება მომხმარებელს ახალი მოთხოვნილების იდენტიფიკაციაში. პირველ რიგში, კომპანია განსაზღვრავს პროექტის დანიშნულებას და ახორციელებს პროექტის აღწერას. ამასთან დაკავშირებით მან უნდა შეისწავლოს მომხმარებლების აზრი და მოახდინოს მათი შეხედულებების ტრანსლაცია სპეციფიურ შიდა მოთხოვნილებებში.

ამ შემთხვევაში აქცენტი ადებულია ოპტიმალურ თანაფარდობაზე შიდა მწარმოებლურობასა და საგარეო ეფექტიანობას შორის, შესაბამისად კომპანია ეყრდნობა რა საკუთარ აზრს პოტენციური სამომხმარებლო ფასეულობის შესახებ, იგი ვალდებულია აიღოს საბაზრო პასუხისმგებლობა. კომპანია ინოვაციური საქმიანობის წარმართვის პროცესში ერთობლივად

არის ორიენტირებული ერთის მხრივ, მომხმარებელზე და მეორეს მხრივ, ბიზნეს-პროცესებზე. საბაზრო კრეატივის მნიშვნელოვანი ინდიკატორია კორპორატიული ტოლერანტობა<sup>3</sup> ფულთან და დროსთან მიმართებაში.

მარკეტოლოგთა გუნდმა მკაფიოდ უნდა წარმოაჩინოს, თუ ვინ არის მომხმარებელი და ბაზრის რომელი სეგმენტი უნდა იყოს დაკავებული. კრეატიული მარკეტინგის წარმატება მნიშვნელოვანწილად არის განპირობებული სამომხმარებლო ენთუზიაზმით. გუნდმა წინასწარ უნდა შეაფასოს ბაზრის ზრდის ტემპი და საბაზრო უსაფრთხოების ხარისხი.

ახალი მიდგომით სამეწარმეო საქმიანობაში აქცენტი კეთდება შემდეგ ცვლილებებზე:

1. ორგანიზაცია სამომხმარებლო სეგმენტის მიხედვით, ნაცვლად სასაქონლო ერთეულებისა.
2. ფუნქციების დელეგირება აუტსორსინგში.
3. ახალი უპირატესობის ძიება, ნაცვლად ძველი საბაზრო პოზიციის შენარჩუნებისა.
4. „ადამიანური კაპიტალის“ განვითარება.
5. ბრენდინგი ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების გამოყენებით.
6. „მყიდველის წილის“ განვითარება.
7. საბაზრო ინტეგრაცია.
8. ცვლილებები ასოცირდება ხელსაყრელ შესაძლებლობებთან, ნაცვლად იმისა, რომ ცვლილებები ასოცირდებოდა პრობლემასთან.
9. პროაქტიური მარკეტინგი.
10. რისკის პროფილის შეფასება.

ბაზარზე არსებული სიტუაციების კვლევა უკავშირდება შემდეგ ძირითად პრობლემატიკას:

1. გაყიდვის შედეგები არ შეესაბამება დაგეგმილს.
2. სავაჭრო წარმომადგენლები არ აქცევენ სათანადო ყურადღებას და არ სწევენ საკმარის ძალისხმევას ეფექტური გაყიდვების განსახორციელებლად.
3. პროდუქტი არ აკმაყოფილებს მომხმარებლის უპირატესობებს.
4. კომპანია არ ფლობს საკმარის ინფორმაციას მომხმარებლის ქცევის შესახებ - საინფორმაციო ბაზა სამომხმარებლო პროფილის შესახებ.

## დასკვნა

„მარკეტინგულმა სრულყოფილებამ“ უნდა უზრუნველყოს კომპანიის თავის დაღწევა „ლობისტური კონკურენციისგან“. „პიროვნულ კრიზისთან“ შეჯახება განაპირობებს კონკურენტული პოზიციის დაკარგვას. შესაბამისად აღნიშნულმა გეგმამ მიზნად უნდა დაისახოს სავაჭრო ბაზის გაფართოება განსხვავებულ ბიზნეს-ერთეულებში ტრადიციულ უპირატესობაზე დაყრდნობით ( მარკეტინგის და ფინანსური ძალა). კომპანიაში სასურველია შეიქმნას სტრატეგიული დაგეგმვის კორპორატიული კომიტეტი, რომელშიც შევლენ სავაჭრო, სადაზღვევო და უძრავი ქონების მართვის განყოფილებების ხელმძღვანელები.

ბიზნესის განვითარების დირექტორი პასუხისმგებლობას იღებს ბიზნეს-გეგმის დამუშავებაზე და მარკეტინგული სტრატეგიების რეალიზაციაზე. უპირატესად მარკეტინგული მეტოქეობის მინდორზე ბრძოლას აწარმოებენ „უფერო კაპიტნები“, რომლებიც არ იქცევენ განსაკუთრებულ ყურადღებას. ბევრი კორპორაციის ბოსი იმალება ორ ფილოსოფიას შორის - დივერსიფიკაციასა და დეცენტრალიზაციას შორის.

<sup>3</sup> ჯ. პირსი, სტრატეგიული მენეჯმენტი. „პიტერი“. 2013. გვ.458.

ბიზნესი მოითხოვს მენეჯმენტის პასუხისმგებლობას მარკეტინგული პროგრამის დაგეგმვასა და შესრულებაზე. დეცენტრალიზაცია ბიზნესმენს აღუძრავს სურვილს, რომ თავი აარიდოს დამატებით რისკს. მენეჯერებმა კარგად იციან, თუ როგორ უნდა განსაზღვრონ საკუთარი მდგომარეობა კომპანიაში. თუ მისი განთავისუფლება შესაძლებელია იმის გამო, რომ მან ვერ მიაღწია მარკეტინგის მიზნებს, ეს ნიშნავს, რომ ის იმყოფება „განთავისუფლების ხაზის“ ქვემოთ.

მარკეტინგის გენერალს უნდა შეეძლოს სტრატეგიის აგება სიტუაციასთან შესაბამისობაში. ზოგი მენეჯერი საქმიანობას იწყებს ძველი სტრატეგიით და შემდეგ ახორციელებს სიტუაციის ანალიზს. მარკეტინგის გენერალმა უნდა აწონოს ყველა ალტერნატივა, მოისმინოს სხვადასხვა აზრი და შემდეგ მიიღოს გადაწყვეტილება. მარკეტინგის გენერალი უნდა ფლობდეს აზროვნების შეუზღუდავ მარაგს, რათა წინ აღუდგეს ხელმძღვანელისგან წამოსულ იძულებით მიდგომას და დაიცვას ალტერნატიული შეჯერებული აზრი. მარკეტინგის ომი წააგავს ბანქოს თამაშს. იგი მზად უნდა იყოს იმოქმედოს ოპერატიულად რისკის შესამცირებლად. ამასთან უნდა შეეძლოს „კაპიტულაციის“<sup>4</sup> გმირულად მიღება.

კომპანიის განვითარების მიმართულების განხილვის მიზნით დამუშავებული უნდა იქნეს კვლევით-შეფასებითი პროცესი, რაც ითვალისწინებს დარგის დივერსიფიცირების, მომგებიანობისა და კომპანიის სიდიდის თემატიკას. კომპანიამ უნდა იმუშავოს სამომხმარებლო პოზიციიდან გამომდინარე. აქედან გამომდინარე, „მარკეტინგული სრულყოფილება“ სასურველია შევუსაბამოთ „ორგანიზაციულ მაჯისცემას“, რაც თავის მხრივ პირდაპირ კავშირშია ეფექტური კომუნიკაციური კლიმატის შექმნასთან.

ბაზარზე ორიენტირებული კომპანია განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს მენეჯმენტის ადაპტური მმართველობის სტილს. კომპანიის ხელმძღვანელობა ორიენტირებულია გრძელვადიან პოზიციონირებაზე და ახორციელებს შესაძლებლობების კაპიტალიზაციას, ხოლო შემდეგ ფულისა და დროის ინვესტირებას მიზნობრივ ბაზარზე წარმატების მიღწევაში. პაბლისიტის რაციონალური გამოყენება უზრუნველყოფს მომხმარებლების გადმობირებას და ახალი შესაძლებლობების ძიებას. მაშასადამე, კომპანიის წარმატება ეფუძნება სამომხმარებლო ცნობიერებით საქმიანობის დირიჟორობას, რასაც მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს ბაზარზე ლიდერობაში.

მარკეტინგის სამსახურის მიერ შემუშავებული პროგრამა „მარკეტინგული სრულყოფილება“ მოიცავს მარკეტინგის სისტემასა და საკადრო სისტემას. ეს პროგრამა არის მოტივატორი საბაზრო ფოკუსის გაძლიერების შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისა. პროგრამის მიზანია მარკეტინგის უპირატესობის დანერგვა ფირმის კულტურაში.

ახალი მარკეტინგული მიდგომით პროგრამის განხორციელების პირველი ნაბიჯია მარკეტინგის პროცესის განვითარება, რომლის თანახმად აქცენტი კეთდება კომპანიის ბრენდებს შორის უპირატესობის გამოვლენაზე და ბრენდ-მენეჯერებისთვის ახალი შესაძლებლობის მიცემაზე.

მარკეტინგის ფილოსოფიური აზროვნება მოიცავს შემდეგ სფეროებს: მყიდველზე ორიენტაცია, ბრენდის ფასეულობის შექმნა და ფასეულობისა და ბრენდის ერთობლივი სტრატეგიული გამოყენება. აღნიშნულის საფუძველზე უზრუნველყოფილი უნდა იქნეს კონკურენტული უპირატესობის მიღწევა. „მარკეტინგული სრულყოფილების“ პროგრამის მნიშვნელოვანი მიმართულება უნდა იყოს მარკეტინგული კომპეტენტურობის უზრუნველყოფა.

<sup>4</sup> ე. რაისი, მარკეტინგული ომები. „პიტერი“. 2004. გვ.57.

გლობალური მასშტაბით პროგრამის რეალიზაციისთვის მნიშვნელოვანია მტკიცე ინფრასტრუქტურის შექმნა. უნიკალური ინოვაციური პროგრამის შექმნის მიზანს სპეციალურ სემინარზე გლობალური დონის მენეჯერთა გუნდის მომზადება. კომპანია ვალდებულია შექმნას სასწავლო საიტი – სავაჭრო წარმომადგენლებისთვის. აღნიშნული გარემოება ეხმარება მათ მყიდველებთან გრძელვადიანი ურთიერთობის დამყარებაში დინამიურ და კონკურენტულ ბაზარზე.

თანამედროვე ეტაპზე კომპანია ახორციელებს ინვესტიციას განვითარებად ქვეყნებში ეკონომიკური ზრდის სტიმულირებისა და ბაზრის მოცვის მიზნით. მისი ამოცანა მდგომარეობს განაწილების არხის ტევადობის გადიდებაში ახალი პარტნიორული შესაძლებლობების განვითარების ხარჯზე. განაწილების არხებს მწარმოებელ კომპანიასთან აქვთ მხოლოდ ძალაუფლების განაწილებასთან დაკავშირებული კონფლიქტი.

მარკეტინგული პროგრამა საწინდარია გრძელვადიანი ეფექტური პოზიციონირებისა. ევროპულ ბაზარზე ინტეგრირებასთან მიმართებაში შესაბამისად მარკეტინგულ პროგრამაში ამოქმედდება „ღია ცის“ სტრატეგია, რაც ბაზრის მოცვის შესაძლებლობებს მისცემს თანამედროვე კომპანიებს. ევროპული ბაზარი კომპანიებისთვის ითვლება „უსაფრთხო ტერიტორიად“. პროდუქცია უნდა გავიდეს ტექნოლოგიური კონვერგენციის ახალ დონეზე და გაეცალოს „გეტო-საზღვრებს“.

კონკურენტულ გარემოში კომპანია მნიშვნელოვან აქცენტს აკეთებს თავდაცვითი პოზიციის გაძლიერებაზე, რომელშიც კომბინირებულია შემდეგი ელემენტები: კონკურენტისგან კლიენტის გადმოზიდება გაცილებით რთულია, ვიდრე მოიზიდო ადამიანი, რომელსაც არჩევანი ჯერ არ გაუკეთებია; გამომდინარე იქიდან, რომ მარკეტინგის „აქილევსის ქუსლად“ შეიძლება მივიჩნიოთ შეუსაბამო წარმოებასა და მარკეტინგს შორის, შესაბამისად პრიორიტეტულია მიზნობრივ ჯგუფზე ორიენტირება დროსა და სივრცეში; „ხახუნის ძალის“ მექანიზმის შედეგად კომპანიებმა მნიშვნელოვან უნდა მიანიჭონ კონკურენტის ძალას. ყველა კომპანია თავს ლიდერად მიიჩნევს, მაგრამ ბაზრის რეალიები სხვა რამეზე მეტყველებს.

კომპანიამ აქცენტი უნდა აიღოს პოზიტიურ აზროვნებაზე და დამარწმუნებელ ინფორმაციულ უზრუნველყოფაზე. მარკეტინგის გენერალმა უნდა განჭვრიტოს არსებული სიტუაცია. ლიდერისთვის მნიშვნელოვანია საბაზრო პოზიციის განმტკიცება და მყიდველის ცნობიერებაში პოზიციონირება. იგი მიმართავს სამარკო ხაზის გამოცოცხლებას, ე.წ. კანიბალიზაციის სტრატეგიას. ასევე ეფექტურია „იძულებითი შემცირება“. ამით ლიდერი კომპანია იცავს ბაზრის წილს.

გამომდინარე იქიდან, რომ თავდასხმის განხორციელება მოითხოვს დროს, ლიდერი გრძნობს „ხახუნის ძალას“ და ვალდებულია, ჯეროვნად შეაფასოს კონკურენტის პოტენციალი. ამისთვის ლიდერი მიმართავს „თამაშების თეორიის“ მეთოდს. უმრავლეს შემთხვევაში ლიდერობის პრეტენდენტი იერიშისგან თავს იკავებს. სარეკლამო სლოგანებით ომში „ფსიქოლოგიური წნეხი“ ლიდერის მხარეზეა. ლიდერი ორიენტირებულია ფინანსურ კონსერვატიზმზე. „ბაზრის მაჯისცემიდან“ გამომდინარე, ლიდერს ყოველთვის უნდა ჰქონდეს საკმარისი ფინანსური რესურსი იერიშის მოსაგერიებლად.

„მარკეტინგული სრულყოფილების“ გეგმა მნიშვნელოვანწილად უკავშირდება „გავლენის პირამიდის“ აგებას, რაც გულისხმობს სამომხმარებლო აუდიტორიის პრიორიტეტულობას, მკაფიო საბაზრო ორიენტაციას და გრძელვადიან ხედვას. პროდუქციამ, რომელიც სარგებლობს მაქსიმალური პოპულარობით, შეიძლება დაკარგოს მყიდველთა კეთილგანწყობა.

სწორედ ამიტომ კომპანიის მარკეტოლოგები მუდმივად იკვლევენ ბაზარზე მარკეტინგულ სიტუაციას, რათა მხედველობიდან არ გამორჩეთ ღია შესაძლებლობა. კომპანიისთვის

მნიშვნელოვანია იმპულსის შენარჩუნება მკვლევართან ურთიერთობის აგებაში და აქციონერული მოგების შენარჩუნებაში. ბაზარზე ორიენტირებული მენეჯმენტი „თავისუფალი სივრცის“ ხელშეწყობი ფაქტორია.

**ბიბლიოგრაფია:**

1. ნოელ კაპონი, მარკეტინგის მართვა. „პიტერი“. 2010;
2. ელ რაისი, მარკეტინგული ომები. „პიტერი“. 2004;
3. ნერემ მალხოტრა, მარკეტინგული კვლევა. პრაქტიკული სახელმძღვანელო. ვილიამსი. 2002;
4. ჟან-ჟაკ ლამბენი, მენეჯმენტი, ორიენტირებული ბაზარზე. „პიტერი“. 2007;
5. ჯონ პირსი, სტრატეგიული მენეჯმენტი. „პიტერი“. 2013.

# ანდამინისტრირება/ მართვა





## განათლების სისტემების ჰიბრიდული და უმაღლესი განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობის მოდელი – ევროკული პერსპექტივა

იანა ოხრიმენკო,  
ანასტასია მენშიკოვა,

ლაზარსკის უნივერსიტეტი, ვარშავა, პოლონეთი

### აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომი ევროპის და აზიის ქვეყნებს შორის განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობის რეგიონთაშორისი და მთავრობათაშორისი მოდელის ეფექტიანობის ევროკული საგანმანათლებლო სისტემის ჰიბრიდული უმაღლესი განათლების სფეროში განხილვას ახორციელებს. ნაშრომის ძირითადი თემის მიხედვით, რეგიონთაშორისი თანამშრომლობის მოდელის წინაპირობას შიდა რეგიონალური ჰიბრიდული უმაღლესი განათლების სფეროში კლასტერული ალგორითმის გამოყენებით შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ევროკული უმაღლესი განათლების სფეროში ოთხი ერთმანეთისგან სრულიად განსხვავებული საგანმანათლებლო სისტემა გააჩნიათ. შესაბამისად, ჩვენი მოსაზრებით, აზიისა და ევროპის ქვეყნებს შორის უმაღლესი განათლების სფეროში ინტეგრირება ცალკეული რეგიონების ნაცვლად მათ ეკონომიკას შორის უნდა მოხდეს.

**საკვანძო სიტყვები:** უმაღლესი განათლება, საერთაშორისო თანამშრომლობა, განათლების სისტემა, ინსტიტუტები, კულტურა.

### შესავალი

აბრეშუმის გზის ახალი პროექტი მსოფლიო ინფრასტრუქტურული ქსელია და თანამშრომლობის ისეთ უამრავ სფეროს მოიცავს, როგორცაა ეკონომიკა, საერთაშორისო ურთიერთობები, უსაფრთხოება, ბიზნესი, მენეჯმენტი, სოციოლოგია, განათლება და ა.შ. აბრეშუმის ახალი გზის (იგივე ერთი სარტყელი, ერთი გზა) პროექტს ევრაზიის კონტინენტის მნიშვნელოვანი ნაწილის გავლით მსოფლიოს მრავალი რეგიონის დაკავშირების უნარი შესწევს. უმაღლესი განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობა ახალი აბრეშუმის გზის პროექტის ერთ-ერთი ძირითადი საყრდენია.<sup>1</sup> წინამდებარე ნაშრომი საერთაშორისო პარტნიორებთან თანამშრომლობისადმი დისციპლინათაშორისი მიდგომის საშუალებით ცდილობს ჩინეთსა და ევროპას შორის უმაღლესი განათლებისა და კვლევის მხრივ თანამშრომლობაზე ახალი აბრეშუმის გზის გავლენის გამორკვევას. ევროპას და ცენტრალურ და აღმოსავლეთ აზიას შორის განათლების სფეროში ინტეგრაცია ეფექტურად მხოლოდ იმ შემთხვევაში შეიძლება ჩაითვალოს, თუ განათლების სისტემაზე გავლენის მქონე ფაქტორებიც იქნება გათვალისწინებული. კვლევის მიზანია ევროპის და აზიის ქვეყნებში განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობის პოტენციური წარმატების შეფასება.

განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობის ტაქსონომია შესაძლოა ურთულესი აღმოჩნდეს. თუმცა, უმაღლესი განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობის სამი

<sup>1</sup> W. Kirby and M. van der Wende, "The New Silk Road: implications for higher education in China and the West? OUP accepted manuscript", "Cambridge Journal of Regions, Economy and Society", 2018.

ძირითადი დონის გამოკვეთა მაინც შესაძლებელია: ინსტიტუციათაშორისი,<sup>2</sup> მთავრობათაშორისი<sup>3</sup> და რეგიონთაშორისი<sup>4</sup> თანამშრომლობა. პირველი, სხვადასხვა რეგიონსა და ქვეყანაში არსებულ უნივერსიტეტებს შორის თანამშრომლობას გულისხმობს. მეორეს, სხვადასხვა ქვეყნის განათლების სისტემათა უნიფიკაცია შესაძლოა ეწოდოს. მესამე კი, სხვადასხვა გეოგრაფიულ არეალში მყოფი ქვეყანათა ჯგუფს შორის რეგიონთაშორისი ჰეტეროგენურობისა და რეგიონშიდა ჰომოგენურობის მაღალი ხარისხის ფონზე ურთიერთთანამშრომლობას გულისხმობს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ინტეგრაცია მსგავსი კულტურული ღირებულებებისა და ინსტიტუციური მოწყობის მქონე ქვეყნებს შორისაა შესაძლებელი. წინამდებარე ნაშრომის ჭრილში განვიხილავთ აზიისა და ევროპის ქვეყნებს შორის უმაღლესი განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობის ორ პოტენციურ ფორმას, კერძოდ, მთავრობათა და რეგიონთა შორის თანამშრომლობას. წინამდებარე ნაშრომის ძირითადი არგუმენტის თანახმად, განათლების სფეროში ეფექტური რეგიონთაშორისი თანამშრომლობის საფუძველს ძლიერი რეგიონშიდა ჰომოგენურობა უნდა წარმოადგენდეს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, შერჩეული რეგიონის ქვეყნებს საერთო საგანმანათლებლო სისტემა უნდა გააჩნდეთ. წინააღმდეგ შემთხვევაში თანამშრომლობის მთავრობათაშორისი მოდელი უფრო ეფექტური ხდება, რომელიც უმაღლესი განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობას მთლიანი რეგიონალური კლასტერის ნაცვლად კონკრეტული რეგიონის ქვეყნების ეკონომიკას შორის გულისხმობს. რეგიონალურ ჰომოგენურობას ევროპის ქვეყნების ჭრილში კლასტერული ალგორითმის გამოყენებით ვაანალიზებთ.

ნაშრომი შემდეგნაირადაა დაყოფილი: პირველი ნაწილი კვლევის თეორიული ფონის, ინსტიტუციური და კულტურული გარემოს განხილვას, განათლების სფეროს მნიშვნელობას, ინსტიტუციურ გარემოსა და განათლების სისტემას შორის კავშირებს და განათლების სისტემის მოწყობის განმსაზღვრელ ინსტიტუციურ და კულტურულ მახასიათებლებს ეთმობა. მეორე ნაწილი ევროპისა და აზიის რეგიონის განათლების სისტემების შედარებით ანალიზს ეთმობა. მესამე ნაწილი კვლევის ემპირიული მეთოდოლოგიის შედეგებს წარმოადგენს, ხოლო ბოლო ნაწილი დასკვნას ეთმობა.

## 1. ინსტიტუციები, კულტურული გარემო და განათლების სისტემის ოპტიმალური მოწყობა

### 1.1. ინსტიტუციები

ინსტიტუცია სოციალური ცხოვრების მთელი რიგი ასპექტების დამრეგულირებელ კანონად შეიძლება განიმარტოს.<sup>5</sup> ნორზის თანახმად, ტერმინი “ინსტიტუცია” საკმარისად მოიცავს “არაფორმალურ შეზღუდვებს (სანქციები, ტაბუები, ტრადიციები, ადათი, ყოფაქცევის კოდექსი) და ფორმალურ რეგულაციებს (კონსტიტუციებს, კანონებს, ქონების უფლებებს)”.<sup>6</sup> სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ინსტიტუციური გარემო განსაზღვრავს საერთო “თამაშის

<sup>2</sup> J.S. Antony and T. Nicola, in the book “Successful Global Collaborations in Higher Education Institutions” A. Al-Youbi et al. (Editors), The Tricky Terrain of Global University Partnerships, Springer, 2020.

<sup>3</sup> M. Klemencic, “Intergovernmental regional cooperation in European higher education”, 13 “Higher Education Forum”, 2016, p. 75-90.

<sup>4</sup> G. Haug and J. Race, “Interregional Cooperation in Higher Education in Europe”, 2 “Journal of Studies in International Education”, 1998, p. 3-34.

<sup>5</sup> D. North, “Institutions”, 5(1) “The Journal of Economic Perspectives” p. 97-112.

<sup>6</sup> D. North, “Institutions”, 5(1) “The Journal of Economic Perspectives” p. 97.

წესებს”<sup>7</sup> დაქვემდებარებული სხვადასხვა ფაქტორთა ურთიერთქმედებისა და თანამშრომლობის გზას. ინსტიტუციური გარემო ზოგადად სოციალური ნორმებისა და ღირებულებების მომცველ და შესაბამისად, კულტურული გარემოს ამრეკლავ სფეროდ მიიჩნევა.<sup>8</sup> ამიტომაც, ინსტიტუციურ და კულტურულ გარემოს შორის მკაფიო ხაზის გავლება რთულია. თუმცა წინამდებარე ნაშრომის მიზნებიდან გამომდინარე, ფორმალურ ინსტიტუციებსა და არაკოდოფიცირებულ მოწყობასა და კომუნიკაციის ფორმებს შორის განსხვავების დადგენა არც ისე კრიტიკულია. შესაბამისად, შემდგომი დისკუსიისას, კონტექსტიდან გამომდინარე, ღიად ფორმულირებული საჯარო პოლიტიკისა და კულტურული ნორმების გათვალისწინებით ოპტიმალური განათლების სისტემა იქნება განხილული.

## 1.2. განათლების სისტემა

ქიტიაშვილის თანახმად,<sup>9</sup> განათლება სხვადასხვა სფეროს სისტემური ცოდნის, უნარებისა და კაცობრიობის მიერ დაგროვილი გამოცდილების შესწავლას გულისხმობს. შესაბამისად, განათლება ცდილობს ფიზიკური, ინტელექტუალური და მორალური უნარების განვითარებას და საზოგადოებასა და კულტურას შორის ურთიერთქმედების უნიკალურ ფორმას წარმოადგენს. განათლება სწავლა-სწავლების ორგანიზებული, მრავალფეროვანი და ერთიანი პროცესის საშუალებით მიიღწევა, რომელიც ცოდნისა და უნარების ურთიერთგაცვლას გულისხმობს. განათლების სისტემის სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებული აღქმაც გასათვალისწინებელია, ვინაიდან იგი განათლების მიზნის სახესხვაობების გაგების ჯანსაღ პროცესზე მეტყველებს. უფრო მეტიც, ტერმინი “განათლების სისტემა” კონკრეტული ქვეყნის მიერ ფორმალური რეგულაციებისა და არაფორმალური სოციალური ინტერაქციის სითენზის საშუალებით განათლების პროცესების ორგანიზების მანერასაც მოიცავს.

## 1.3 ინსტიტუციებს, კულტურასა და განათლებას შორის კავშირები

საუბრისა და მოსმენის კომუნიკაციური უნარებიდან დაწყებული სტუდენტის მთლიანი ზოგადი ქვევით დამთავრებული, კულტურული განსხვავება განათლების სისტემაზე დიდ გავლენას ახდენს. ევროპისა და აზიის ქვეყნებში სტუდენტების მიერ საგანმანათლებლო ინსტიტუტების აღქმა და გარემო განსხვავებულია, რაც მათ განათლების სისტემებს სერიოზულად ამორიშორებს. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ ამ ეს ჯანსაღი დამორიშორებაა, თავისი ისტორიულ-კულტურული გამართლებებით. დაწყებითი სკოლიდან მოყოლებული თავაზიანობასთან და მიღებულ საქციელთან დაკავშირებული შეკითხვების დასმის მართებულობა სხვადასხვა ქვეყანასა და კულტურაში სხვადასხვანაირად აღიქმება. მასწავლებლებს საკლასო ოთახში<sup>10</sup> წარმოშობილი კონფლიქტების მიკროპოლიტიკური მომრიგებლის როლი აკისრია. ვინაიდან მასწავლებელიც კულტურის ნაწილია, მისი შინაგანი გაგებაც კულტურის მიხედვით განსხვავებულია.

<sup>7</sup> R.W. Scott and J.W. Meyer, in the book "The new institutionalism in organizational analysis" W.W. Powell and P.J. DiMaggio (Editors), The organization of societal sectors: Propositions and early evidence, The University of Chicago Press, 1991.

<sup>8</sup> A. Alesina and P. Giuliano, "Culture and Institutions", 53(4) "Journal of Economic Literature", 2015, p. 898–944.

<sup>9</sup> Z. Kitiashvili, "For the Definition of the Term Education System in PostSoviet Countries", 2(21), "International Journal of Multilingual Education", 2014, p. 71-76.

<sup>10</sup> F. Erickson, "Culture difference and science education", 18(2) "The Urban Review", 1986, p. 117–124.

სპილენი და ბერჩი<sup>11</sup> ინსტიტუციურ გარემოს მის ინსტრუქციებთან მიმართებაში განიხილავენ და მას სასწავლო პროცესის ბირთვს უწოდებენ. აღსანიშნავია, რომ განათლების ინსტიტუციურ გარემოს ერთიან, მონოლითურ სტრუქტურად აღქმაზე ავტორები უარს ამბობენ. პირიქით, ისინი ამტკიცებენ, რომ ინსტიტუციური გარემო საგანმანათლებლო ეტაპებისა და სხვადასხვა ასაკის სტუდენტების ფსიქოლოგიური საჭიროებებისა და დამოკიდებულებების მიხედვით განსხვავებულია. თუმცა, კონკრეტული საზოგადოების მიხედვით ინსტიტუციური გარემოს განსხვავებისა და მისი საერთო კომპონენტების სისტემური ანალიზის საფუძველზე შეფასება, მათ ლოგიკასთან წინააღმდეგობაში არ მოვიდოდა. სპილენი და ბერჩი<sup>12</sup> ამტკიცებენ, რომ ინსტიტუციური გარემო, განათლების “ტექნიკური ბირთვის” მუდმივად არ შექმნის მიუხედავად, სტუდენტებისთვის ცოდნის გადაცემის მექანიზმს და სხვა თანმხლებ პროცესებს ნამდვილად განსაზღვრავს.

მოკლედ რომ ვთქვათ, ინსტიტუციური და კულტურული გარემოებები განათლების სისტემის ხასიათის მსაზღვრელად მიიჩნევა, რაც საგანმანათლებლო პროცესის ფორმირებისთვის აუცილებელი რეგულაციების, ნორმებისა და ღირებულებების განფენილობას გულისხმობს. შესაბამისად, უმაღლეს სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობას კულტურისა და ინსტიტუციების სიახლოვის მნიშვნელოვანი დონე სჭირდება, რომლის გარეშეც საგანმანათლებლო პროცესის მმართველი ერთიანი რეგულაციების ნაკრები რთულად შესამუშავებელი იქნებოდა.

#### 1.4. განათლების სისტემის სტრუქტურის კულტურული და ინსტიტუციური მსაზღვრელები

##### 1.4.1. მთავრობის ხარჯები

განათლების სისტემის განვითარება დიდწილად პოლიტიკის სფეროს განეკუთვნება. ისტორიული ფონის გათვალისწინებით წარმოდგენილია ცენტრალური აზიის ქვეყნებში არსებული განსხვავებული სიტუაციები. საბჭოთა სუბსიდიების შესწყვეტის შემდეგ, 1990-იან წლებში, ცენტრალური აზიის ქვეყნებს განათლებისთვის განკუთვნილი მშპ-ს პროცენტის მკვეთრად შემცირება მოუწიათ. კვლევის ერთ-ერთი ინდიკატორი ხსნის ერთი და იგივე საგანმანათლებლო რეფორმა რატომ არ შეიძლება თანაბრად წარმატებული და ეფექტური იყოს. განათლებაზე მთავრობის დანახარჯი უზბეკეთში ერთი მესამედით, ხოლო ტაჯიკეთში ოთხჯერ შემცირდა.<sup>13</sup> ოცდახუთი წლის შემდეგაც განათლებაზე გაღებული ხარჯი ყირგიზეთში მშპ-ს 5.99, ხოლო ტაჯიკეთში 5.23 პროცენტს შეადგენს, რაც ასეთი დაბალი მშპ-ს მქონე ქვეყნებისთვისაც კი მინიმალურ მოთხოვნილ ზღვარზე დაბალია.<sup>14</sup>

2016 წელს ცენტრალური აზიის მეტად წარმატებული ქვეყნების ყაზახეთის (2.98%) და თურქმენეთის (3.05%) ნიშნულები ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ზღვრულ სტანდარტებს<sup>15</sup> მნიშვნელოვნად ჩამორჩებოდა. თუმცა ამ ქვეყნებმა

<sup>11</sup> J.P. Spillan and P. Burch, in the book "The new institutionalism in education", The institutional environment and instructional practice: Changing patterns of guidance and control in public education, SUNY Press, 2006.

<sup>12</sup> J.P. Spillan and P. Burch, in the book "The new institutionalism in education", The institutional environment and instructional practice: Changing patterns of guidance and control in public education, SUNY Press, 2006.

<sup>13</sup> Open Society Institute, "Education Development in Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan: Challenges and Ways Forward", available here: <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/education-development-kyrgyzstan-tajikistan-and-uzbekistan> [l. s. 26.04.2021].

<sup>14</sup> World Bank, "Government expenditure on education, total (% of GDP)", available here: <https://data.worldbank.org/indicator/SE.XPD.TOTL.GD.ZS> [last verified March 16 2021].

<sup>15</sup> Open Society Institute, "Education Development in Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan: Challenges and Ways Forward", available here: <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/education-development-kyrgyzstan-tajikistan-and-uzbekistan> [l. s. 26.04.2021].

ბიუჯეტის ეროვნულიდან რეგიონალურ დონეზე დეცენტრალიზება მოახდინეს. შედეგად, სკოლებისა და უნივერსიტეტების დაფინანსება შემცირდა და ზოგ შემთხვევაში მათი არსებობაც კი საფრთხის ქვეშ დადგა. დაფინანსების შემცირებამ უწყებებს უფრო დაბალი საფეხურების, ხშირ შემთხვევაში სკოლამდელი განათლების ხარჯზე მოუწიათ დაწყებითი და დამამთავრებელი საფეხურების გადარჩენა. 2000-2010 წლებს შორის. ცენტრალური აზიის სულ უფრო ნაკლებ ბავშვს ქონდა ადრეული ასაკის განათლებაზე ხელმისაწვდომობა, რამაც 2020-იანი წლებისთვის უმაღლეს სასწავლებლებში ჩარიცხულთა რაოდენობა საგრძნობლად შეამცირა. განათლების ხარისხმაც განიცადა ვარდნა, ვინაიდან საშუალო ხელფასი 300 ევროს ოდენობას იშვიათად აღემატება.<sup>16</sup> მოსწავლეებისა და აკადემიური პროცესის მართვის გარდა მასწავლებლებს სხვა მოვალეობების შესრულებაც უწევთ, კერძოდ, წესრიგის შენარჩუნება, მშობლებთან ურთიერთობა და ა.შ. შედეგად, მასწავლებლებს შორის კორუფციამ დაისადგურა და მათი, ისევე როგორც მოსწავლეების მოტივაცია საგრძნობლად შემცირდა<sup>17</sup> ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, განათლების სისტემის შემუშავებაში მთავრობის ჩართულობას უმნიშვნელოვანესი როლი ენიჭება.

#### 1.4.2 ტვინების/კვალიფიციური სპეციალისტების გადინება

ცენტრალური აზიის ქვეყნები მათი განათლების სისტემებზე უარყოფითი გავლენის მქონე პოლიტიკურ და სოციალურ-ეკონომიკურ პრობლემებს აწყდებიან. მათი ეკონომიკები უცხოეთში მომუშავე თანამემამულეების მიერ გადმორიცხული ფულით საზრდოობენ. მშობლების ემიგრაციაში წასვლა მოსწავლეების დაბალ აკადემიურ მოსწრებას განაპირობებს.<sup>18</sup> უნივერსიტეტებში სტუდენტების შემცირებულმა რაოდენობამ შესაძლოა მთავრობას მათი დაფინანსების ან დახურვის გადაწყვეტილებისკენ უბიძგოს, რაც გაზრდილ უმუშევრობას, მასწავლებელთა მხრიდან ალტერნატიული სამსახურის ძებნას და განათლების სფეროში კვალიფიციური კადრების შემცირებას გამოიწვევს. ცენტრალური და აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნების ზოგიერთი მოქალაქისთვის შესაძლოა ამას არარაციონალურობის და უაზრობის ელფერი დაკრავდეს, მაგრამ სწორედ აქ თამაშობს კულტურული გარემო დიდ როლს.

მიგრაცია გლობალიზაციის ნაწილია, თუმცა შედარებით მაღალი განათლებისა და პროფესიული უნარების მქონე ოჯახებისა თუ პიროვნებებისთვის მათი ფორმალური კომპეტენციების ტრანსფერი სხვა საზოგადოებაში აუღიარებლობის გამო შეუძლებელია,<sup>19</sup> რაც ემიგრანტ ოჯახებსა და მათ შთამომავლობას სხვებთან კონკურენციის გაწევის მხრივ აბრკოლებს. თუმცა, შედარებით მაღალი ხარისხის განათლების მფლობელები ინტეგრირებას უფრო ადვილად ახერხებენ. ამავდროულად, ცენტრალური აზიიდან ევროპაში უკეთესი ხელფასისა და საცხოვრებელი პირობების ქონის იმედად წასული მიგრანტები ვეღარ ახერხებენ იმ საქმის კეთებას, რასაც ისინი სამშობლოში აკეთებდნენ. მაგალითად, ყაზახი მასწავლებელი გერმანიაში საქმიანობას ენობრივი ბარიერისა და საჭირო განათლების ნაკლებობის გამო ვერ შეძლებს. შესაბამისად, ყაზახეთიც და გერმანიაც არარაციონალურ დანაკარგს განიცდიან.

<sup>16</sup> Open Society Institute, "Education Development in Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan: Challenges and Ways Forward", available here: <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/education-development-kyrgyzstan-tajikistan-and-uzbekistan> [l. s. 26.04.2021].

<sup>17</sup> N.N. Habibov, "Does childcare have an impact on the quality of parent-child interaction? Evidence from post-Soviet Kyrgyzstan, Tajikistan, and Uzbekistan", 34(12) "Children and Youth Services Review", p. 2367-2373.

<sup>18</sup> UNDP, "Assessment of the Impact of Migration and Displacement on Local Development in Turkey, Serbia, and the Former Yugoslav republic of Macedonia", available here: <file:///D:/Downloads/undp-rbec-assessment-impact-displacement-april-2017.pdf> [l.s. 24.04.2021].

<sup>19</sup> J. Heckman, "Policies to Foster Human Capital (with discussion)", 54(1) "Research in Economics", 2000, p. 3-56.

### 1.4.3. განათლებისადმი არათანაბარი ხელმისაწვდომობა

უნარშეზღუდული ბავშვების განათლებისადმი ხელმისაწვდომობა ცალკე პრობლემას წარმოადგენს. ფიზიკურად უნარშეზღუდულ ბავშვებს საშუალო სკოლაში სიარულის ტექნიკური საშუალება არ გააჩნიათ, როგორცაა ეტლიანთათვის სპეციალური მისადგომები, ინფრასტრუქტურა და ა.შ. შედეგად, ბავშვები შესაძლოა განათლების, კომუნიკაციის და განვითარების ხელმწიფედომლობის წინაშე დადგნენ. განათლებისადმი არათანაბარი ხელმისაწვდომობა ცენტრალური აზიის ქვეყნებში უფრო მწვავედ დგას ვიდრე ევროპაში, რაც განათლების სფეროზე კიდევ ერთ სოციალურ-კულტურულად განმასხვავებელ წინეს ბადებს. ევროკავშირში ყველა სტუდენტს აქვს განათლებაზე წვდომა. უნივერსიტეტების უმეტესობას სტუდენტების ყველანაირი მოთხოვნების დაკმაყოფილების და კომფორტის უზრუნველყოფის საშუალება გააჩნია.

### 1.4.4. გენდერული უთანასწორობა

ქალებს დღეს უფრო მეტი წვდომა გააჩნიათ უმაღლეს სასწავლებლებზე, ვიდრე ოდესმე ქონიათ ისტორიის განმავლობაში. თუმცა ამ ნაშრომში განხილულ ზოგიერთ ქვეყანაზე იგივეს თქმა რთულია. გენდერული უთანასწორობა განათლების სისტემაზე გავლენის მქონე კულტურული ფაქტორია. ცენტრალური აზიის განსაკუთრებით ზოგიერთ მუსულმანურ ქვეყანაში, გოგონებისთვის განათლების მიღებაზე მეტი პრესტიჟი გათხოვებას გააჩნია. მეორე მიზეზად საზოგადოებაში გამჯდარი გენდერის სტერეოტიპული აღქმა შეიძლება დასახელდეს. ოლსონ-სტრომისა და რაო-ს თანახმად,<sup>20</sup> ზოგიერთ კონსერვატორულ აზიურ საზოგადოებაში მცხოვრები ქალისთვის უნივერსიტეტში ჩაბარება მკაცრი ოჯახისგან, ან არასასურველი ქონწინებისგან თავის დაღწევის ერთადერთი საშუალებაა. ზოგ ოჯახსა და საზოგადოებას განათლების გენდერულ-სეგრეგაციული მოდელი ურჩევნია, რაც ქალებს კიდევ უფრო უზღუდავს განათლებაზე ხელმისაწვდომობას. უფრო მეტიც, სრულიად ქალებით დაკომპლექტებული სკოლები და უნივერსიტეტები, მამაკაცებისაზე ბევრად ნაკლებ დაფინანსებას ღებულობენ. აღნიშნული, მცირე რესურსების განაწილების, ტრადიციული გენდერული ნორმების გავლენისა და ამ გზით ქალებისთვის განათლების მიღების შეზღუდვის საშუალებას წარმოადგენს.<sup>21</sup>

## 2. ევროპული და აზიური განათლების სისტემების შედარებითი ანალიზი

### 2.1. აღმოსავლეთ აზიური განათლების სისტემა

აზიური ქვეყნების განათლების სისტემა ორ ძირითად საყრდენზე დგას, ესენია კოლექტივიზმი და მკაცრი დისციპლინა. აზიური განათლების ლიდერებს იაპონია, ჩინეთი, სინგაპური და სამხრეთ კორეა<sup>22</sup> წარმოადგენენ. ამ ქვეყნებში ხუთ წლამდე ბავშვებს თავიანთი ნებისა და თავისუფლების შესაბამისად მოქცევის უფლება გააჩნიათ. ხოლო შემდგომ, მკაცრი დისციპლინითა და სირთულეებით აღსავსე სასწავლო პერდიოდი იწყება. საგანმანათლებლო პროცესი სტუდენტის გულმოდგინებაზე, ორგანიზებულობაზე, შეუპოვრობასა და კონცენტრირებაზეა დაფუძნებული. საპასუხოდ, ევროპულ საგანმანათლებლო სისტემაში სტუდენტის უნარებისა და ინტერესების მსგავსი მოპყრობა არ ხდება. მხოლოდ ზემოთ

<sup>20</sup> S. Olson-Strom and N. Rao, in the book "Diversity and Inclusion in Global Higher Education" C. Sanger and N. Gleason (Editors), Higher Education for Women in Asia, Palgrave Macmillan, 2020.

<sup>21</sup> S. Olson-Strom and N. Rao, in the book "Diversity and Inclusion in Global Higher Education" C. Sanger and N. Gleason (Editors), Higher Education for Women in Asia, Palgrave Macmillan, 2020.

<sup>22</sup> Academic Ranking of World Universities 2018, available here: <http://www.shanghairanking.com/arwu2018.html> [l. s. 26.04.2021].

ჩამოთვლილი მეთოდებით ივარაუდება წარმატების მწვერვალის, კარგი განათლებისა და საბოლოოდ პროფესიის დაუფლება. ევროპისთვის ერთი შეხედვით უცნაური ფილოსოფია აზიაში ნორმას წარმოადგენს. თუმცა ასეთი მკაცრი დისციპლინური მეთოდი მთელ კონტინენტს არ ეხება. საშუალო განათლების სისტემასა და მთლიან მიდგომას შორის ძირითადი განსხვავებები მაინც არსებობს. მაგალითად, აღმოსავლეთ ევროპაში მასწავლებლის ავტორიტეტი ხელშეუხებელია – მშობლები შვილის წარუმატებლობას მას არასოდეს დააბრალებენ. სკოლის მოსწავლეები უმეტეს დროს საკლასო ოთახში ატარებენ, რაც დამამთავრებელ საფეხურზე დღეში ათ საათსაც კი უტოლდება. ცენტრალური აზიის ქვეყნებში კი, პირიქით, აღმოსავლურ ევროპული და პოსტ-საბჭოთა საგანმანათლებლო მიდგომის მსგავსი სიტუაციაა – მასწავლებლები პირდაპირ ურთიერთობენ მშობლებთან, მათთან ერთად განიხილავენ ბავშვების წარმატებასა თუ წარუმატებლობას, ხოლო კლასში გატარებული დრო დღეში 45 წუთიან 6-7 გაკვეთილს უტოლდება, ანუ არაუმეტეს 6 საათისა. ცენტრალურ აზიაში მასწავლებლისთვის ბავშვის საშინაო დავალების მოკითხვა, სანამ ის სტუდენტი არ გახდება, ჩვეულებრივ მოვლენად ითვლება. უნივერსიტეტში ჩაბარების შემდეგაც კი მონაწილეობენ მშობლები თავიანთი შვილების აკადემიურ ცხოვრებაში.<sup>23</sup>

მეორე მაგალითს ზაფხულის არდადეგები წარმოადგენს, რაც ჩინეთში მხოლოდ ერთ თვეს გრძელდება, მაშინ როდესაც ევროპასა და ცენტრალური აზიის ქვეყნებში იგი ორ-სამ თვესაც კი უტოლდება. აკადემიური წლის დაყოფაც განსხვავებულია. მაგალითად, იაპონიაში იგი სამ ნაწილად იყოფა და თითოეული მათგანი გამოცდით მთავრდება, რომლისთვისაც სტუდენტები გულმოდგინედ ემზადებიან. ცენტრალური აზიის ქვეყნებში კი საბჭოთა სისტემა პრევალირებს, რაც წელიწადში ფინალური გამოცდებით დაგვირგვინებულ ორ სემესტრს გულისხმობს. აღმოსავლეთ აზიაში ევროპის მსგავსად 12 წლიანი, ხოლო ცენტრალურ აზიაში 11 წლიანი სწავლების მოდელი არსებობს. სტატიის შემდგომი ნაწილი ცენტრალური აზიის ქვეყნების საგანმანათლებლო სისტემას ეთმობა.<sup>24</sup>

## 2.2. ცენტრალური აზიის განათლების სისტემა

ევროპა-ცენტრალური აზიის მონიტორინგის (EURAM) 2019 წლის სექტემბრის<sup>25</sup> მონაცემების თანახმად, საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ ცენტრალური აზიის ქვეყნებში განათლების სისტემებმა რღვევა დაიწყო. რეგიონის ხუთივე ქვეყანაში, მეტნაკლებად მაღალი დონისა და ეფექტური განათლების პრობლემა დგას. წლების განმავლობაში ჩამოყალიბებულ, განსხვავებულ კულტურულ მენტალიტეტს დამატებული კორუფციისა და ცუდი მმართველობის ტენდენცია, დასაქმებულთა მოთხოვნილებებს და სრუდენტთა აღზრდას შორის მზარდ უფსკრულს ბადებს. ცენტრალური აზიის უკანასკნელ წლებში ჩამოყალიბებული ბაზრის მოთხოვნილებებს უმაღლესი განათლების სფერო შეზღუდული რესურსების გამო ფეხს ვერ უბავს.<sup>26</sup> აღნიშნული გარემოება ადამიანის განვითარებასა და ხანგრძლივ ეკონომიკურ სტაბილურობას აფერხებს. ახლად დამოუკიდებელი რესპუბლიკების ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევად დაფინანსების საკითხიც რჩება. მანამდე არსებული სისტემის ნგრევამ განათლების სისტემის რესურსები შეამცირა, რასაც მასწავლებლების ხელფასების მკვეთრი შემცირება და სასწავლო მასალის მოძველება მოყვა. აღნიშნულ პირობებს ცენტრალური აზიის ბევრ ქვეყანაში გადასახადის მომთხოვნი კერძო

<sup>23</sup> D. McNerney and O. Tan, "What the West Can Learn from the East: Asian Perspectives on the Psychology of Learning and Motivation", Information Age Publishing, 2008.

<sup>24</sup> K. Wilk, "The best educational systems in the world on example of European and Asian countries", 8(3) "Holistica", 2017, p. 103-115.

<sup>25</sup> C. Hill and R. Fernandez-Chung, "Higher Education in the Asian Century: The European legacy and the future of Transnational Education in the ASEAN region (Asia-Europe Education Dialogue) ", Routledge, 2016.

<sup>26</sup> G. Postiglione, "International Cooperation in East Asian Higher Education", Springer, 2020.

სკოლებისა და უნივერსიტეტების დაარსება მოყვა. ამავდროულად, კერძო და არაკერძო საგანმანათლებლო ინსტიტუციებს შორის ფორმალური განმასხვავებელი ნიშნის ნაკლებობამ საგანმანათლებლო სფეროში დღემდე არსებული კორუფცია გამოიწვია.<sup>27</sup>

ცენტრალური აზიის ქვეყნებში არსებული მოსწავლისადმი მიდგომის გათვალისწინებით, რაც მასწავლებლის მკაცრ ავტორიტეტს, ბავშვების და მშობლების ღია კომუნიკაციას, სწავლების მეთოდების განხილვას და ნიშნებისა და შეფასების სისტემის ექვემდებარებას გულისხმობს, აღსანიშნავია, რომ დაფინანსების შემცირებამ სკოლების და ინსტიტუტების დახურვა გამოიწვია, რამაც მასწავლებელი 20-40 სტუდენტთან კლასებში მარტო დატოვა, სწავლების ხარისხი დაბლა დაწია და მასწავლებელს მოტივაციის მცირე რაოდენობა დაუტოვა.

### 2.3. ევროპის განათლების სისტემა

ევროპის განათლების სისტემას ინდივიდუალურობა და დამოუკიდებლობა თანაბრად ახასიათებს. ევროპის ქვეყნებში ბავშვებს საკუთარი ინტერესებისა და აქტივობების თავად ამრჩევ პიროვნებებად აღიქვამენ. მართალია აღზრდის აღნიშნული პრინციპები ევროპის ყველა ქვეყანას თანაბრად არ ეხება, მაგრამ ევროკავშირის ქვეყნებში ნამდვილად პრევალირებს. აზიური საგანმანათლებლო სივრცისგან განსხვავებით, ევროპელი მშობლები ბავშვებს არაფერს აძალებენ და ცდილობენ სასწავლო პროცესი მაქსიმალურად სასიამოვნო გახადონ. ამას გარდა, საყრადღებოა, რომ ცენტრალური აზიის ქვეყნები აღმოსავლეთ ევროპულის მსგავსად ბავშვის აღზრდის საბჭოთა თეორიას იზიარებენ, რაც აღმოსავლეთ აზიურისა და ცენტრალური ევროპულისგან განსხვავებულია. სტუდენტებს მაღალი აკადემიური მოსწრების ქონას არ ავალდებულებენ, რადგან შესაძლოა ფსიქიკა დაუმახინჯდეთ, თუმცა ყველაფერი ზემოაღნიშნული ჩინეთში ბავშვის ქცევის რეგულირებისა და განათლებისთვის გამოიყენება. ევროპაში, მშობლები და მასწავლებლები ერთად ეხმარებიან ბავშვებს სირთულეების დამღვევაში და მხარს უჭერენ მათ ემოციურ ღიაობას.<sup>28</sup>

ევროპული განათლების სისტემა კრიკული კომპეტენციების განვითარებას უწყობს ხელს. ისინი კონკრეტულ კონტექსტს მორგებული სხვადასხვა დამოკიდებულებების, მოსაზრებებისა და უნარების ნაზავს წარმოადგენენ. ძირითადი კომპეტენციები ხელს უწყობენ თვითრეალიზაციის, ზოგადი პიროვნული ზრდისა და აქტიურ მოქალაქედ ჩამოყალიბების პროცესს. ევროპის სკოლებში მასწავლებლები სწავლების გარდა მოსწავლეების განათლებულობაზეც ზრუნავენ. ასე რომ, “განათლების” კონცეფცია არა მხოლოდ სამეცნიერო თვალსაზრისით მომზადებას, არამედ სტუდენტის ორატორულ, სამეტყველო, საინფორმაციო საშუალებებთან და გუნდური მუშაობის უნარებსაც გულისხმობს. გარდა ამისა, დიდი ყურადღება ექცევა სტუდენტებში გლობალური გაგებით ხელოვნებისადმი ინტერესის გაღვივებას.<sup>29</sup>

მაგალითად, ვარშავის ეკონომიკის სკოლის გლობალური ბიზნესის, ფინანსებისა და მართვის ფაკულტეტზე სტუდენტს შეუძლია დამატებით აირჩიოს ამერიკული ფილმის მიმოხილვის, სოციალური ფსიქოლოგიის, ფილოსოფიის, გეოგრაფიის ან/და სხვა საგნები, რომლებიც მისი თვალსაწიერის გაფართოებასა და განვითარებას მიესადაგება. გამოყენებითი მეცნიერების

<sup>27</sup> D. Rakhmonov and N. Jumaev, "Education in Central Asia", Springer, 2020.

<sup>28</sup> L. Deca, A. Curaj and R. Pricopie, "European Higher Education Area: Challenges for a New Decade", Springer, 2020.

<sup>29</sup> S. Cifuentes and L. Monsalve Lorente, "Comparative study between the educational systems of Spain, UK, France and Germany", "Proceedings of EDULEARN15 Conference 6th-8th July 2015", Barcelona, Spain.



ფაკულტეტებზეც კი, სტუდენტებმა უნდა შეიძინონ წერის, ადამიანებთან ურთიერთობის, კომუნიკაციისა და პრეზენტაციის უნარები.

საშუალო კლასებიდან ევროპულ სტუდენტებს ინტერესის მიხედვით დამოუკიდებლად შეუძლიათ საკუთარი მომავლის დაგეგმვა. სხვადასხვა პროფილის უნივერსიტეტები სტუდენტებს მათ ინტერესებზე მორგებულ უამრავ კვლევით პროექტს სთავაზობენ. სწავლებისადმი ასეთი მიდგომა სტუდენტებში დამოუკიდებლობის, ანალიტიკური და კრიტიკული აზროვნების უნარებს ააქტიურებს. ევროპული საგანმანათლებლო დაწესებულებები მასალის მექანიკურ დაზეპირებას არ ახალისებენ, პირიქით, ეკონომიკისა და ფინანსების საგნებშიც კი ღია გამოცდებს ანიჭებენ უპირატესობას, რაც მთლიანი თავების უაზოდ დაზუთხვისგან გნსხვაგვებით, სტუდენტებს ათვისებული მასალის დეტალურად ჩამოყალიბებაში ეხმარება. გაკვეთილებზე ხშირად ეწყობა დებატები, რაც ნაკლებად თავდაჯერებულ სტუდენტსაც კი აძლევს აზრის გამოთქმის საშუალებას და მასში მენეჯრულ უნარებს ავითარებს, ან ფინანსურ დაწესებულებებში სამუშაოდ საქმისწარმოების უნარებს უვითარებს. უნივერსიტეტები აღვივებენ ინიციატივის გამოჩენისა და სამეწარმეო სულისკვეთებას. მასწავლებლებს სამხედრო დისციპლინის დამყარების ნაცვლად, სტუდენტებთან ცოდნის გაზიარება და მათი ეთიკის კოდექსისადმი დამორჩლება ევალუბათ. ევროპული სწავლების მეთოდი სუბორდინაციისა და სტუდენტის პატივისცემის დაცვის ფონზე თავსუფალ მანერებსაც გულისხმობს, როგორცაა მაგიდაზე ფეხების შემოწყობა და ლექტორის მიერ სტუდენტის კოლეგად აღქმა. ასეთი მიდგომა აზიიდან ევროპაში გაცვლითი პროგრამით ჩამოსულ სტუდენტებს გააკვირვებდათ.

ასე რომ, ევროპული და აზიური განათლების სისტემების მთავარი განსხვავება პირველ რიგში კოლექტივიზმში იმალება და შემდეგ ინდივიდუალურ მიდგომაში. შედეგად, აზიელი კურსდამთავრებული მორჩილებით და კოლექტიური აზრის გათვალისწინებით გამოირჩევა, რაც მას ახალ გუნდთან და მუდმივად ცვლად პირობებთან შეგუებას ურთულებს. ავტორის ემპირიული დაკვირვების მიხედვით, აზიიდან ვარშავაში გაცვლითი პროგრამით ჩამოსულ სტუდენტებს ერთმანეთთან სიახლოვე ერჩივნათ, ვიდრე ევროპელი სტუდენტების მგავსად სხვა ნაცნობები გამოენახათ, თუნდაც ისინი უცხოენოვანი სტუდენტები ყოფილიყვნენ. ცენტრალური აზიის საგანმანათლებლო სისტემა ოდესღაც მაღალი სტანდარტებითა და დისციპლინით გამორჩეული საბჭოთა სისტემის გავლენას განიცდის, მაგრამ დაფინანსების შეწყვეტის გამო ახლა მას ახალ საგანმანათლებლო პროგრამებთან ადაპტაცია ძალიან უჭირს. ზოგიერთი პროგრამა ცენტრალური აზიის ქვეყნებს განათლების პროგრამის განვითარებაში ეხმარება, თუმცა ამ ნაშრომის ბოლო ნაწილში განხილული კულტურული საკითხები ჯერ კიდევ უშლის ხელს. გარდა ამისა, ევროპულ კურსდამთავრებულს არ უჭირს თანამემამულეებთან განშორება, საცხოვრებლად და სამუშაოდ სხვაგან გადასვლა და მის მიერვე არჩეულ სპეციალობაში ცოდნის ეფექტურად გამოყენება.

### 3. ემპირიული კვლევის მეთოდოლოგია და შედეგები

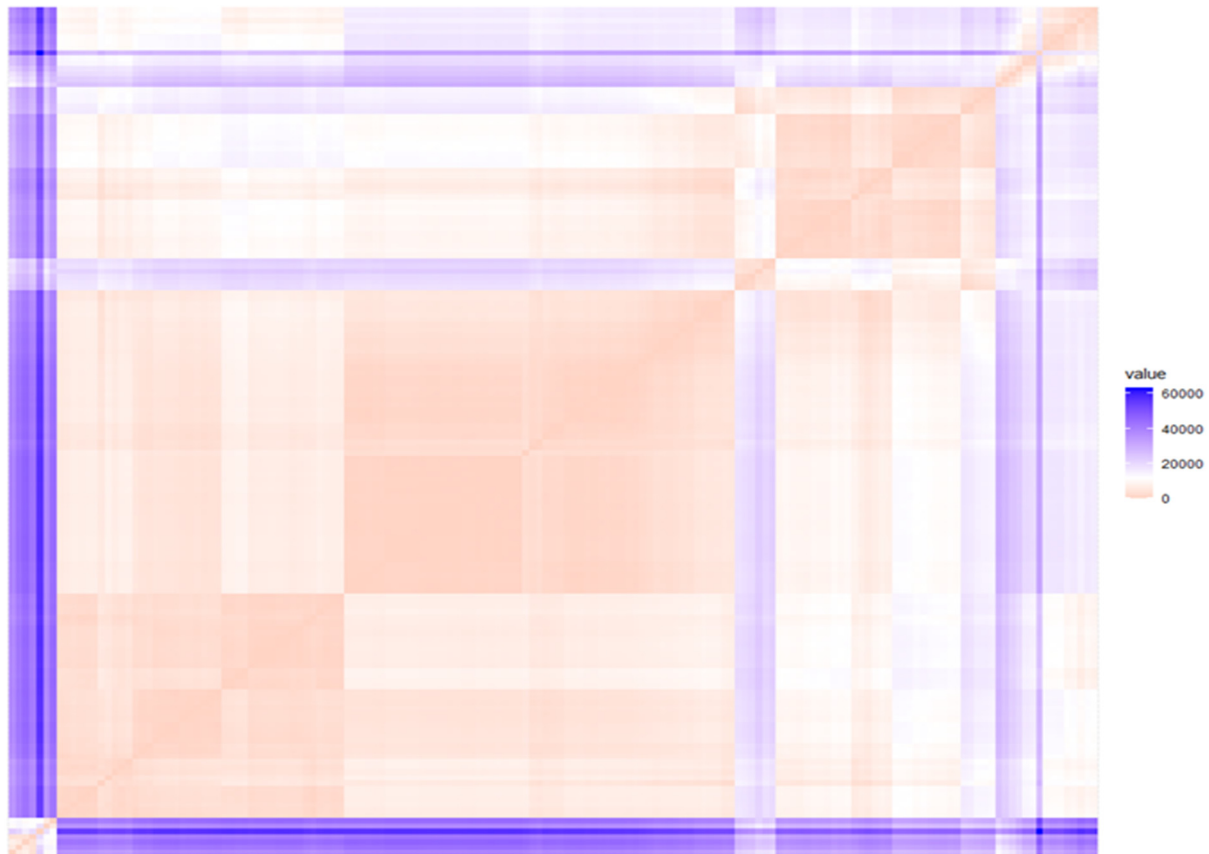
#### 3.1. მონაცემები და მათი დამუშავება

წინამდებარე ნაშრომის მთავარი არგუმენტის თანახმად, უმაღლესი განათლების სფეროში საერთაშორისო თანამშრომლობისათვის, ინსტიტუციონალური და კულტურული სიახლოვის მნიშვნელოვანი ხარისხი აუცილებელია. ევროპასა და აზიას შორის ზემოაღნიშნული სიახლოვის შეფასებისთვის კლასტერულ ანალიზს ვიყენებთ. თავდაპირველი მონაცემები 1992-2019 წლებში, ევროპაში, არსებულ ყველა გაანალიზებულ ქვეყანას მოიცავდა. თუმცა მონაცემებზე შეზღუდული წვდომის გამო საბოლოო ვერსია 158 დაკვირვებამდე შემცირდა. განათლებასთან კავშირში მყოფი ინსტიტუციონალური და

კულტურული გარემოს სხვადასხვა განზომილების აღმწერი 22 ინდიკატორი იქნა მონაცემთა კრებულში ასახული. (სრული სია იხილეთ პირველ დანართში – მონაცემები მსოფლიო ბანკის განათლების მონაცემთა ბაზიდან იქნა შეფასებული).

კლასტერული პროცედურის თავდაპირველი ფაზა მონაცემების კლასტერულობის დადგენას გულისხმობს. პირველ რიგში, მონაცემთა კრებულის შემთხვევითი განაწილებაზე შემოწმების მიზნით, ჰოპკინსის სტატისტიკას ვიყენებთ, რომელიც 0.5 მაჩვენებელზე ნაკლებ 0.47-ს, ანუ მონაცემთა კრებულის არაკლასტერულობას უჩვენებს. თუმცა, პირველი დიაგრამა სულ მცირე სამ გარჩევად კლასტერს გვთავაზობს.

დიაგრამა 1. კლასტერული ტენდენციის ვიზუალური შეფასება



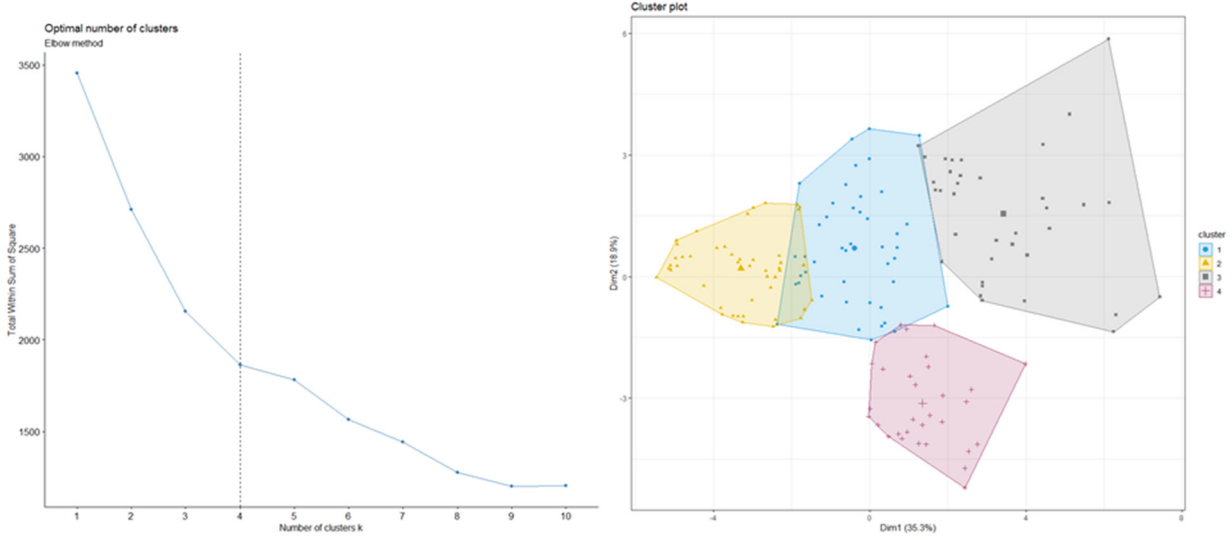
როგორც Adolfsson et al<sup>30</sup> განმარტავს, მაღალგანზომილებიან მონაცემებში კლასტერული ტენდენციების აღმოსაჩენად ჰოპკინსის სტატისტიკა არასანდოა. ამიტომაც, Hartigan-ის ერთმოდულიან ტესტს ვიყენებთ რათა დავადგინოთ ევკლიდური მანძილები ერთმოდულიან განაწილებას წარმოადგენს თუ მრავალმოდულიანს. Hartigan-ის ერთ-მოდულიანი ტესტის ნულოვანი ჰიპოთეზების თანახმად, მონაცემები ერთმოდულიანია, თუმცა ალტერნატიული ჰიპოთეზები მონაცემების მრავალმოდულიანობას ამტკიცებენ (ანუ, სულ მცირე ორმოდულიანობას). Hartigan-ის ერთმოდულიანი ტესტი 0.01 ნიშნულს ქვემოთ იყო, ანუ ევკლიდური დაშორება ერთმოდულიანი არ არის. ასე რომ, კ კლასტერული პროცედურის აღსაწერად შეგვიძლია გამოვიყენოთ.

შემდეგ, ჩვენ ვახდენთ ცვლადი სიდიდეების ანალიზს და "elbow" მეთოდის მეშვეობით ვადგენთ კლასტერების ოპტიმალურ რაოდენობას და კლასტერების რაოდენობის მიხედვით ვანალიზებთ კვადრატებში არსებული რაოდენობის ჯამის განაწილებას (იხ. დიაგრამა 2).

<sup>30</sup> A. Adolfsson, A. Ackerman, N.C. and Brownstein, "To Cluster, or Not to Cluster: An Analysis of Clusterability Methods", 2018, available here: <https://arxiv.org/pdf/1808.08317.pdf> [l.s. 26.04.2021].

ვინაიდან ფუნქციის "elbow" მესამე კლასტერს შეესაბამება, კლასტერთა ოპტიმალური რაოდენობა ოთხს შეადგენს. ამიტომაც, თუ კლასტერულ პროცედურას აღნიშნავს, მაშინ ოთხი კლასტერი გამოიყოფა. (შედეგი მესამე დიაგრამაშია მოცემული).

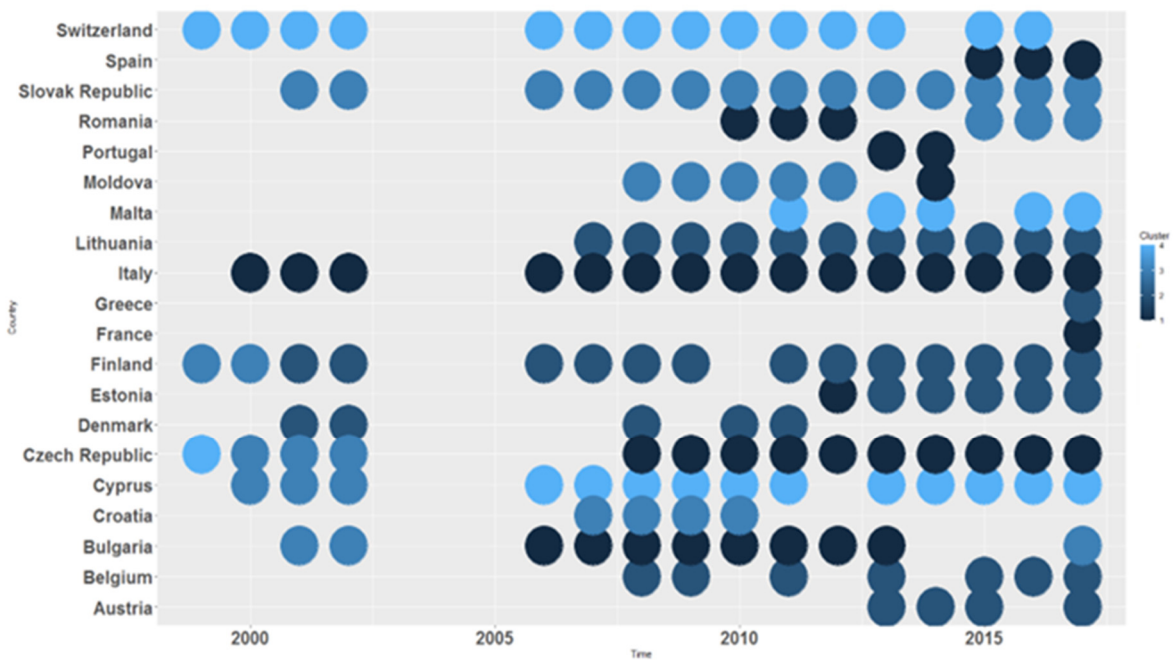
დიაგრამა 2. "elbow" მეთოდის გამოყენებით დიაგრამა 3. კლასტერების ვიზუალიზაცია კლასტერების ოპტიმალური რაოდენობის დადგენა.



### 3.2. შედეგები და განხილვა

მეოთხე დიაგრამა კლასტერების მიხედვით ქვეყნების განაწილებას უჩვენებს. საინტერესოა, რომ ზოგიერთი ქვეყანა ხანგრძლივ მედეგობას ინარჩუნებს, სხვები კი სხვადასხვა კლასტერებში გადაინაცვლებენ, რაც სავარაუდოდ განათლების სისტემაში ცვლილებების მიზეზით უნდა იყოს განპირობებული.

დიაგრამა 4. კლასტერების მიხედვით ქვეყნების განაწილება



მაგალითად, შვეიცარია და მალტა ანალიზის მთლიანი პერიოდის განმავლობაში მეოთხე კლასტერს მიეკუთვნება. ანალოგიურად, ესპანეთი, პორტუგალია და იტალია მყარად მიეკუთვნებიან პირველ კლასტერს. მთლიანი პერიოდის განმავლობაში ლიეტუვა, ბელგია და ავსტრია მესამე კლასტერში იმყოფებიან, ხოლო დანარჩენი ქვეყნები წლების მიხედვით სხვადასხვა კლასტერებს მიეკუთვნებიან.

ზემოაღნიშნული ანალიზიდან შეიძლება დავასკვნათ, რომ განათლების სისტემის მხრივ ევროპული ქვეყნები ჰეტეროგენულია. თუმცა, განათლების ერთიანი ევროპული მოდელი არ არსებობს. პირიქით, ოთხი განსხვავებული მოდელია. არსებული ჰომოგენურობა მიუთითებს, რომ ევროპისა და აზიის ქვეყნებს შორის მთავრობათაშორისი თანამშრომლობისგან განსხვავებით, რეგიონთაშორისი თანამშრომლობა ნალებად ეფექტური იქნება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ქვეყნის დონეზე თანამშრომლობა უფრო შესაფერისი გადაწყვეტა იქნებოდა.

### დასკვნა

წინამდებარე კვლევა ევროპისა და აზიის ქვეყნებს შორის უმაღლესი განათლების სფეროში თანამშრომლობის ოპტიმალური მოდელის განხილვას ეძღვნება. აღნიშნული თანამშრომლობის ორი მოდელი იქნა მხედველობაში მიღებული: რეგიონთაშორისი და მთავრობათაშორისი მოდელები. განხილვის მთავარი არგუმენტის მიხედვით, რეგიონთაშორისი თანამშრომლობა ეფექტური მხოლოდ ამ რეგიონში შემავალი ქვეყნების განათლების სისტემების ჰომოგენურობის შემთხვევაში იქნება. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ქვეყნები ერთიან რეგიონალურ ბლოკს ვერ შექმნიან და რეგიონთაშორისი თანამშრომლობის წარმატების შანსებიც შემცირდება. ასეთ შემთხვევაში მთავრობათაშორისი, ანუ რეგიონის წარმომადგენელ ქვეყანათა ეკონომიკას შორის თანამშრომლობა უფრო ლოგიკური მოდელი იქნებოდა. ნაშრომში საერთაშორისო თანამშრომლობის პრობლემა ევროპულ ჭრილშია განხილული და ცდილობს დაადგინოს არსებობს თუ არა ერთიანი ევროპული საგანმანათლებლო სისტემა. მონაცემთა კრებულში ასახულია განათლების სისტემასთან რელევანტური კულტურული და საერთაშორისო გარემოს აღმწერი 22 ცვლადი სიდიდე. აღმოჩნდა, რომ ქვეყნებს შორის ევკლიდური მანძილები ერთმოდულიანის მაგივრად კლასტერულია. შედეგად, მივედით დასკვნამდე, რომ ევროპაში ოთხი სხვადასხვა საგანმანათლებლო სისტემა არსებობს, ანუ განათლების ერთიანი ევროპული მოდელი არ არსებობს. შედეგად, ჩვენი ძირითადი არგუმენტის გათვალისწინებით ვასკვნით, რომ ევროპის და აზიის ქვეყნებს შორის რეგიონთაშორის თანამშრომლობაზე უფრო მეტად მთავრობათაშორისი თანამშრომლობა იქნებოდა ეფექტური.

**ბიბლიოგრაფია:**

1. Academic Ranking of World Universities 2018, available here: <http://www.shanghairanking.com/arwu2018.html> [last verified April 26, 2021];
2. Adolfsson, A., Ackerman, A., and Brownstein, N.C., "To Cluster, or Not to Cluster: An Analysis of Clusterability Methods", 2018, available here: <https://arxiv.org/pdf/1808.08317.pdf> [last seen 26.04.2021];
3. Alesina, A., and Giuliano, P., "Culture and Institutions", 53(4) "Journal of Economic Literature", 2015;
4. Antony, J.S., Nicola, T., in the book "Successful Global Collaborations in Higher Education Institutions" A. AI-Youbi et al. (Editors), The Tricky Terrain of Global University Partnerships, Springer, 2020;
5. Cifuentes, S., and Monsalve Lorente, L., "Comparative study between the educational systems of Spain, UK, France and Germany", "Proceedings of EDULEARN15 Conference 6th-8th July 2015", Barcelona, Spain;
6. Deca, L., Curaj, A., and Pricopie, R., "European Higher Education Area: Challenges for a New Decade", Springer, 2020;
7. Erickson, F., "Culture difference and science education", 18(2) "The Urban Review", 1986;
8. Habibov, N.N. "Does childcare have an impact on the quality of parent-child interaction? Evidence from post-Soviet Kyrgyzstan, Tajikistan, and Uzbekistan", 34(12) "Children and Youth Services Review";
9. Haug, G., and Race, J., "Interregional Cooperation in Higher Education in Europe", 2 "Journal of Studies in International Education";
10. Heckman, J., "Policies to Foster Human Capital (with discussion) ", 54(1) "Research in Economics", 2000;
11. Hill C., and Fernandez-Chung R., "Higher Education in the Asian Century: The European legacy and the future of Transnational Education in the ASEAN region (Asia-Europe Education Dialogue) ", Routledge, 2016;
12. Kirby, W., van der Wende, M., "The New Silk Road: implications for higher education in China and the West? OUP accepted manuscript", "Cambridge Journal of Regions, Economy and Society", 2018;
13. Kitiashvili, Z., "For the Definition of the Term Education System in Post Soviet Countries", 2(21), "International Journal of Multilingual Education", 2014;
14. Klemencic, M., "Intergovernmental regional cooperation in European higher education", 13 "Higher Education Forum", 2016;
15. McInerney, D., and Tan O., "What the West Can Learn from the East: Asian Perspectives on the Psychology of Learning and Motivation", Information Age Publishing, 2008;
16. North, D., "Institutions", 5(1) "The Journal of Economic Perspectives";
17. Olson-Strom, S., and Rao, N., in the book "Diversity and Inclusion in Global Higher Education" C. Sanger and N. Gleason (Editors), Higher Education for Women in Asia, Palgrave Macmillan, 2020;
18. Open Society Institute, "Education Development in Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan: Challenges and Ways Forward", available here: <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/education-development-kyrgyzstan-tajikistan-and-uzbekistan> [last seen 26.04.2021];
19. Postiglione, G., "International Cooperation in East Asian Higher Education", Springer, 2020;
20. Rakhmonov. D., and Jumaev, N., "Education in Central Asia", Springer, 2020;

21. Scott, R.W, and Meyer, J.W., in the book "The new institutionalism in organizational analysis" W.W. Powell and P.J. DiMaggio (Editors), The organization of societal sectors: Propositions and early evidence, The University of Chicago Press, 1991;
22. Spillane, J. P., and Burch, P., in the book "The new institutionalism in education", The institutional environment and instructional practice: Changing patterns of guidance and control in public education, SUNY Press, 2006;
23. UNDP, "Assessment of the Impact of Migration and Displacement on Local Development in Turkey, Serbia, and the Former Yugoslav Republic of Macedonia", available here: <file:///D:/Downloads/undp-rbec-assessment-impact-displacement-april-2017.pdf> [last seen 24.04.2021];
24. Wilk, K., "The best educational systems in the world on example of European and Asian countries", 8(3) "Holistica", 2017;
25. World Bank, "Government expenditure on education, total (% of GDP)", available here: <https://data.worldbank.org/indicator/SE.XPD.TOTL.GD.ZS> [last seen 16.03.2021].

## აგენტიფიკაცია საქართველოს საგანმანათლებლო სექტორში

ნათია გუგუნაშვილი,

მოწვეული ლექტორი,

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

### აბსტრაქტი

აგენტიფიკაცია რიგ ქვეყნებში საჯარო ადმინისტრირების რეფორმების დღის წესრიგის ბოლოდროინდელი ტრენდია. აგენტიფიკაციის კონცეფცია გულისხმობს ცენტრალურ მთავრობასა და სააგენტოებს შორის ურთიერთობის გადაწყობას სააგენტოებისადმი ამოცანების დელეგირების შედეგად. საჯარო სექტორში ეფექტურობაზე ორიენტირებული ბიზნესის მსგავსი მოდელის შემოღებისა და ამ გზით, შრომის ეფექტურობისა და ანგარიშვალდებულების გაზრდის მიზნით, აგენტიფიკაციის პროცესს ძირითადად საერთაშორისო ორგანიზაციები წარმართავენ, მაგალითად ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია, საერთაშორისო სავალუტო ფონდი და მსოფლიო ბანკი. წინამდებარე კვლევა საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროში შემავალი ექვსი სააგენტოს (სსიპ-ის)<sup>1</sup> მაგალითზე საქართველოს საგანმანათლებლო სექტორში აგენტიფიკაციის პროცესს შეისწავლის. ემპირიული კვლევის თანახმად, აღნიშნულ სააგენტოებთან (სსიპ-ებთან) სამინისტროს ურთიერთობა სცდება კლასიკური “პრინციპისა და აგენტის” მოდელს და უფრო მეტად ეფუძნება ურთიერთთანამშრომლობისა და კოლაბორაციის პრინციპებს. იურიდიული ხარვეზები, შრომის ეფექტურობის შეფასებისა და მართვის ძველმოდური მეთოდები, მუდმივი რეფორმები და სტრუქტურული ცვლილებები აგენტიფიკაციის პროცესს სერიოზული გამოწვევების წინაშე აყენებს. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს შემთხვევაში, ამ კონკრეტული სექტორის აგენტიფიკაციის პროცესზე გარე აქტორების - საერთაშორისო ორგანიზაციების გავლენა არ შეინიშნება. ეს უფრო შიდა პოლიტიკური გადაწყვეტილება იყო.

**საკვანძო სიტყვები:** აგენტიფიკაცია, სსიპ-ები, განათლების სექტორი, პრინციპისა და აგენტის თეორია, სამართლებრივი ჩარჩო.

### შესავალი

“საჯარო მმართველობის მუდმივ დილემას წარმოადგენს მთავრობის მიერ სამინისტროს ერთ მთლიან ერთეულად ან დეპარტამენტისა და ერთი ან რამდენიმე ნაწილობრივ გამოყოფილი სააგენტოსგან შემდგარ, დუალური ტიპის ორგანიზაციად ჩამოყალიბების საკითხი”.<sup>2</sup> “დანახარჯების შემცირებისა და მოქალაქეებისთვის ანგარიშვალდებულებული მომსახურების უზრუნველყოფის მიზნით, 1980-იანი წლებიდან მოყოლებული სააგენტოს მოდელის მიმართ ინტერესი ბევრ ქვეყანაში გაიზარდა”.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> წინამდებარე კვლევაში საქართველოს კონტექსტში ტერმინი „სააგენტოს“ ქვეშ საჯარო სამართლის იურიდიული პირი სსიპ-ი მოისაზრება და შესაბამისად, სააგენტო და სსიპ-ი ერთმანეთის სინონიმებად გამოიყენება.

<sup>2</sup> J. Trondal, M. Egeberg, Agencification. ISL Working Paper No 4, 2013, p.2.

<sup>3</sup> SIGMA. Financial Management and Control of Public Agencies. SIGMA Paper No. 32. Paris: CCNM/SIGMA/PUMA 2001,4 p.8.

ორი ათწლეულის განმავლობაში „აგენტიფიკაცია“ ადმინისტრაციული პოლიტიკის გამტარებელთა დღის წესრიგის აქტუალურ თემას წარმოადგენდა და სამეცნიერო წრეებში მნიშვნელოვანი ყურადღება მიიპყრო.<sup>4</sup>

აგენტიფიკაციის კონცეფცია ცენტრალური მთავრობის მხრიდან სააგენტოებისადმი ამოცანების დელეგირებას გულისხმობს. საჯარო სექტორში შრომის ინტენსიურობისა და ანგარიშვალდებულების გაზრდის მიზნით, აგენტიფიკაციის პროცესს ძირითადად ისეთი საერთაშორისო ორგანიზაციები ახორციელებენ, როგორცაა ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია, საერთაშორისო სავალუტო ფონდი და მსოფლიო ბანკი.

თუმცა, ორაზროვანი მნიშვნელობისა და სააგენტოს იდეის ერთიანი განსაზღვრების ნაკლებობის გამო, ტერმინმა „სააგენტო“ სხვადასხვა კონტექსტში განსხვავებული განმარტება და ორგანიზაციული ფორმა შეიძინა.

“აგენტიფიკაცია განსაკუთრებით ვირულენტური პოსტ-საბჭოთა სამყაროში აღმოჩნდა”.<sup>5</sup> ამის ნათელ მაგალითს კავკასიაში მდებარე პატარა, ყოფილი საბჭოთა ქვეყანა - საქართველო წარმოადგენს. ამ მცირე ქვეყანაშიც კი, ოფიციალურად აღიარებული საჯარო სამართლის სააგენტოების რაოდენობა 34 000-მდე გაიზარდა, როდესაც “ვარდების რევოლუციის შემდეგ 2004 წლის დასაწყისში, რეფორმის ტემპი დაჩქარდა, ხოლო 2005 წლის დეკემბრისთვის 2700 -მდე სკოლა სსიპ-ად გარდაიქმნა.”<sup>6</sup> “2004 წლის თებერვლის “საქართველოს მთავრობის სტრუქტურის” შესახებ კანონმა სსიპებს სამინისტროების გვერდით ცენტრალური როლი მიანიჭა.”<sup>7</sup>

2004-2012 წლებში, საქართველოს საჯარო სექტორში საჯარო მმართველობის რეფორმების ორი ტალღა განხორციელდა. რეფორმების პირველი ტალღა ახალი საჯარო მმართველობის მოდელის დაფუძნებისკენ იყო მიმართული. თუმცა, ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის სხვა ქვეყნების მსგავსად, საქართველოშიც ახალი საჯარო მმართველობის მოდელის შემოღება ქვეყნის დასავლური ორიენტაციის დემონსტრაციას უფრო წარმოადგენდა, ვიდრე საჯარო ადმინისტრირების მოდელის რაციონალურ არჩევანს. ახალი საჯარო მმართველობის მოდელის შემოღებამ საქართველოში - ძლიერი სახელმწიფო ინსტიტუტების, გამართული პროფესიონალური საჯარო სამსახურისა და კარგად განვითარებული თავისუფალი ბაზრის არმქონე განვითარებად ქვეყანაში საჯარო ადმინისტრირების რეფორმის ზოგადი წარუმატებლობა გამოიწვია.<sup>8</sup>

საქართველოს საჯარო სექტორში ახალი საჯარო მმართველობის მოდელის შემოღების კონტექსტის ფონზე ჩნდება კითხვა: აგენტიფიკაცია, როგორც ახალი საჯარო მმართველობის მოდელის მნიშვნელოვანი ნაწილი, წარმოადგენდა რეფორმის რაციონალურ არჩევანს მთავრობის ეფექტურობისა და მოქალაქეებისადმი ანგარიშვალდებულების გაზრდის მიზნით, თუ იყო უბრალო დემონსტრაცია, რომ ქვეყანა ფეხს უბამდა რეფორმის ტრენდს?!

ამ მოსაზრებებს ნაშრომის ძირითად საკვლევ საკითხებამდე მივყავართ, კერძოდ: რა მოცულობით იქნა აგენტიფიკაციის პროცესი - სსიპ-ების რეფორმა საქართველოში

<sup>4</sup> J. Trondal, Agencification. Public Administration Review, 74(4), 2014, p.545.

<sup>5</sup> B. Lehmbruch, “It takes two to quango: post-Soviet fiscal relations, political entrepreneurship and agencification from below”. ISS Working Paper Series/General Series, 538(538), 2012, p. 5.

<sup>6</sup> S. M. George, A. Billmeier, S. Ding, K. Fedorov, I. Yackovlev & J. Zeuner, “Legal Entities of Public Law in Georgia: Accountability and Reform”. Georgia: Selected Issues 2006, p. 42.

<sup>7</sup> B. Lehmbruch & L. Sanikidze, “Soviet legacies, new public management and bureaucratic entrepreneurship in the Georgian protection police. Agencifying the police?” Europe-Asia Studies, 66(1) 2014, p.92.

<sup>8</sup> N. Dolidze, “Public administration reforms in Georgia: establishing administrative model for state organizations.” Caucasus Social Science Review (CSSR), 2, 2015, pp. 15-16.



განხორციელებული და რა წარუმატებლობა განიცადა რეფორმამ? რამდენად ავტონომიურები არიან სააგენტოები (სსიპები) საქართველოში ?

## 1. თეორიული ჩარჩო

### 1.1. სააგენტოს იდეა

სააგენტოს მოდელის შექმნა 1970-იანი წლების მსოფლიო ეკონომიკური მდელვარების პერიოდს უკავშირდება, როდესაც მთავრობები სამი სერიოზული პრობლემის წინაშე აღმოჩნდნენ:

1. ფინანსური: საყოველთაო კეთილდღეობის სახელმწიფოს ხარჯების გაზრდამ გადასახადების ამოღება შეამცირა. ამ გარემოებებმა შექმნა ზეწოლა, შემცირებულიყო სახელმწიფო ხარჯების ზრდის ტემპი;
2. სახელმწიფო ინსტიტუტების მიმართ მოქალაქეების ნდობის შემცირება;
3. საჯარო მომსახურების სტანდარტებისადმი მოქალაქეების მოლოდინების ზრდა.

ამ პრობლემებმა დასაბამი დაუდო წინადადებას, რომელიც ყველაზე მკვეთრად გამოხატულ იქნა აშშ-ში, მაგრამ გამოძახილი ჰპოვა სხვა ქვეყნებშიც, რომ მთავრობებს უნდა „გაეკეთებინათ მეტი უფრო ნაკლებით“. სწორედ აქ ჩნდება სააგენტოები. მოიაზრება, რომ სააგენტოებს მთავრობების უკეთ და უფრო ეკონომიურად მუშაობაში დახმარების უნარი შესწევთ.<sup>9</sup>

აგენტიფიკაციის არსის ახსნისას მეცნიერები ორგანიზაციულ, ფუნქციონალურ, ვითარებით და ინსტიტუციონალურ (მითურ) მიდგომებს იყენებენ. ორგანიზაციული/ინსტიტუციური მიდგომის თანახმად, სააგენტოები წარმოიქმნებიან მანამდე არსებული ორგანიზაციული სტრუქტურებით განპირობებული კომპრომისებისა და ძალაუფლებისათვის ბრძოლების ფონზე. ფუნქციონალური თეორიის თანახმად, აგენტიფიკაცია კოლექტიური მოქმედების პრობლემებისადმი პასუხია, კერძოდ, სააგენტოებს პოლიტიკური ტრანზაქციის ხარჯის შემცირებაში შეაქვთ წვლილი. ვითარებითი მიდგომის თანახმად, სააგენტოების შექმნას კონკრეტული ვითარებისადმი რეაგირების საჭიროება წარმოშობს. და ბოლოს, ინსტიტუციონალური (მითური) მიდგომის მიხედვით, სააგენტოების შექმნა შესაძლებელია, მიჩნეულ იქნეს როგორც ტრენდი საჯარო პოლიტიკაში და მოდური იდეა საჯარო მენეჯმენტის სფეროში.<sup>10</sup>

რიგი მეცნიერები შეეცადნენ, მოეძებნათ სააგენტოს მოკლე განმარტება:

“სააგენტოთი” ვგულისხმობთ სამინისტროსგან ან კაბინეტისგან ფორმალურად და ორგანიზაციულად განცალკევებულ ადმინისტრაციულ ერთეულს, რომელიც რეგულარულად ახორციელებს საჯარო ამოცანას ეროვნულ დონეზე, დაკომპლექტებულია საჯარო მოხელეებით, ფინანსდება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან და ექვემდებარება საჯარო ლეგალურ პროცედურებს.<sup>11</sup>

სააგენტოს იდეის განსაზღვრებისას, მეცნიერებს უჭირთ ყოვლისმომცველი განმარტების მოძებნა.

<sup>9</sup> C. Pollit, K. Bathgate, J. Caulfield et al. “Agency Fever: Analysis of an International Policy Fashion”, Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice, 3, 2001, pp.276-277.

<sup>10</sup> J. Trondal, M. Egeberg, Agencification. ISL Working Paper No 4, 2013, p.5.

<sup>11</sup> M. Egeberg & J. Trondal, “Political leadership and bureaucratic autonomy: Effects of agencification”. Governance, 22(4) 2009, p.674.

“საერთაშორისო გამოცდილების მიმოხილვაც აჩვენებს, რომ ეროვნული მთავრობის მიერ საჯარო სააგენტოს ტერმინის გამოყენებისას, ის იმ მნიშვნელობას ატარებს, რაც მთავრობას სურს, მიანიჭოს მას”.<sup>12</sup>

პოლიტი და სხვები განმარტავენ სააგენტოს ერთიანი განსაზღვრების სირთულის გამომწვევ მიზეზებს:

1. სხვადასხვა ქვეყანაში მოქმედი განსხვავებული საჯარო სამართალი;
2. თავად ენა: სხვადასხვა ენაში არსებული ტერმინოლოგიური განსხვავება. შესაძლოა, თარგმნის პროცესში მნიშვნელოვანი მნიშვნელობები დაიკარგოს, ან უნებლიეთ სხვები აღმოცენდეს;
3. პოლიტიკურ სისტემებს შორის განსხვავება: სხვადასხვა პოლიტიკურ სისტემებს შიგნით ფუნქციონირების გამო ერთი შეხედვით მსგავსი იურიდიული სტატუსისა და ფორმალური უფლებამოსილების მქონე ორმა უწყებამ შესაძლოა, განსხვავებულად იმუშაოს.<sup>13</sup>

## 1.2. პრინციპის და აგენტის თეორია

აგენტიფიკაცია ხშირად განიხილება პრინციპისა და აგენტის თეორიის ჭრილში.

პრინციპისა და აგენტის თეორიამ პოლიტიკურ მეცნიერებებში 1970-იან წლებში პოპულარობა მას შემდეგ მოიპოვა, რაც პოლიტიკის მეცნიერების სპეციალისტებმა ეკონომისტების პარადიგმისგან განსხვავებული, ძალაუფლების დელეგირების მრავალფეროვანი სცენარების შემუშავებაზე დაიწყეს მუშაობა. პარადიგმის ძირითადი დოგმები პოლიტიკის მეცნიერებასა და ეკონომიკაში იდენტურია: “პრინციპები გადასცემენ აგენტებს ძალაუფლებას თავიანთი პოლიტიკური პრეფერენციების გატარების მიზნით. თუმცა, პრინციპებისა და აგენტების მიზნები შესაძლოა, წინააღმდეგობაში მოვიდეს და ინფორმაციის ასიმეტრიის გამო, პრინციპებს არ შეუძლიათ იყვნენ დარწმუნებულნი, რომ აგენტები მათ სურვილს ასრულებენ; პოლიტიკური პრინციპები ასევე შესაძლოა, არახელსაყრელი სელექციის, მორალური საფრთხისა და აგენტების ოპორტიუნიზმის პრობლემის წინაშე დადგნენ. ასე რომ, პრინციპები ცდილობენ სტიმულირების გზით საკუთარი და აგენტების ინტერესების თანხვედრაში მოყვანას და აკონტროლებენ აგენტების საქციელს და ქმედებებს, რაც სააგენტოების ხარჯებს განაპირობებს”.<sup>14</sup>

თუმცა, დეტალები სრულიად განსხვავებულია. პოლიტიკის მეცნიერების სპეციალისტები მხედველობაში იღებენ რამდენიმე აქტორისა და ძალაუფლების დელეგირების უფრო მრავალფეროვანი სცენარის არსებობას, რომელიც სცდება ეკონომიკის პარადიგმით გათვალისწინებული სააგენტოს კონტრაქტის იდეას. მაგალითად, პრინციპებმა შესაძლოა, აგენტებს გადასცენ ძალაუფლება საკუთარი ვალდებულებების სანდოობის ამაღლების, არაპოპულარული პოლიტიკისთვის ბრალდებების თავიდან აცილების მიზნით და ა.შ. ასეთი სცენარები მოისაზრებს სააგენტოს კონტრაქტის სრულიად განსხვავებულ იდეას. პრინციპები, რომლებიც ცდილობენ აგენტებისგან ნდობის მოპოვებას, არჩევენ მოშორებით მყოფ აგენტებს სხვადასხვა პოლიტიკური პრეფერენციით, ხოლო მნიშვნელოვანი ავტონომიისა და დისკრეციის მინიჭების ფონზე, ანგარიშვალდებულებას მაინც მოითხოვენ მათგან.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> SIGMA. Financial Management and Control of Public Agencies. SIGMA Paper No. 32. Paris: CENM/SIGMA/PUMA 2001,4, p.14.

<sup>13</sup> C. Pollit, K. Bathgate, J. Caulfield et al. “Agency Fever: Analysis of an International Policy Fashion”, Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice, 3 2001, pp. 273-274.

<sup>14</sup> S. P. Shapiro, “Agency theory.” Annu. Rev. Sociol., 31 2005, p. 271.

<sup>15</sup> Ibid.

სააგენტოს ზემოაღნიშნული იდეა და აგენტიფიკაციის პროცესი ასევე მოისაზრებს სააგენტოს განსხვავებული კონტრაქტის არსებობას. როგორც უკვე აღინიშნა, “სააგენტოს ამგვარი კონტრაქტისა და საჯარო სექტორის რეფორმის მიზანი მდგომარეობდა ეფექტიანობისა და ეფექტურობის გაზრდაში, მენეჯერების ავტონომიურობის გაფართოებაში, მომსახურების მოქალაქეებამდე ახლოს მიტანაში, პოლიტიკური ჩარევის შემცირებასა და მინისტრებისთვის უფრო სერიოზულ პოლიტიკურ საკითხებზე კონცენტრირების საშუალების მიცემაში”.<sup>16</sup>

სააგენტოს ამგვარი კონტრაქტი ასევე მოისაზრებს სხვადასხვა აქტორის არსებობას, როგორცაა რეფორმის მომხრე და ვეტოს მსურველი შიდა და გარე აქტორები. გარე აქტორების არსებობა და როლი განსაკუთრებით ნიშანდობლივია გარდამავალ ეტაპზე მყოფი ქვეყნების კონტექსტში, რომლებიც ისწრაფიან დემოკრატიული ინსტიტუტების დაფუძნებისკენ. საგარეო პოლიტიკური ორიენტაცია და საერთაშორისო ორგანიზაციების წევრობასთან დაკავშირებული პრიორიტეტები ასევე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს საჯარო ადმინისტრირების რეფორმაზე.

შესაბამისად, აქ შესაძლებელია ნაშრომის ძირითადი ჰიპოთეზის ფორმულირება:

“აგენტიფიკაციის პროცესი საქართველოში მოისაზრებს სააგენტოს განსხვავებული კონტრაქტის არსებობას სხვადასხვა აქტორისა და ინტერესის გათვალისწინებით, რაც პრინციპისა და აგენტის ურთიერთობის კლასიკურ ეკონომიკურ მოდელს სცდება”.

## 2. კვლევის დიზაინი და მეთოდოლოგია

ნაშრომში დასმული კვლევითი საკითხების შესწავლისა და საჯარო სექტორში განხორციელებული სააგენტოს რეფორმის დონის დადგენის მიზნით, ინდიკატორების განმარტება დაეფუძნება სააგენტოს ზემოაღნიშნული იდეის განსაზღვრებასა და შესაბამის თეორიულ ჩარჩოს. ავტორი ინდიკატორების გამოყენებით გააანალიზებს რეფორმის განხორციელების მოცულობას და განიხილავს, ფუნქციონირებს თუ არა სააგენტო როგორც ადმინისტრაციული მოდელი საქართველოს შემთხვევაში.

სააგენტოს იდეის ზემოაღნიშნული განსაზღვრებების გათვალისწინებით, “სააგენტოს” მოდელის ძირითადი არსის მომცველი სამი მნიშვნელოვანი ელემენტი უნდა იქნას ერთმანეთისგან გარჩეული:

1. სტრუქტურული განცალკევება/დანაწევრება და “სპეციფიური ამოცანის” მქონე ორგანიზაციების ჩამოყალიბება
2. კადრებისა და ფინანსური მართვის გადაწყვეტილებებთან დაკავშირებული მენეჯერული ავტონომია
3. კადრების, ფინანსებისა და მენეჯმენტის საკითხებთან მიმართებით მენეჯერული ანგარიშვალდებულება

სააგენტოს მოდელის პირველ მნიშვნელოვან მახასიათებელს სტრუქტურული განცალკევება წარმოადგენს, რაც იურიდიულ ავტონომიურობას გულისხმობს და მოიცავს სამინისტროების დაყოფას ძირითად ცენტრალურ ორგანოდ და სხვადასხვა სპეციფიური ამოცანის მქონე სააგენტოებად. განცალკევების დონის შესწავლის მიზნით, გააანალიზებული იქნება იურიდიული ჩარჩო.

<sup>16</sup> B. Verschuere & D. Vancoppenolle “Policy-making in an era of agencification: An exploration of task divisions between politicians, core departments and public agencies.” Policy and Society, 31(3) 2012, p.249.

იურიდიული ჩარჩო	განცალკევების/იურიდიული ავტონომიურობის დონე
სააგენტოები განცალკევებულები არიან ზემდგომი სამინისტროს წიაღში	დაბალი
სააგენტოებს საკუთარი იურიდიული პირი გააჩნიათ	მაღალი

სააგენტოს მოდელის მეორე მნიშვნელოვან მახასიათებელს წარმოადგენს მენეჯერული ავტონომიურობის დონე.

“ავტონომიურობის კონცეფცია სხვა აქტორების კონტროლისგან დამოუკიდებლად მოქმედების უნარს”<sup>17</sup> მოიცავს და “ორგანიზაციის მხრიდან გადაწყვეტილების მიღების კომპეტენციის/დისკრეციის დონედ”<sup>18</sup> განიმარტება. ავტონომიურობის კონცეფცია სხვადასხვა სახის ავტონომიურობას, მათ შორის (ზემოაღნიშნულ) იურიდიულ, მენეჯერულ, პოლიტიკურ და ფინანსურ ავტონომიურობას მოისაზრებს.<sup>19</sup>

მენეჯერული ავტონომია ახალი საჯარო მმართველობის იდეალური ტიპის სააგენტოს ძირითად ბირთვს წარმოადგენს და გულისხმობს, რომ სააგენტოს “უფლება აქვს, ზემდგომი სამინისტროს ან განყოფილების თანხმობის გარეშე დამოუკიდებლად მიიღოს (კადრების და ფინანსური მართვის) მენეჯერულ ასპექტებთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებები”.<sup>20</sup>

მეტი მენეჯერული ავტონომიისა და პოლიტიკურ-ბიუროკრატიული შეზღუდვებისგან თავისუფალი “დაე მენეჯერებმა მართონ” იდეის მთავარი არგუმენტი მდგომარეობს თავად სააგენტოზე პირდაპირი პასუხისმგებლობის დაკისრების გზით სააგენტოს ეფექტურობის, ეფექტიანობისა და ანგარიშვალდებულების გაზრდაში.<sup>21</sup>

სააგენტოების ავტონომიურობის თაობაზე სრულყოფილი სურათის წარმოსადგენად ასევე გამოკვლეული იქნება სააგენტოების პოლიტიკის ავტონომიურობა. ერთმანეთისგან უნდა განირჩეს პოლიტიკის ფორმულირებისა და განხორციელების ავტონომია. პოლიტიკის ფორმულირების ავტონომია გულისხმობს პოლიტიკის მიზნების, ზუსტი ამოცანებისა და მათ პრიორიტეტებად დასახვის დისკრეციას. “პოლიტიკის განხორციელების ავტონომია კი მის განხორციელებასთან დაკავშირებული ასპექტების ზემდგომი სამინისტროს ან დეპარტამენტის თანხმობის გარეშე გადაწყვეტას მოისაზრებს”.<sup>22</sup>

ფინანსური ავტონომია გულისხმობს სააგენტოს ფინანსური დამოუკიდებლობის დონეს - გააჩნია მას საკუთარი ბიუჯეტი თუ ფინანსდება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან.

ავტონომიის ხარისხის შესწავლისას შემდეგი კრიტერიუმები იქნება გააანალიზებული:

<sup>17</sup> T. Bach, B. Niklasson & M. Painter, “The role of agencies in policy-making.” Policy and Society, 31(3) 2012, p.185.

<sup>18</sup> K. Verhoest, S. Van Thiel, G. Bouckaert, P. Laegreid, & S. Van Thiel, (Eds) Government agencies: Practices and lessons from 30 countries. London: Palgrave Macmillan. 2012, p.7.

<sup>19</sup> იქვე p.420.

<sup>20</sup> იქვე p.8.

<sup>21</sup> იქვე pp.421-422.

<sup>22</sup> იქვე p.8.

ვინ წყვეტს სააგენტოს ხელმძღვანელის დანიშვნის საკითხს?	ავტონომიურობის ხარისხი
პრემიერ-მინისტრი	საშუალო ავტონომიურობა
მინისტრი	დაბალი ავტონომიურობა
პარლამენტი	მაღალი ავტონომიურობა

ბიუჯეტი	ავტონომიურობის ხარისხი
სააგენტოს აქვს საკუთარი ბიუჯეტი	მაღალი ავტონომიურობა
სააგენტო დამოკიდებულია სახელმწიფო ბიუჯეტზე, მაგრამ შეუძლია, ჰქონდეს საკუთარი შემოსავალი	საშუალო ავტონომიურობა
სააგენტო სრულად არის დამოკიდებული სახელმწიფო ბიუჯეტზე	დაბალი ავტონომიურობა

პერსონალი	ავტონომიურობის ხარისხი
სააგენტოს მიერ დანიშვნა/რეკრუტირება	მაღალი ავტონომიურობა
სამინისტროს მიერ დანიშვნა/რეკრუტირება	დაბალი ავტონომიურობა

სააგენტოს პერსონალის გააანალიზებისას ფოკუსი გაკეთდება მოგვიანო ეტაპზე, მას შემდეგ რაც სააგენტო სამინისტროს გამოეყოფა და არა დასაწყისში, როდესაც იგი ჯერ კიდევ სამინისტროს შემადგენლობაშია.

პოლიტიკის ფორმულირება	ავტონომიურობის ხარისხი
სააგენტოებს დამოუკიდებლად შეუძლიათ, განსაზღვრონ და ფორმულირება გაუკეთონ პოლიტიკის მიზნებს, სამიზნე ჯგუფებს, ინსტრუმენტის არჩევანს და ამოცანების პრიორიტიზირებას	მაღალი ავტონომიურობა
სააგენტოებს შეუძლიათ, სამინისტროებთან კონსულტაციის გზით წვლილი შეიტანონ პოლიტიკის მიზნების, სამიზნე ჯგუფების, ინსტრუმენტის არჩევანისა და ამოცანების პრიორიტიზირების განსაზღვრასა და ფორმულირებაში	საშუალო ავტონომიურობა
სააგენტოები ზემდგომი სამინისტროსგან იღებენ ინსტრუქციებს პოლიტიკის მიზნების, სამიზნე ჯგუფების, ინსტრუმენტის არჩევანისა და ამოცანების პრიორიტიზირების თაობაზე	დაბალი ავტონომიურობა

პოლიტიკის განხორციელება	ავტონომიურობის ხარისხი
პოლიტიკის განხორციელების ზოგიერთ ასპექტს სააგენტოები ზემდგომი სამინისტროს ნებართვის გარეშე წყვეტენ	მაღალი ავტონომიურობა
პოლიტიკის განხორციელების ზოგიერთ ასპექტს სააგენტოები ზემდგომი სამინისტროს ნებართვის გარეშე ვერ წყვეტენ	დაბალი ავტონომიურობა

სააგენტოს მოდელის მესამე ასპექტს მართვისა და კონტროლის სისტემის იდეა წარმოადგენს. სააგენტოები ნახევრად ავტონომიური უწყებებია და პრინციპები/ზემდგომები მათი ავტონომიურობის შეზღუდვის მიზნით კონტროლისა და მართვის სხვადასხვა ფორმას გამოიყენებენ. ქვეყნების უმეტესობაში ზემდგომი სამინისტროები ძირითადი პრინციპები არიან, რომლებიც სააგენტოს მიერ შესრულებულ სამუშაოს აკონტროლებენ, ხოლო მცირე ნაწილში მათ ზემდგომი სამინისტროების გარდა სხვა სამინისტროებიც ან პარლამენტი აკონტროლებს.<sup>23</sup> მართვისა და კონტროლის სისტემა შესაძლოა, მოიცავდეს სააგენტოსთვის მიზნების დასახვას, აქტივობების შესრულების მონიტორინგს და ითვალისწინებდეს ხარჯების შემცირებისა და საბიუჯეტო კონტროლის მექანიზმებს. თუმცა, მართვისა და კონტროლის სისტემა შესაძლოა, სხვადასხვა სამთავრობო ინსტიტუტისა თუ საერთაშორისო ორგანიზაციის მხრიდან რეგულაციების გათვალისწინებასაც გულისხმობდეს, როგორცაა ევროკავშირი ან მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია.<sup>24</sup>

სააგენტოს მოდელის მესამე ასპექტის გასაანალიზებლად ორი განზომილება იქნება შესწავლილი: 1. შრომის ინტენსიურობის მართვის ზომებისა და პროცედურების არსებობა. 2. სააგენტოსთვის დაწესებული (საერთაშორისო) რეგულაციები და სტანდარტები.

სააგენტოს რეფორმის განხორციელების დონის შესასწავლად ავტორი იკვლევს საგანმანათლებლო სექტორს ორი მიზეზის გამო: 1. განათლების როლი კონკურენტუნარიანი, სამართლიანი და თანამედროვე სახელმწიფოს მშენებლობისთვის უმნიშვნელოვანესია. უმაღლეს განათლებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება პოსტ-საბჭოთა ქვეყნებში საზოგადოების განვითარებაში და გავლენა აქვს ქვეყნის ეკონომიკის ზრდაზე. განათლების სექტორი პოლიტიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სფეროა საქართველოშიც. ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ქვეყანამ რამდენიმე რეფორმა განახორციელა. ხელისუფლების წარმომადგენლები ხშირად უსვამენ ხაზს განათლების სფეროს მნიშვნელობას და აღნიშნული სექტორის გაუმჯობესებასა და რეფორმირებას ქვეყნის ძირითად პრიორიტეტად ასახელებენ. 2. საქართველოს საგანმანათლებლო სფეროს აგენტიფიკაციის სისტემური კვლევა ჯერჯერობით არ განხორციელებულა. წინამდებარე ნაშრომით სწორედ ამ ხარვეზის შევსებას ისახავს მიზნად ავტორი.

კვლევის ძირითად მეთოდად გამოყენებულია შემთხვევის ანალიზი. კვლევის ფარგლებში განხორციელდა განათლების სექტორში არსებული ტიპური სააგენტოების სიღრმისეული ანალიზი. “ტიპური შემთხვევის შესწავლა სტაბილური და სხვა

<sup>23</sup> იქვე pp.425-426.

<sup>24</sup> M. Asensio, “Has Agencification succeeded or failed in public sector reform? The case of Portugal.” 2011, p.6.

შემთხვევებთან კავშირში მყოფი მოვლენის, მათ შორის წარმომადგენლობითი შემთხვევის ანალიზს გულისხმობს”.<sup>25</sup>

შემთხვევის ანალიზი სხვადასხვა სახის მონაცემისა და მტკიცებულების შესწავლას მოიცავს. წინამდებარე ნაშრომში კვლევის ძირითად წყაროდ გამოყენებულია დოკუმენტაცია და ინტერვიუები. კვლევაში გამოყენებულია შემდეგი სახის მეთოდები: 1. საქართველოში აგენტიფიკაციის პროცესის ამსახველი ოფიციალური დოკუმენტაციის, კანონის და სსიპ-ების დებულებების შინაარსობრივი ანალიზი. 2. ინტერვიუს მეთოდი.

განათლების სფეროში მიმდინარე აგენტიფიკაციის პროცესის შესასწავლად კვლევისთვის შეირჩა საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროში შემავალი შემდეგი ტიპური სააგენტოები: სსიპ საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის ეროვნული სამეცნიერო ფონდი, სსიპ განათლების მართვის საინფორმაციო სისტემა, სსიპ საერთაშორისო განათლების ცენტრი, სსიპ განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი, სსიპ გამოცდებისა და შეფასების ეროვნული ცენტრი, სსიპ საგანმანათლებლო დაწესებულებების მანდატურის სამსახური, სსიპ მასწავლებლის პროფესიული განვითარების ეროვნული ცენტრი, სსიპ საგანმანათლებლო და სამეცნიერო ინფრასტრუქტურის განვითარების სააგენტო.

ექვსი სააგენტოს/სსიპ-ის დირექტორთან ან მათ მოადგილესთან ჩატარდა ინტერვიუ. აღნიშნული ვერ მოხერხდა სსიპ განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრისა და სსიპ მასწავლებლის პროფესიული განვითარების ეროვნული ცენტრის შემთხვევებში.

### კვლევის შედეგების განხილვა

ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ საგანმანათლებლო სფეროში მოქმედი სააგენტოები სხვადასხვა სახის სპეციფიურ საქმიანობას ახორციელებენ. ისინი თავიანთი საქმიანობით ავსებენ და წვლილი შეაქვთ საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს სისტემის ფუნქციონირებაში. სსიპ-ები კონკრეტულ სფეროში მოქმედი კონკრეტული ამოცანის შემსრულებელი ორგანიზაციებია.

ემპირიული კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით შესაძლებელია შემდეგი დასკვნების გაკეთება:

სააგენტოებს საქართველოში, ეგრეთ წოდებულ სსიპ-ებს მაღალი დონის იურიდიული ავტონომიურობა გააჩნიათ, სამართალსუბიექტურობის ჩათვლით. მათ ფუნქციონირებასთან დაკავშირებულ იურიდიულ ასპექტებს არეგულირებს “საქართველოს კანონი საჯარო სამართლის იურიდიული პირების შესახებ” და მათი კონკრეტული მისიიდან გამომდინარე უამრავი სხვა ნორმატიული თუ სამართლებრივი აქტი.

ხუთ შემთხვევაში სააგენტოს ხელმძღვანელს ნიშნავს მინისტრი. სსიპ საგანმანათლებლო და სამეცნიერო ინფრასტრუქტურის განვითარების სააგენტოში, სააგენტოს მიერ განხორციელებული აქტივობების მასშტაბის, მნიშვნელობისა და ბიუჯეტის მოცულობიდან გამომდინარე სააგენტოს ხელმძღვანელი ინიშნება პრემიერ-მინისტრის მიერ.

სააგენტოების ფინანსური ავტონომიურობა ფასდება საშუალოდ. ექვსივე შემთხვევაში ისინი სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ფინანსდება, თუმცა მათი მოქმედების სფეროდან გამომდინარე სსიპ-ებს დამოუკიდებელი შემოსავლის მიღების უნარიც შესწევთ.

<sup>25</sup> J. Seawright & J. Gerring, “Case selection techniques in case study research: A menu of qualitative and quantitative options.” *Political research quarterly*, 61(2) 2008, p.299.

მთავრობისა და სამინისტროს მიერ ბიუჯეტის გეგმის დამტკიცების შემდეგ სააგენტოებს შეუძლიათ, გამოყოფილი ბიუჯეტი დამოუკიდებლად განკარგონ და ზოგიერთ შემთხვევაში, მცირე შესწორებები შეიტანონ.

კადრების მართვასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილებების მიღებისას სააგენტოებს მაღალი ავტონომიურობა გააჩნიათ; მათ შეუძლიათ კადრების დამოუკიდებლად აყვანა. თუმცა პერსონალის რაოდენობაში ან სტრუქტურაში ცვლილებების შეტანა სამინისტროსგან ნებართვას მოითხოვს.

კონცეფციის დონეზე პოლიტიკის ზოგადი მიმართულებებისა და პრიორიტეტების დასახვას საქართველოს მთავრობა და განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო ახორციელებს, ხოლო სსიპ-ები მათ მიერ მიღებული გადაწყვეტილებების აღმსრულებლები არიან. თუმცა სააგენტოებს შესაძლებლობა აქვთ, საკუთარი ექსპერტიზიდან გამომდინარე მონაწილეობა მიიღონ სამინისტროსთან პოლიტიკურ კონსულტაციებში და ამგვარად წვლილი შეიტანონ პოლიტიკის ფორმულირებაში. ოთხ შესწავლილ შემთხვევაში, მათი ჩართულობა პოლიტიკის ფორმულირებაში საშუალო დონეზე იქნა შეფასებული. სსიპ გამოცდებისა და შეფასების ეროვნული ცენტრისა და სსიპ საერთაშორისო განათლების ცენტრის შემთხვევაში განსხვავებული შედეგები მათი მისიისა და ამოცანების სპეციფიური ბუნებით აიხსნება.

საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო არის ძირითადი პრინციპი, რომლის წინაშეც შესწავლილი სააგენტოები ანგარიშვალდებული არიან. თუმცა, ფინანსურ საკითხებთან დაკავშირებით საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო და სახელმწიფო აუდიტის სამსახურიც ასევე ჩართულია მართვისა და კონტროლის პროცესში. ფინანსთა მინისტრის 112-ე ბრძანების საფუძველზე სააგენტოები ვალდებული არიან, კვარტალში ერთხელ წარმოადგინონ შესრულებული სამუშაოს სტანდარტული ანგარიში. მართვისა და კონტროლის მიზნიდან გამომდინარე, საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს ასევე შეუძლია, სსიპ-ებისგან მოითხოვოს დამატებითი ინფორმაციისა და დოკუმენტაციის წარმოდგენა.

სააგენტოებზე არ არის დაწესებული საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ გაცემული რაიმე საერთაშორისო რეგულაცია. თუმცა, სსიპ-ები საქართველოს მთავრობის მიერ ხელმოწერილი საერთაშორისო შეთანხმებებისა და კონვენციების გავლენას ირიბად განიცდიან.

## დასკვნა

სააგენტოს როგორი სახის კონტრაქტს მოისაზრებს საქართველოს განათლების სექტორში არსებული აგენტიფიკაციის პროცესი?

სსიპ-ების მიერ შესრულებული სპეციფიური ამოცანების ფართო სპექტრი განსხვავებულ ხასიათს სძენს სააგენტოს ამ კონტრაქტს. სსიპ-ები სამინისტროს საქმიანობას ავსებენ და მათ პოლიტიკის განხორციელებაში ეხმარებიან.

ემპირიული კვლევის თანახმად, სამინისტროსა და სააგენტოებს(სსიპებს) შორის ურთიერთობა ხშირად თანამშრომლობის პრინციპებზეა დაფუძნებული. პრინციპი - განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო ახდენს უფლებამოსილების დელეგირებას, რადგან მას სჭირდება მეტი რესურსი ფართო სპექტრის ამოცანების შესასრულებლად. სააგენტოების გარეშე სამინისტრო ამ პოლიტიკას ვერ განახორციელებს. შესაბამისად, პრინციპი და აგენტი ერთმანეთს ავსებენ. კვლევის ფარგლებში შესწავლილ სსიპ-ებს სამინისტროს სისტემის გამართულ ფუნქციონირებაში შეაქვთ წვლილი.



სააგენტოს აღნიშნული კონტრაქტი სხვადასხვა აქტორს მოისაზრებს. ძირითადი პრინციპის - განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს გარდა, ფინანსთა სამინისტროც შეიძლება, ჩაითვალოს პრინციპად, რომლის წინაშეც სააგენტოები ფინანსურად ანგარიშვალდებული არიან.

რაც შეეხება სააგენტოს რეფორმის განხორციელებაში ჩართულ აქტორებს, ამ კონკრეტული სფეროს აგენტიფიკაციის პროცესზე საერთაშორისო ორგანიზაციების გავლენა არ შეინიშნება. ეს უფრო შიდა პოლიტიკური გადაწყვეტილება იყო.

აგენტიფიკაციის პროცესის ანალიზისას აუცილებლად ხაზი უნდა გაესვას იურიდიულ ჩარჩოსთან დაკავშირებულ ხარვეზებს. საქართველოში აგენტიფიკაციის პროცესის დამარეგულირებელი ძირითადი კანონი - საქართველოს კანონი “საჯარო სამართლის იურიდიული პირის შესახებ” უკანასკნელად 1999 წელს იქნა შესწორებული. აღნიშნული კანონი გაკრიტიკებულია მისი კონკრეტულის სიმწირის გამო.

კვლევაში ნახსენები შესრულებული სამუშაოს მართვისა და შეფასების მეთოდები მიჩნეულია მოძველებულად.

დასაქმებულთა იურიდიული სტატუსიც მორიგ გამოწვევას წარმოადგენს. სსიპებში დასაქმებული პირების საჯარო მოხელეებად მიჩნევა დიდხანს იყო დისკუსიის თემა. ახალი რეგულაციების თანახმად, ისინიც საჯარო მოხელის სტატუსით ისარგებლებენ.

აგენტიფიკაციის პროცესს მუდმივი რეფორმები და სტრუქტურული ცვლილებები აყენებს გამოწვევების წინაშე. მაგალითად, ბიუროკრატის ეფექტიანობის ამაღლების მიზნით, 2018 წელს რამდენიმე სამინისტრო გაერთიანდა. შედეგად, ემპირიული კვლევის ჩატარების მომენტში კულტურის, სპორტის და ახალგაზრდობის სამინისტროს დაქვემდებარებაში არსებული სსიპები განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროს დაქვემდებარებაში აღმოჩნდნენ. ამგვარი ცვლილებები შესაძლებელია, მიჩნეულ იქნას პროცესის გამოწვევად.

და ბოლოს, აღსანიშნავია, რომ კვლევას საკუთარი შეზღუდვებიც აქვს. განათლების სფეროს სპეციფიურობიდან გამომდინარე შედეგების განზოგადება რთულდება. უფრო მეტიც, კონკრეტული სფეროს პოლიტიკიდან გამომდინარე სამინისტროსა და სააგენტოებს შორის ურთიერთობაც განსხვავებულია. თითოეულ სამინისტროს თავის დაქვემდებარებაში არსებულ სააგენტოსთან ურთიერთობის და მუშაობის თავისებური კულტურა გააჩნია.

## ბიბლიოგრაფია:

1. Maria Asensio, "Has Agencification succeeded or failed in public sector reform? The case of Portugal." 2011. Available at: <https://soc.kuleuven.be/io/egpa/org/2011Roem/papers/Paper%20Maria%20Asensio.pdf> [Last seen 01.06.2019];
2. Tobias Bach, Birgitta Niklasson & Martin Painter, "The role of agencies in policy-making." *Policy and Society*, 31(3). 2012;
3. Nino Dolidze, "Public administration reforms in Georgia: establishing administrative model for state organizations." *Caucasus Social Science Review (CSSR)*, 2. 2015;
4. Morten Egeberg, & Jarle Trondal, "Political leadership and bureaucratic autonomy: Effects of agencification." *Governance*, 22(4). 2009;
5. Susan M. George, Andreas Billmeier, Shuang Ding, Konstantin Fedorov, Irene Yackovlev, & Joerg Zeuner, "Legal Entities of Public Law in Georgia: Accountability and Reform." *Georgia: Selected Issues*. 2006, 41-50. IMF, Washington, DC;
6. Barbara Lehmbruch, "It takes two to quango: post-Soviet fiscal relations, political entrepreneurship and agencification from below." *ISS Working Paper Series/General Series*. 538(538), 2012;
7. Barbara Lehmbruch & Lia Sanikidze, "Soviet legacies, new public management and bureaucratic entrepreneurship in the Georgian protection police. Agencifying the police?" *Europe-Asia Studies*, 66(1), 2014;
8. Christopher Pollit, Karen Bathgate, Janice Caulfield, Amanda Smullen, Colin Talbot, "Agency Fever: Analysis of an International Policy Fashion", *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 3, 2001;
9. Jason Seawright & John Gerring, "Case selection techniques in case study research: A menu of qualitative and quantitative options." *Political research quarterly*, 61(2), 2008;
10. Susan P. Shapiro, "Agency theory." *Annu. Rev. Sociol.*, 31, 2005;
11. SIGMA. Financial Management and Control of Public Agencies. SIGMA Paper No. 32. Paris: CCNM/SIGMA/PUMA (2001)4, April (available at [www.oecd.org/puma/sigmaweb/](http://www.oecd.org/puma/sigmaweb/));
12. Jarle Trondal, Morten Egeberg, Agencification. ISL Working Paper No 4, 2013;
13. Jarle Trondal, "Agencification." *Public Administration Review*, 74(4), 2014;
14. Bram Verschuere & Diederik Vancoppenolle, "Policy-making in an era of agencification: An exploration of task divisions between politicians, core departments and public agencies." *Policy and Society*, 31(3), 2012;
15. Koen Verhoest, Sandra Van Thiel, Geert Bouckaert, Per Lægveid & Sandra Van Thiel (Eds.) *Government agencies: Practices and lessons from 30 countries*. London: Palgrave Macmillan, 2012;
16. საქართველოს კანონი საჯარო სამართლის იურიდიული პირის შესახებ, 1999;
17. საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის ბრძანება N 229/ნ საჯარო სამართლის იურიდიული პირის - განათლების მართვის საინფორმაციო სისტემის შექმნისა და მისი დებულების დამტკიცების შესახებ;
18. საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის ბრძანება N 74/ნ საჯარო სამართლის იურიდიული პირის საგანმანათლებლო დაწესებულების მანდატურის სამსახურის დებულების დამტკიცების შესახებ;
19. საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის ბრძანება N 62 საჯარო სამართლის იურიდიული პირის - შოთა რუსთაველის საქართველოს ეროვნული სამეცნიერო ფონდის დაფუძნებისა და მისი წესდების დამტკიცების შესახებ;
20. საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის ბრძანება N 225/ნ საჯარო სამართლის იურიდიული პირის - საგანმანათლებლო და სამეცნიერო

ინფრასტრუქტურის განვითარების სააგენტოს რეორგანიზაციისა და მისი დებულების დამტკიცების შესახებ;

21. საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების მინისტრის ბრძანება N 180/ნ საქარო სამართლის იურიდიული პირის - განათლების საერთაშორისო ცენტრის დებულების დამტკიცების შესახებ.

# შურნალისტიკა



## რა არის „სტრატეგიული კომუნიკაციები“?

**მარინა გორდელაძე,**

ასისტენტ-პროფესორი,

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

**გიორგი მოლოდინი,**

დოქტორანტი,

საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი

### აბსტრაქტი

სტრატეგიული კომუნიკაციები (შემოკლებით, „სტრატკომი“), როგორც ცალკე დარგი/პროფესია ჯერ კიდევ ჩამოყალიბების და, შესაბამისად, შესწავლის პროცესშია, განსაკუთრებით საქართველოში. უფრო მეტიც, თავად ამ სფეროში დასაქმებულ ადამიანებსაც კი უჭირთ „სტრატკომის“ მნიშვნელობის და ფუნქციების სათანადოდ გააზრება და ზოგადად, კომუნიკაციისა და ისეთი საინფორმაციო დისციპლინისგან მისი გამორჩევა, როგორც მაგალითად, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა“.

მიუხედავად საკითხის მნიშვნელობისა და აქტუალობისა, (განსაკუთრებით კი დღევანდელ ინფორმაციულად გადატვირთულ გარემოში), აღნიშნული თემა სიღრმისეულად შესწავლილი არ არის. წინამდებარე ნაშრომი პირდაპირ და ნათლად ადასტურებს, რომ „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ დღემდე არსებული განმარტებები და ავტორთა მსჯელობები არ ქმნიან პროფესიისთვის დამოუკიდებელი თეორიული ჩარჩოს შექმნის საფუძვლებს, რომლებიც თავის მხრივ დაასრულებდნენ ყოველგვარ პროფესიულ გაუგებრობებს და ასევე, შეცდომაში აღარ შეიყვანდნენ თემით დაინტერესებულ ინდივიდებსა თუ საგანმანათლებლო დაწესებულებებს.

აღნიშნული სფეროს ექსპერტთა ნაწილი უკვე წლებია „სტრატეგიული კომუნიკაციებისთვის“ თეორიული ჩარჩოების შექმნას ცდილობს, რაც წესით, „სტრატკომის“ სხვა, მონათესავე დისციპლინებისგან მკვეთრ გამოიჯვნას და ამ ახალი დისციპლინისთვის განსხვავებული მოქმედების დიაპაზონის, მიზნებისა თუ ამოცანების დადგენას უნდა გულისხმობდეს. მიუხედავად ამისა, ზემოთ აღნიშნული მცდელობებს სასურველ შედეგამდე ვერ მიყვავართ. პროფესიულ, საგანმანათლებლო დაწესებულებებსა თუ სახელმწიფო უწყებებში „სტრატეგიული კომუნიკაციების“, როგორც საინფორმაციო დისციპლინის გამოყენება კონკრეტული პირების ან/და ჯგუფების „ინდივიდუალური“ ინტერპრეტირებით ხდება. ამ პრობლემის კარგი და ნათელი მაგალითია ჩეხეთის თავდაცვის მინისტრის მოადგილის, იან ჰავრანეკის განცხადება, სადაც ჰავრანეკმა აღნიშნა, რომ ძალიან ხშირად სტრატეგიული კომუნიკაცია "საზოგადოებრივ ურთიერთობებში" ან პოლიტექნოლოგიებშიც კი, ერევათ. როდესაც ასეთი პრობლემურია ვითარება „დასავლეთში“, კიდევ უფრო მძიმე სიტუაცია მის პერიფერიებზე, მაგალითად საქართველოში, სადაც „სტრატკომზე“ ცოდნისა და გამოცდილების იმპორტი სწორედ „დასავლეთიდან“ დაიწყო.

ნაშრომის მიზანია შემოგთავაზოთ „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ უკვე არსებულ განმარტებათა კრიტიკული გააზრება და, მეორე, გაგიზიაროთ მსჯელობა სტრატეგიული კომუნიკაციების ჩვენეული ხედვის მართებულობის შესახებ.

ნაშრომში გამოყენებულია ყველა ის ძირითადი ლიტერატურა, რომელიც მეტ-ნაკლებად მოგვცემდა შესაძლებლობას გვემსჯელა არსებულ ტერმინებზე, დაგვენახა პრობლემის არსი და დაგვხმარებოდა პუბლიკაციის მიზნის მიღწევაში - „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ განმარტების, ხედვის მართებულობის დადგენა/გააზრებაში.

**საკვანძო სიტყვები:** სტრატეგიული კომუნიკაციები, ტერმინები, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, დაგეგმილი კომუნიკაცია, საინფორმაციო გარემო...

## შესავალი

2000-იანი წლებიდან დღემდე „სტრატეგიული კომუნიკაცია“ (სტრატკომი), როგორც ინფორმაციის მენეჯმენტის ახალი დისციპლინა, აქტიურად იბრძვის თვითგამორკვევისთვის და თავის მონათესავე, უკვე დამკვიდრებულ სპეციალობებთან თუ პროფესიებთან (საინფორმაციო-ფსიქოლოგიური ოპერაციები, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, მარკეტინგი, ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები, კორპორატიული კომუნიკაციები, ორგანიზაციული კომუნიკაციები და სხვა) არცთუ სახარბიელო ურთიერთობებში იმყოფება.

2014-2015 წლებიდან „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ შესახებ კიდევ უფრო მეტი გავიგეთ. რუსეთ-უკრაინის ომის შემდეგ ჩრდილო-ატლანტიკურმა ალიანსმა „სტრატეგიული კომუნიკაციები“ რუსეთის ჰიბრიდულ საფრთხეებთან დაპირისპირების ერთ-ერთ ეფექტიან ინსტრუმენტად დაასახელა. აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში, უკრაინასა და საქართველოში აქტიურად დაიწყო სტრატეგიული კომუნიკაციების სტრუქტურული ერთეულების განვითარება, სახელმწიფო უწყებებში. ნატოს წევრი და მეგობარი სახელმწიფოები, როგორც ადამიანური ისე ფინანსური რესურსის ინვესტირებას ახორციელებდნენ ამ მიმართულებით.

საქართველოში მალევე დაიწყო სტრატეგიული კომუნიკაციების ტრენინგების ჩატარება კერძო და საჯარო უწყებების წარმომადგენლებისთვის. საგანმანათლებლო დაწესებულებებში ტრენდული გახდა სტრატეგიული კომუნიკაციების კურსების შექმნა და ამ გზით, სტუდენტების დამატებითი ნაკადის მოზიდვა. სხვათაშორის, საქართველო, ამ შემთხვევაში ბუნებრივი ნაწილი იყო ევროპაში მიმდინარე პროცესების. სწორედ ამ პერიოდში ცნობილმა ბრიტანულმა საგანმანათლებლო დაწესებულებამ „კინგს კოლეჯმა“, სტრატეგიული კომუნიკაციების ახალი სამაგისტრო კურსი შექმნა.

მიუხედავად ამისა, ვფიქრობთ, რომ პასუხი კითხვაზე - რა არის სტრატეგიული კომუნიკაცია - გასაცემია. ამ კითხვაზე პასუხის არარსებობა იწვევს პროფესიულ გაუგებრობებს, შეცდომაში შედიან აბიტურიენტები, რომლებიც თანამედროვე და კონკურენტული დისციპლინების შერჩევას ცდილობენ პროფესიებად, სამსახურებში საზოგადოებასთან ურთიერთობის წარმომადგენლები ეჭვის თვალთ უყურებენ სტრატეგიული კომუნიკაციების წარმომადგენლებს და სხვა. ამდენად, წინამდებარე ნაშრომში ვცდილობთ მეტი სიცხადე შემოვიტანოთ, პირველ რიგში ტერმინთან დაკავშირებით „სტრატეგიული კომუნიკაცია“ და ვცადოთ მისი შეპირისპირება მეორე ტერმინთან, რომელსაც უკვე დიდი ხანია „საზოგადოებასთან ურთიერთობის“ სახელით ვიცნობთ. ასევე, ნაშრომში განხილულია „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ უკვე არსებულ განმარტებათა კრიტიკული გააზრება და ბოლოს, მსჯელობა „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ ჩვენეული ხედვის მართებულობის შესახებ.

## 1. მსჯელობა ტერმინის გარშემო

ტერმინი „სტრატეგიული კომუნიკაცია“ (სტრატკომი) პირველად მეორე მსოფლიო ომის დროს გამოიყენეს, სადაც მისი მნიშვნელობა ომიანობის დროს სატრანსპორტო სისტემადა (transport system during warfare) განისაზღვრა.<sup>1</sup>

მეორედ, „სტრატეგიული კომუნიკაცია“ ისევ სამხედრო თემაზე მსჯელობისას, 1966 წელს გამოჩნდა<sup>2</sup>, როდესაც ამერიკის ეროვნული ომის კოლეჯში ვიცე-პოლკოვნიკმა, რობერტ სტროუკმა (Robert D. Stroke), გამოაქვეყნა ესე თემაზე: „STRATEGIC COMMUNICATIONS AND THE SPECTRUM OF CONFLICT“. როგორც ჯესპერ ფოლკჰეიმერისა (Jesper Falkheimer) და მატს ჰეიდის (Mats Heide) ნაშრომიდან ირკვევა,<sup>3</sup> „სტრატეგიულ კომუნიკაციაზე“ „მშვიდობის კვლევების ჟურნალში“, ჯერ კიდევ, 1966 წელს უმსჯელიათ - როგორც ბირთვული დაპირისპირების პირობებში მშვიდობის შენარჩუნების მექანიზმზე. მიუხედავად იმისა, რომ სტრატეგიული კომუნიკაციების შესახებ ჯერ კიდევ მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრიდან მსჯელობდნენ, იგი იმავე საუკუნის დასასრულამდე მოკლებული იყო ყოველგვარ მეცნიერულ კვლევასა და თეორიულ საფუძველს.

„სტრატეგიული კომუნიკაციების“, როგორც ახალი საინფორმაციო დისციპლინის აკადემიური გაგების პირველი მცდელობა 2007 წელს დაფიქსირდა. კირკ ჰალანის თაოსნობით (Kirk Hallahan), ავტორთა ჯგუფმა სტრატეგიული კომუნიკაციები განმარტა, როგორც: „...მისი ფართო გაგებით, მიზანმიმართული კომუნიკაციის პროცესი ორგანიზაციის მისიის წარმატებისთვის“. მათ ასევე თქვეს, რომ სტრატეგიული კომუნიკაცია: „გულისხმობს, რომ ადამიანები ორგანიზაციების სახელით გაცნობიერებულ/მიზანდასახულ საკომუნიკაციო ღონისძიებებში, საზოგადოებრივ მოძრაობებსა და პროცესებში ერთვებიან“.<sup>4</sup> ზემოთ ხსენებული წიგნის ავტორთა განმარტებით, ზეგავლენა ცოდნის დონეზე, დამოკიდებულებებსა და კონკრეტულ ქცევებზე სტრატეგიული კომუნიკაციის გამოყენების მთავარ შედეგად გვევლინება.

ჰალანის ზემოაღნიშნული ნაშრომის გამოცემის წელს ემთხვევა ტერმინ „სტრატეგიული კომუნიკაციის“ კიდევ ერთი, ოღონდ ამჯერად არააკადემიურ სტილში გაკეთებული განმარტება, რომელიც დოკუმენტში „აშშ-ს ეროვნული სტრატეგია საჯარო დიპლომატიისა და სტრატეგიული კომუნიკაციისთვის“ გვხვდება. ეს დოკუმენტი 2007 წელს პოლიტიკის კოორდინირების კომიტეტმა<sup>5</sup> გამოსცა.<sup>6</sup> ამ შემთხვევაში დოკუმენტმა ორივე დისციპლინის - საჯარო დიპლომატიისა და „სტრატკომის“ გაერთიანებული მიზანი ასე განსაზღვრა: „ის უნდა ცდილობდეს ჩვენი ერის ფუნდამენტური ღირებულებებისა და ეროვნული უსაფრთხოების ამოცანების მხარდაჭერას.

მთელი კომუნიკაციები და საჯარო დიპლომატიის აქტივობები უნდა:

<sup>1</sup> ჯ. ფალკჰეიმერი, მ. ჰეიდე, „From Public Relations to Strategic Communication in Sweden: The Emergence of a Transboundary Field of Knowledge“, *Nordicom Review*, 2014 წლის იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.researchgate.net/publication/287139564>, [უ. გ. 03.8.2021].

<sup>2</sup> რ. დ. სტროკი, „STRATEGIC COMMUNICATIONS AND THE SPECTRUM OF CONFLICT“, U.S. ARMY MILITARY HISTORY INSTITUTE, 1966 წლის 22 აპრილი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a488153.pdf> [უ. გ. 03.8.2021].

<sup>3</sup> ფალკჰეიმერი, ჰეიდე, იხ. სქოლიო 1.

<sup>4</sup> კ. ჰალანის, „Defining Strategic Communication“, *International Journal of Strategic Communication*, 2007 წლის მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.researchgate.net/publication/241730557\\_Defining\\_Strategic\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication), [უ. გ. 03.8.2021].

<sup>5</sup> პოლიტიკის კოორდინაციის კომიტეტი (Policy Coordinating Committee (PCC)) - კომიტეტი ჩაფიქრებული იყო, როგორც ამერიკის შეერთებული შტატების უწყებათშორის საკოორდინაციო სტრუქტურული ერთეული უცხოურ აუდიტორიასთან საკომუნიკაციოდ.

<sup>6</sup> პოლიტიკის კოორდინაციის კომიტეტი, „U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication“, 2007 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://2001-2009.state.gov/documents/organization/87427.pdf>, [უ. გ. 03.8.2021].

- ხაზგასმით აღნიშნავდეს ჩვენს დამოკიდებულებასა და პასუხიმგებლობას თავისუფლების, ადამიანის უფლებებისა და თითოეული მოქალაქის თანასწორობისა და ღირსების დაცვის საქმეში;
- მისწვდეს ყველას, ვინც იზიარებს ჩვენს იდეალებს;
- ეხმარებოდეს ყველას, ვინც იბრძვის დემოკრატიისა და თავისუფლებისთვის;
- წინააღმდეგობას უწევდეს ყველას, ვინც მხარს უჭერს ძალადობისა და ჩაგვრის იდეას.“

2008 წელს სამხედრო სფეროში სტრატეგიულ კომუნიკაციებთან დაკავშირებული კიდევ ერთი ნაშრომი გამოჩნდა,<sup>7</sup> რომელშიც „სტრატკომი“ შემდეგნაირად განიმარტა: „სტრატეგიული კომუნიკაცია მნიშვნელოვანია როგორც შიდა, ისე გარე აუდიტორიისთვის. სტრატეგიული კომუნიკაცია ეს არის უწყებამორისი, სტრატეგიული ღონისძიება, რომელშიც სამხედროები წარმოდგენილნი არიან როგორც რიგითი მონაწილენი...თანამედროვე საინფორმაციო გარემოში სტრატეგიული კომუნიკაცია გამჭვირვალე, რეაქტიული და პროაქტიული უნდა იყოს“.

2010 წელს აშშ-ს კონგრესმა განაახლა ამერიკის შეერთებული შტატების ეროვნული ჩარჩო-კონცეფცია სტრატეგიული კომუნიკაციების შესახებ, სადაც ასეთი ჩანაწერი გაჩნდა: „სტრატეგიულ კომუნიკაციად ჩვენ მივიჩნევთ ჩვენი სიტყვისა და ქმედებების სინქრონიზებას და იმას, თუ როგორ არის ეს ყველაფერი გაგებული სხვათა მიერ იმ პროგრამებითა და ღონისძიებებით, რომლებიც მიზანმიმართულად არის მიძღვნილი სამიზნე აუდიტორიის ჩართულობისკენ და რომლებიც შესრულებულია საჯარო დიპლომატიის, საზოგადოებრივ საქმეთა და საინფორმაციო ოპერაციების პროფესიონალთა მიერ“<sup>8</sup>. ტერმინი „სტრატეგიული კომუნიკაციები“ ეროვნული უსაფრთხოების მხარდაჭერას დიდი ბრიტანეთის თავდაცვის სამინისტროს, 2012 წლის ერთ-ერთ სამხედრო დოქტრინაშიც დაუკავშირდა<sup>9</sup>: „თავდაცვის ყველა საკომუნიკაციო საშუალებების გამოყენებით ეროვნული ინტერესების მხარდაჭერა ადამიანთა დამოკიდებულებებსა და ქცევაზე ზეგავლენისთვის“. დოკუმენტის ავტორთა თქმით, სტრატეგიული კომუნიკაციის ეს განმარტება დიდი ბრიტანეთის ეროვნული უშიშროების საბჭოს (NSC) მიერ მომზადდა სტრატეგიული კომუნიკაციების შესახებ შემუშავებული დეფინიციის სამუშაო ვერსიაზე დაყრდნობით. თავის მხრივ, დიდი ბრიტანეთის ეროვნული უშიშროების საბჭოს ტერმინის დეფინიცია კი, ასე გამოიყურება: „კომუნიკაციების სისტემური და კოორდინირებული გამოყენება დიდი ბრიტანეთის ეროვნული ამოცანების მისაღწევად ინდივიდებზე, ჯგუფებსა და სახელმწიფოებზე ზეგავლენით“. 2013 წელს კი ტერმინის „სტრატკომის“ განსაზღვრებაში, მანამდე არსებული ატრიბუტების გამაერთიანებელი დეფინიცია გაჩნდა, რომელმაც თქვა: „სტრატეგიული კომუნიკაცია ეს არის გაცნობიერებული და გამიზნული კომუნიკაციის აქტი, როდესაც კომუნიკატორი საჯარო სივრცეში დასახული მიზნების უზრუნველყოფისთვის ორგანიზაციის<sup>10</sup> სახელით მოქმედებს“.<sup>11</sup>

<sup>7</sup> ს. ა. ტეტჰემი, „Strategic Communication: A Primer“, Defence Academy of the United Kingdom, 2008 წლის დეკემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008\\_Dec.pdf](https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008_Dec.pdf), [უ. გ. 03.8.2021].

<sup>8</sup> Homeland Security Digital Library, „UPDATE TO CONGRESS ON NATIONAL FRAMEWORK FOR STRATEGIC COMMUNICATION“, 2012 weli, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.hsdl.org/?view&did=704809> [უ. გ. 03.8.2021].

<sup>9</sup> Joint Doctrine Note 1/12, „Strategic communication: the defense contribution“, 2012 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/33710/20120126jdn112\\_Strategic\\_CommsU.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/33710/20120126jdn112_Strategic_CommsU.pdf) [უ. გ. 03.8.2021].

<sup>10</sup> „ორგანიზაცია“ (Communicative entities) იგულისხმებიან არასამთავრობო და სამთავრობო ორგანიზაციები, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თუ ეკონომიკური სფეროს წარმომადგენელი გაერთიანებები.

<sup>11</sup> დ. ჰოლცჰოსენი, ა. ზერფასი, „Strategic Communication Opportunities and Challenges of the Research Area“, წიგნში „The Routledge Handbook of Strategic Communication“, გამომცემლობა „რუთლიჯი“, 2015 წელი, გვ.29-621.



2014 წელს, კომუნიკაციის სფეროს მკვლევარებმა, რომლებიც ზემოთ ერთხელ უკვე ვახსენეთ - ჯესპერ ფოლკჰეიმერმა (Jesper Falkheimer) და მეტს ჰეიდმა (Mats Heide), „სტრატეგომი“ შემდეგნაირად განმარტეს: „სტრატეგიული კომუნიკაცია არის კონცეპტუალური და ყოვლისმომცველი ჩარჩო, რომელიც უფრო მეტად რელევანტურია, ვიდრე საზოგადოებასთან ურთიერთობა... ჩვენ ვფიქრობთ, რომ სტრატეგიული კომუნიკაცია თავის თავში აერთიანებს ორგანიზაციულ (შიდა) კომუნიკაციას, როგორც მენეჯმენტის თეორიის ასპექტს, მათ შორის, მარკეტინგსაც. შესაბამისად, ეს მოცემულობა გვადლევეს შესაძლებლობას უკეთესად გავიგოთ, განვმარტოთ და გავაკრიტიკოთ თანამედროვე საკომუნიკაციო პროცესი, როგორც ორგანიზაციებს შიგნით, ისე ორგანიზაციებს შორის გარე საზოგადოებასთან“.

სტრატეგიული კომუნიკაციების ნატოს წარჩინებულთა სკოლის ვებ-გვერდზე კი (აღნიშნული „სკოლა“ 2014 წელს დაფუძნდა<sup>12</sup>), „სტრატეგომის“ შემდეგ განმარტებას შეხვდებით: „სტრატეგიული კომუნიკაცია ეს არის ნატოს კომუნიკაციური ღონისძიებებისა და შესაძლებლობების კოორდინირებული და სათანადო გამოყენება ალიანსის პოლიტიკისა და აქტივობების მხარდასაჭერად, ალიანსის მიზნების წარმატებისთვის“. ზემოთ ჩამოთვლილ განმარტებების მიხედვით, სიტყვათშეთანხმება „სტრატეგიული კომუნიკაციის“ სამხედრო ფესვები აშკარაა.

2014 წლიდან კი, კიდევ უფრო გამოიკვეთა სამხედროების განსაკუთრებული სიმკაითა და მოთხოვნა „სტრატეგომზე“, რომლის საფუძვლადაც უკრაინაში რუსეთის სამხედრო აგრესია შეგვიძლია განვიხილოთ; ე.წ. რუსულ „ჰიბრიდულ საფრთხეებზე“ პასუხად, ჩრდილო-ატლანტიკურმა ალიანსმა სხვა ღონისძიებებთან ერთად, წევრ და პარტნიორ ქვეყნებში სტრატეგიული კომუნიკაციების განვითარება დაასახელა. ამავე გზას დაადგა ევროკავშირიც.<sup>13/14</sup> თუმცა, ათობით უნივერსიტეტმა და სხვადასხვა ტიპის საგანმანათლებლო დაწესებულებამ „დასავლეთში“ აღნიშნული დისციპლინა სასწავლო საგნად აქცია სამოქალაქო პირებისთვის „პიარის“, მარკეტინგის, კორპორატიული მარკეტინგის, ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების გვერდით.<sup>15</sup>

მალე „სტრატეგიული კომუნიკაციები“ სულ უფრო და უფრო მოდური და პოპულარული გახდა დასავლურ საზოგადოებაში, თუმცა ამ პროცესს თან დიდი გაუგებრობა და პროფესიული ქიშპობა უძღოდა „სტრატეგიულ კომუნიკაციასა“ და „საზოგადოებასთან ურთიერთობის“ პრაქტიკებს შორის, რომელიც დღესაც აქტიურად გრძელდება. ამ ჭრილში საინტერესოა, რომ „ამერიკის საზოგადოების ურთიერთობების ასოციაციამ“ 2011-2012 წლებში გადახედა ჯერ კიდევ 1980-იან წლებში დადგენილ „საზოგადოებასთან ურთიერთობის“ განმარტებას და მისი ახლებური ვერსია შემოგვთავაზა: „საზოგადოებასთან ურთიერთობა ეს არის სტრატეგიული კომუნიკაციური პროცესი, რომელიც ორმხრივად მომგებიან ურთიერთობებს ავითარებს ორგანიზაციებსა და მის აუდიტორიას შორის“.

<sup>12</sup> NATO Strategic Communications Centre of Excellence - ორგანიზაციის შესახებ ინფორმაცია ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.stratcomcoe.org/about-us> [უ.გ. 03.8.2021].

<sup>13</sup> ა. ჰაგელსტამი, „Cooperating to counter hybrid threats“, 2018 წლის 23 ნოემბერი, ჩრდილო-ატლანტიკური საბჭოს ოფიციალური ვებ-გვერდის პოლიტიკის და ანალიზის სექცია, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.nato.int/docu/review/2018/also-in-2018/cooperating-to-counter-hybrid-threats/EN/index.htm> [უ.გ. 03.8.2021].

<sup>14</sup> ავტორი ორგანიზაცია: European Union Institute for Security Studies (EUISS), ევროპის პარლამენტის საგარეო ურთიერთობათა კომიტეტის დაკვეთით, „Strategic communications With a view to counteracting propaganda“, 2016 წლის მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO\\_IDA\(2016\)578008\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf) [უ.გ. 03.8.2021].

<sup>15</sup> კ. ჰალაჰანი, „Defining Strategic Communication“, International Journal of Strategic Communication, 2007 წლის მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.researchgate.net/publication/241730557\\_Defining\\_Strategic\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication), [უ.გ. 03.8.2021].

გასათვალისწინებელია, რომ 2011-2012 წლები ეს არის სტრატეგიულ კომუნიკაციებზე მსჯელობის მეტ-ნაკლებად ყველაზე აქტიური პერიოდი „დასავლურ“ აკადემიურ წრეებში. შესაბამისად, PR-ის განმარტებაში სიტყვათშეთანხმება „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ გამოჩენამ დარგებს შორის არსებული პროფესიული ბზარები კიდევ უფრო გააღრმავა. უნდა ითქვას, რომ ეს პროცესი ბუნებრივად გადმოვიდა ქართულ რეალობაში, როდესაც ჩრდილო-ატლანტიკური ალიანსის დახმარებით „სტრატეგიული კომუნიკაციების“ განვითარება სახელმწიფო ინსტიტუტებში დაიწყო.<sup>16</sup>

## 2. ბრძოლა თვითდამკვიდრებისთვის

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტებსა და იმ ადამიანებს შორის, რომლებმაც სახელმწიფო უწყებებში „სტრატეგიის“ სტრუქტურული ერთეულების განვითარებას მიჰყვეს ხელი, ბუნებრივად გაჩნდა პროფესიული კონკურენციისა და შეჯიბრებითობის მომენტი. ამ პროცესს, რა თქმა უნდა, პროფესიებს შორის მკვეთრი განსხვავებების არარსებობაც უწყობდა ხელს, თუმცა მაშინაც და დღესაც, ვითარებას კიდევ უფრო ართულებდა და დღესაც მძიმე მდგომარეობაში აგდებს საქართველოს ხელისუფლების მაღალი თუ უმაღლესი თანამდებობის პირთა ზედაპირული და ზერეულე დამოკიდებულება როგორც „სტრატეგიის“ ისე, „პიარის“ და, ზოგადად, ორგანიზაციული მიზნების მიღწევის გზაზე კომუნიკაციის მნიშვნელობის მიმართ.

სად არის პრობლემა? ვფიქრობთ, უპირანი იქნება თუ ამ კითხვაზე პასუხის გასაცემად „სტრატეგიული კომუნიკაციებისთვის“ მნიშვნელობის მინიჭების მეცნიერულ და არამარტო მეცნიერულ მცდელობებს, რომლებიც ზემოთ უკვე შემოგთავაზეთ, თანმიმდევრობით განვიხილავთ.

ასეთ მცდელობებს კი, პირველ რიგში, „სტრატეგიის“ მეტ-ნაკლებად თანამედროვე და ცნობილი განმარტება მიეკუთვნება, რომელიც 2013 წელს, დერინა ჰოლტჰაუზენმა (Derina Holtzhausen) და ანსგარ ზერფასმა (Ansgar Zerfass) შემოგთავაზა - „სტრატეგიული კომუნიკაცია ეს არის გაცნობიერებული და გამიზნული კომუნიკაციის აქტი, როდესაც კომუნიკატორი საჯარო სივრცეში, დასახული მიზნების უზრუნველყოფისთვის ორგანიზაციის<sup>17</sup> სახელით მოქმედებს“.<sup>18</sup> აღნიშნული განმარტება, ცალსახად, ორი ნაწილისგან შედგება. პირველი, სიტყვები, რომლებზეც ავტორები განსაკუთრებულ აქცენტს აკეთებენ, ესენია: „...გაცნობიერებული და გამიზნული/მიზანმიმართული პრაქტიკა...“ (“Strategic communication is the practice of deliberate and purposive communication...”).

<sup>16</sup> 2014 წელს, უელსის სამიტზე, „თბილისმა“ ნატო-საქართველოს არსებითი პაკეტი (Substantial NATO-Georgia Package) მიიღო, რომელსაც ნატოს წევრი ქვეყნების გადაწყვეტილებით და ამავე ქვეყნების მხარდაჭერით, ქართული მხარე წარმატებით ახორციელებს. ამ გადაწყვეტილებით ნატომ ჩვენი ქვეყნის თავდაცვისუნარიანობის გაძლიერება 13 მიმართულებით დაიწყო - შემუშავდა 13 ინიციატივა, რომელიც როგორც ცნობილია 2008 წლის მოვლენების ანალიზს, გამოვლენილ ხარვეზებსა და დაშვებულ შეცდომებს ეფუძნებოდა. რამდენიმე ინიციატივის შესახებ ცნობილია ხოლო ობიექტური მიზეზების გამო რამდენიმე ინიციატივა დახურულია. ზემოაღნიშნული პაკეტის ფარგლებში საქართველოში წვრთნისა და შეფასების ერთობლივი ცენტრი და თავდაცვის ინსტიტუციური აღმშენებლობის სკოლა დაფუძნდა. ასევე, თავდაცვის სისტემაში სრულიად ახალი მიმართულების, სტრატეგიული კომუნიკაციების დისციპლინის განვითარება დაიწყო. 2015 წელს საქართველოს თავდაცვის სამინისტროში, არსებითი პაკეტის ფარგლებში სტრატეგიული კომუნიკაციების დეპარტამენტი შეიქმნა.

<sup>17</sup> „ორგანიზაცია/გაერთიანებები“ (Communicative entities) იგულისხმებიან არასამთავრობო და სამთავრობო ორგანიზაციები, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური თუ ეკონომიკური სფეროს წარმომადგენელი გაერთიანებები.

<sup>18</sup> დ. ჰოლტჰაუსენი, ა. ზერფასი, „Strategic Communication Opportunities and Challenges of the Research Area“, წიგნი „The Routledge Handbook of Strategic Communication“, გამომცემლობა „რუთლიჯი“, 2015 წელი, გვ. 29-621.

რამდენად გამოდგება ამ ორ სიტყვაზე აქცენტი იმისთვის, რომ „სტრატეგია“ საკმარისად გაემიჯნოს მონათესავე და ამ შემთხვევაში კონკურენტ დისციპლინას? ვფიქრობთ, რომ, ამ გზაზე, ეს ავტორთა მხრიდან ფრიად სუსტი მცდელობაა. 2001 წელს ამერიკის შეერთებულ შტატებში გამოვიდა წიგნი სახელწოდებით „საზოგადოებასთან ურთიერთობების საფუძვლები“ დენის ლ. უილკოქსის,<sup>19</sup> გლენტ ტ. კამერონის,<sup>20</sup> ვოურენ ქ. ეიჯისა და ფილიპ ჰ. აულტის ავტორობით. ამავე წიგნის განახლებული ვარიანტი, სათაურით „საზოგადოებასთან ურთიერთობა - სტრატეგია და ტაქტიკა“, 2011 წელს საქართველოში აშშ-ს საელჩოს წიგნების თარგმანის პროგრამის მიერაც გამოიცა - ამჯერად ეს წიგნი მხოლოდ უილკოქსისა და კამერონის ავტორობით იყო შედგენილი. თუმცა, ორივე ზემოთ დასახელებულ გამოცემაში, იმ სიტყვებს შორის, რომლებიც „საზოგადოებასთან ურთიერთობის“ განმარტებებშია გამოყენებული და ტერმინის შინაარსის მაფორმირებლები არიან, პირველ სიტყვად სწორედ „წინასწარგანზრახული“ ( deliberate) ხოლო, სიტყვა „დაგეგმილი“ (Planned) რიგით მეორეა.<sup>21</sup>

ედვარდ ბერნეისის, „პიარის მამად“ წოდებული ადამიანის საზოგადოებასთან ურთიერთობის მოდელის მთავარი ამოცანა ქვევითი ფსიქოლოგის და სხვა მეცნიერული დარგების გამოყენება იყო, სამიზნე აუდიტორიის დარწმუნებისთვის. ასეთ შემთხვევაში წარმოუდგენელია კომუნიკაცია მოკლებული იყოს „წინასწარგანზრახულობასა“ და „გამიზნულობას“, მით უფრო მაშინ, თუ ის „დაგეგმილია“.

ჩვენი მსჯელობის კიდევ უფრო მეტი დამაჯერებლობისთვის. უპრიანი იქნება გერმანელი ფილოსოფოსის, იურგენ ჰაბერმასის, კომუნიკაციაზე არსებული მსჯელობების მოშველიება. ჰაბერმასი თავის „კომუნიკაციური მოქმედების თეორიაში“, რომელიც 1981 წელს გამოსცა სოციალური მოქმედებების ოთხ იდეალურ ტიპს გამოყოფს, მათ შორისაა ჩვენთვის საინტერესო ორი - კომუნიკაციური მოქმედება და სტრატეგიული მოქმედება.

ჰაბერმასთან სტრატეგიულია მოქმედება, როდესაც საქმე გვაქვს წარმატებაზე ორიენტირებულ, ეგოისტური მიზნებით წარმართულ მოქმედებასთან - „სტრატეგიულად მოქმედი სუბიექტები, რომლებიც სამყაროში მხოლოდ ინსტრუმენტული ჩარევებით არ იფარგლებიან და თავიანთ მიზნებს სხვა აქტორთა გადაწყვეტილებებზე ზეგავლენის გზით მისდევენ...“<sup>22</sup>, ხოლო სრულიად განსხვავებულია „კომუნიკაციური მოქმედების“ მიზანი - ის კონსენსუსსა და ურთიერთგაგებაზე ორიენტირებული მოქმედებაა, ანუ კომუნიკაცია თავისი ბუნებით არის მოქმედება და ეს მოქმედება შეიძლება იყოს კომუნიკაციური და სტრატეგიულიც.

ამ ტიპის მოქმედებები ერთმანეთისგან განსხვავდება, თუმცა ჰაბერმასის მსჯელობა ადასტურებს, რომ ორივე მათგანი არის „მიზანმიმართული“ (deliberate). თუ საზოგადოებასთან ურთიერთობის მეტნაკლებად დადგენილ და აღიარებულ როლს გადავხედავთ კიდევ ერთხელ დავრწმუნდებით, წარმოუდგენელია, რომ „პიარი“ უმიზნო კომუნიკაციას აწარმოებდეს. ლორენს უ. ლონგისა და ვინსენტ ჰეიზელტონის დახასიათებით, „პიარი“ ეს არის „მართვის საკომუნიკაციო ფუნქცია, რომლის მეშვეობითაც ორგანიზაცია იღებს, იცვლის ან ინარჩუნებს თავის გარემოს, საორგანიზაციო მიზნების მისაღწევად“.<sup>23</sup>

<sup>19</sup> დ. ლ. უილკოქსი, სან-ხოსეს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციების სკოლის წარმომადგენელი.

<sup>20</sup> გ. ტ. კამერონი - მისურის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის სკოლის წარმომადგენელი.

<sup>21</sup> დ. ლ. უილკოქსი, გ. ტ. კამერონი, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა - სტრატეგია და ტაქტიკა“, გამომცემლობა „დიოგენე“ 2011 წელი, თავი 1, გვ.7.

<sup>22</sup> ი. ჰაბერმასი. „მოქმედების კომუნიკაციური თეორიის წინასწარი მონახაზები და დამატებები“, საგამომცემლო ცენტრი „ქუთაისი“, რედაქტორი: გურამ თევზაძე, 2003 წელი.

<sup>23</sup> დ. ლ. უილკოქსი, გ. ტ. კამერონი, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა - სტრატეგია და ტაქტიკა“, გამომცემლობა „დიოგენე“, 2011 წელი, თავი 1; გვ.6.

ორგანიზაციული მიზნების მიღწევა, რომელიც კომუნიკაციის გზით უნდა განხორციელდეს, აუცილებლად მოითხოვს დაგეგმვას და მიზნის დასახვას.

ასეთ შემთხვევაში, ცხადია, რომ საქმე გვაქვს სოციალურ ქცევებთან, რომლის წარმართველიც არის ინფორმაცია და რომელიც აუცილებლად იქნება მიმართული ინფორმაციის ადრესატისკენ. ამდენად, საქმე დაგეგმილ, მიზანმიმართულ და გაცნობიერებულ კომუნიკაციასთან გვაქვს. ჰოლტკაუზენისა და ზერფასის განმარტების მეორე ნაწილში აქცენტი კეთდება „საჯარო სივრცეში“ ორგანიზაციის სახელით მოქმედებაზე, რამაც ავტორების თქმით ექსკლუზიური მოქმედების არეალი უნდა მიანიჭოს „სტრატეგიულ კომუნიკაციას“ და ამით იგი საბოლოოდ გამოიჯნოს საზოგადოებასთან ურთიერთობის ან/და სხვა მონათესავე, მომიჯნავე დარგებისგან.

რა არის საჯარო სივრცე? გერმანელი ფილოსოფოსის, იურგენ ჰაბერმასის<sup>24</sup> თეორიის მიხედვით „საჯარო სფერო“ (საჯარო სივრცე) ევროპაში, კაპიტალიზმის გაჩენასთან ერთად დაიბადა. ეს იყო სოციალური თანაცხოვრების არენა, სადაც იბადება საზოგადოებრივი აზრი; სივრცე კრიტიკული რეფლექსიისთვისა და თვითპრეზენტაციისთვის, სადაც განსაკუთრებულ როლს თამაშობდა პრესა, რომელიც საბოლოო ჯამში „სფეროს“ ხერხემლად მოგვევლინება. ჰაბერმასი აღნიშნულ თემაზე საუბრისას XVIII-XIX საუკუნეებს მიმოიხილავს და ამბობს, რომ ეს იყო „სფერო“, სადაც საზოგადოება „გონების საჯარო გამოყენებას“ მიმართავდა.<sup>25</sup>

ეს იყო სივრცე, სადაც ჰაბერმასის აზრით ადამიანები უარს ამბობდნენ მანიპულაციურ, არაგულწრფელ ურთიერთობებზე და უპირატესობა პრობლემის განხილვის რაციონალურ ფორმას ენიჭებოდა - კამათი, განხილვა, დისკუსია საზოგადოებრივი სიკეთისთვის. ამ გზით ყალიბდებოდა საჯარო განსჯის სივრცე, რომლის ჰაბერმასისეული სტრუქტურითაც ასე გამოიყურება: პოლიტიკური საჯარო სივრცე და ლიტერატურული საჯარო სივრცე. ლიტერატურული სივრცე, რომელიც ყავა/ჩაის სახლების, კაფეების, სალონების, კლუბების და სხვა ინსტიტუტებისგან შედგებოდა აყალიბებდა სადისკუსიო სივრცეს, რომელმაც კიდევ უფრო მეტად შეუწყო ხელი ადამიანების თვითპრეზენტაციას და საკითხთა კრიტიკულ განხილვებს.

ამ რეალობამ გააჩინა ის, რაზეც გიგი თევზაძე თავის ნაშრომში წერს: „ევროპული მაღალი კულტურა წარმომადგენლობითიდან იქცა ღიად: ახალ დრომდე თვითპრეზენტაცია მხოლოდ ერთეულებს შეეძლოთ და ასევე მხოლოდ ერთეულებს ჰქონდათ ამის უფლება. სალონებმა და ყავის სახლებმა ხელი შეუწყვეს იმას, რომ თვითპრეზენტაცია პრინციპულად შესაძლებელი გახდა ყველასათვის. თანამედროვე კულტურის და საჯარო სივრცის ღერძი არის კომუნიკაციური რაციონალობა და კომუნიკაციური ქმედება – სწორედ კომუნიკაციური რაციონალობის გამო ხდება კულტურა ღია და იზიდავს მაქსიმალურად ბევრ ადამიანს.“<sup>26</sup>

თუმცა მას შემდეგ, რაც კაპიტალიზმი სულ უფრო და უფრო გაძლიერდა, ჰაბერმასისეულმა საჯარო სივრცემ ნელ-ნელა გაქრობა დაიწყო. ერთ დროს გულწრფელი კომუნიკატორები, რომლებიც არგუმენტებისა და კეთილსინდისიერ დებატით იღწვოდნენ საზოგადოებრივი სიკეთისთვის, ახლა აგიტაციებს მთავრობებისა და კერძო კომპანიების სასარგებლოდ იყენებდნენ. გაჩნდა ლობიზმი, პიარ-სტრატეგიები, ბიზნესმა დაიწყო ხალხის წარმომადგენლების დაფინანსება პარლამენტში თავიანთი ინტერესების უზრუნველყოფის

<sup>24</sup> ი. ჰაბერმასი, გერმანელი ფილოსოფოსი <https://www.britannica.com/biography/Jurgen-Habermas> [უ.გ. 03.9.21].

<sup>25</sup> ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, „იმანუელ კანტი“, 2017 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://library.iliauni.edu.ge/wp-content/uploads/2017/03/kanti.pdf> [უ.გ. 03.9.21].

<sup>26</sup> გ. თევზაძე, „რა არის განმანათლებლობა“, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2012 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/3ccdcNu> [უ.გ. 03.9.21].

მიზნით, მედია სულ უფრო და უფრო დამოკიდებული გახდა რეკლამაზე. რეგულაციების გზით თანამედროვე სახელმწიფო საჯარო სივრცის აქტიური მონაწილეა.

საჯარო სივრცის ერთ დროს დამოუკიდებელი წევრები კი, ახლა არჩევნების გზით თითქოს თან მოწყდნენ და თან არც მოწყდნენ ჰაბერმასისეულ საჯარო სივრცეს. ჰაბერმასი, პოსტლიბერალური ახალი ტენდენციების შესახებაც საუბრობს და ამბობს, რომ მათ საჯარო სივრცეს პოლიტიკური ფუნქცია დაუკარგეს. სოციალიზაციის პროცესი, რომელიც წარმოუდგენელია კომუნიკაციის გარეშე კვლავ ნარჩუნდება, თუმცა ის, ამჯერად უკვე მიკერძოებული, დაქირავებული სპეციალისტებით ივსება, რომლებიც პოლიტიკური და ეკონომიკური მასკარადების მოწყობით არიან დაკავებულნი. ასეთ ვითარებაში, გერმანელი ფილოსოფოსი ფიქრობს, რომ აღარც საზოგადოებრივი აზრი აღარ წარმოადგენდა ინსტრუმენტს, ჭეშმარიტების დასადგენად. საზოგადოებრივი აზრი აღარ იყო ჭეშმარიტების მსახური და კომუნიკაციაც უფრო მეტად მანიპულაციური გახდა. მისი აზრით, დღეს, კომუნიკაციური რაციონალობა აღარ გვევლინება ისეთი სიკეთის მიზეზად, როგორცაა საჯარო სივრცე, ღია კულტურა, განმანათლებლობისა და იდენტობების გაჩენა-გავრცელება. მიუხედავად ამისა, არსებობს საწინააღმდეგო და საპირწონე მოსაზრებებიც.

გიგი თევზაძე თავის ერთ-ერთ ონლაინ-ლექციაში ამბობს, რომ მე-17 საუკუნის შემდეგ სწორედ 21-ე საუკუნეა ის დრო, როდესაც განმანათლებლობას მეორედ ეძლევა შანსი იმავე წარმატებით გავრცელდეს, როგორც ის ერთ დროს იმ დროინდელი პრესის წყალობით ვრცელდებოდა.<sup>27</sup> მაგალითისთვის, თევზაძე ასახელებს ისეთ დიდ იდენტობებს, როგორებიცაა: ანტიგლობალიზმი, მწვანეთა მოძრაობა, კლიმატის ცვლილებების გარშემო შექმნილი აქტივისტთა ჯგუფები და სხვა. რა არის ეს სიახლე, რომელმაც რეალურად ჩაანაცვლა ჰაბერმასისეული საჯარო სივრცე, რომელიც, თავიც მხრივ, შექმნა განმანათლებლობამ და რომელმაც „ევროპული მაღალი კულტურა წარმომადგენლობითიდან აქცია ღიად“? მაღალი ალბათობით ეს უნდა იყოს თანამედროვე საინფორმაციო გარემო, რომლის ნაწილობრივი სტატისტიკური მაჩვენებლები ასე გამოიყურება:

- 2020 წლის ბოლო მონაცემებით 4.5 მილიარდი ადამიანი იყენებს ინტერნეტს<sup>28</sup>;
- დღეში 3.5 მილიარდი ძებნის ოპერაცია სრულდება “Google”-ში;<sup>29</sup>
- დღეში მილიარდ საათზე მეტს უყურებენ YouTube-ს<sup>30</sup>;
- ყოველ 60 წამში 319 ახალი მომხმარებელი ემატება „ტვიტერს“;<sup>31</sup>
- 41.666.667 შეტყობინება იგზავნება/ზიარდება „WHATSAPP“-ში;<sup>32</sup>
- მსოფლიოს მასშტაბით 80 მილიონზე მეტი მცირე ბიზნესი იყენებს „ფეისბუქს“;<sup>33</sup>
- 527,760 ფოტო ზიარდება „Snapchat“-ის მომხმარებლების მიერ ერთ წუთში;
- ყოველ ერთ წუთში 510.000 კომენტარი იწერება ფეისბუქზე;

<sup>27</sup> გ. თევზაძე, „ლექციის სათაური: დიდი იდენტობის კონსტრუირების ისტორია. განმანათლებლობა, როგორც პირველი დიდი იდენტობა“, ვიდეო ლექციების კურსი YouTube-ზე, 2011 წლის 15 მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.youtube.com/watch?v=F-c1Vk1oKKk> [უ.გ. 03.9.21].

<sup>28</sup> ა. ალი, „Here’s What Happens Every Minute on the Internet in 2020“, Visualcapitalist.com, 2020 წლის 15 სექტემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.visualcapitalist.com/every-minute-internet-2020/> [უ.გ. 03.9.21].

<sup>29</sup> მ. მოჰსინი, „10 GOOGLE SEARCH STATISTICS YOU NEED TO KNOW IN 2021“, www.oberlo.com, 2020 წლის 3 აპრილი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.oberlo.com/blog/google-search-statistics> [უ.გ. 03.9.21].

<sup>30</sup> ჯ. ნიუბერი, „25 YouTube Statistics that May Surprise You: 2021 Edition“, blog.hootsuite.com, 2021 წლის 3 თებერვალი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/#YouTube\\_user\\_statistics](https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/#YouTube_user_statistics) [უ.გ. 03.9.21].

<sup>31</sup> იხ სქოლიო 28.

<sup>32</sup> იქვე.

<sup>33</sup> მ. მოჰსინი, „10 FACEBOOK STATISTICS EVERY MARKETER SHOULD KNOW IN 2021“, www.oberlo.com, 2021 წლის 15 იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.oberlo.com/blog/facebook-statistics> [უ.გ. 03.9.21].

- 500.000.000 ადამიანი იყენებს „ინსტაგრამის“ „სტორის“ ყოველდღიურად;<sup>34</sup>
- 347,222 „სტორი“ ზიარდება „ინსტაგრამზე“ ერთ წუთში;<sup>35</sup>
- ყოველ ერთ წუთში 600 ახალი გვერდი ემატება ვიკიპედიას;<sup>36</sup>

რა სიახლეები შემოგვთავა თანამედროვე საინფორმაციო გარემომ? ეს არის რეალობა, უფრო მეტად ვირტუალური, რომელიც წარმატებით შეგვიძლია შევადაროთ ჰაბერმასისეულ სახეცვლილ საჯარო სივრცეს, რომელმაც, თავის მხრივ, იდენტობების გარდა, გამოცალკეებულად, რიგითი მოქალაქეებისთვისაც კი, ფასდაუდებელი სიკეთეები შექმნა:

- გააქრო გეოგრაფიული ბარიერები;
- გააჩინა თვითპრეზენტაციის ახალი გზები;
- გაჩნდა ხელისუფლებაზე დემოკრატიული ზეწოლის ახალი ბერკეტები;
- გაჩნდა პირადი თავისუფლებების განვრცობის უფრო დიდი სივრცე;
- შემცირდა მიზნებისა და სურვილების რეალიზებისთვის საჭირო დრო;
- ყველა მოქალაქე ტელეფონით დღეს უკვე ჟურნალისტია;
- დღეს ყველაფერი გლობალურია.

ზემოთ აღწერილი ეს ციფრული რეალობა ცალსახად ადასტურებს, რომ განმანათლებლობას სწორედ ახლა ეძლევა კიდევ ერთი შანსი გააჩინოს ახალი იდენტობები ახალი საჯარო სივრცის წყალობით, სადაც უკვე მილიარდობით ადამიანს ეძლევა „გონების საჯარო გამოყენების“ შანსი - „ფეისბუქზე“ გამოქვეყნებული ნებისმიერი პოსტი, YouTube-ზე ატვირთული ნებისმიერი ვიდეო უნდა განვიხილოთ, როგორც კანტისეული „გონების საჯარო გამოყენების“ თანამედროვე, 21- ე საუკუნის ვერსია. ამ ახალ, საჯარო სივრცეში არის საზოგადოება. სად არიან ორგანიზაციები, როგორც სოციალური აქტორები?

აქ მნიშვნელოვანია გავიაზროთ, რომ ორგანიზაციები (და აქ იგულისხმება როგორც კერძო, ასევე საერთაშორისო, არასამთავრობო და სამთავრობო ინსტიტუტები) თანამედროვე საჯარო სივრცის უმნიშვნელოვანესი წარმომადგენლები არიან. ისინი ამ „სივრცეში“ მონაწილეობით ერთვებიან დისკურსში ან თავად ქმნიან თემებს დისკურსისთვის. ისინი ფლობენ დარწმუნების (კომუნიკაციის) შესაძლებლობებს, მაგალითისთვის, „ფეისბუქის“ რეკლამაში, მხოლოდ მცირე ბიზნესის მიერ გადახდილი ყოველთვიური თანხა 500-1500 აშშ დოლარამდე მერყეობს. გამოცემა „ბიზნეს-ინსაიდერის“ ინფორმაციით, 2012 წელს „ფეისბუქმა“ სარეკლამო სერვისიდან მხოლოდ ერთ კვარტალში მილიარდი დოლარი მიიღო.<sup>37</sup> 2020 წლის მონაცემებით კი, სოციალურ ქსელ „ფეისბუქის“ სარეკლამო შემოსავლებმა უკვე 84,2 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა, რაც ასევე, 21%-ით მეტია 2019 წლის (69,7 მილიარდი) შემოსავლებზე.

პოლიტიკური რეკლამისთვის ამ პლატფორმაზე სულ დახარჯულია 796,8 მილიონი დოლარი 2019/2020 საარჩევნო ციკლის განმავლობაში და ის გახდა პოლიტიკური რეკლამების დომინანტი ციფრული პლატფორმა. 3.3 მილიარდზე მეტი მომხმარებლისგან შექმნილი ეს საჯარო სივრცე აშკარად ტოვებს შთაბეჭდილებას, რომ ის უფრო კომერციულია

<sup>34</sup> ქ. ნიუბერი, '44 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2021', blog.hootsuite.com, 2021 წლის 6 იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/3ejyf35> [უ.გ. 03.9.21].

<sup>35</sup> ა. ალი, „Here's What Happens Every Minute on the Internet in 2020“, Visualcapitalist.com, 2020 წლის 15 სექტემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.visualcapitalist.com/every-minute-internet-2020/> [უ.გ. 03.9.21].

<sup>36</sup> Wikipedia, "Wikipedia:Statistics", 2021 წლის 6 აპრილი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Statistics> [უ.გ. 03.9.21].

<sup>37</sup> ჯ. ედვარდსი, „Meet The 30 Biggest Advertisers On Facebook“, Businessinsider, 2012 წლის 24 სექტემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.businessinsider.com/the-30-biggest-advertisers-on-facebook-2012-9> [უ.გ. 03.9.21].

ვიდრე პოლიტიკური.<sup>38</sup> 2020 წლის მონაცემებით, „ფეისბუქზე“<sup>39</sup> პროფილი დაახლოებით 90 მილიონ ბიზნესორგანიზაციას აქვს (იგივე „Page“-ი) და დიდი ნაწილი აქტიური რეკლამითაა დაკავებული. კიდევ ერთი სოციალური ქსელის, ინსტაგრამის, სარეკლამო შემოსავალი კი 2018 წლის მეორე კვარტალში დაახლოებით 2 მილიარდი აშშ დოლარი იყო. აღნიშნულ პლატფორმაზე 8 მილიონი ბიზნესორგანიზაციის პროფილი იყო რეგისტრირებული.<sup>40</sup> 2020 წელს კი, „ინსტაგრამის“ სარეკლამო შემოსავალმა 6.8 მილიარდი შეადგინა. ცალსახად, საქმე გვაქვს კასტელსის „ინფორმაციულ საზოგადოებასთან“, რომელშიც „სამყარო წარმოგვიდგება არენად, სადაც ინდივიდები ცდილობენ გარემოზე ზემოქმედების მოხდენას: მათი მცდელობები იკვეთება, ემთხვევა ერთმანეთს, აღწევს ან ვერ აღწევს წარმატებას. ძირითადი ადგილი ამ მცდელობებში უკავია ინფორმაციის გადაცემა/მიღების წესს: ინდივიდები ცდილობენ მაქსიმალურად ადეკვატურად გააგებინონ სხვას მათ მიერ გადაცემული ინფორმაცია და ასევე მაქსიმალურად ადეკვატურად გაიგონ სხვის მიერ გადმოცემული ინფორმაცია, რადგან ამ მიღება/გადაცემის წესის სრულყოფილებაზეა დამოკიდებული, რამდენად მიაღწევს ინდივიდი მიზანს, რომლის გამოც მან დაიწყო სოციალური ქცევა.“

ამდენად, თანამედროვე საჯარო სივრცეში ერთმანეთთან კომუნიკაციაში არიან საზოგადოება და ორგანიზაციები. საქმე გვაქვს ერთმანეთზე უკიდურესად გადაჯაჭვულ „სივრცესთან“, სადაც ფიზიკური სამყარო წარმატებით მეორდება (დუბლირებას ვაკეთებთ) ვირტუალურ სამყაროში. შესაბამისად, ყოველივე ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე ცხადი ხდება, რომ საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკას ადგილი აქვს ამ „საჯარო სივრცეში“ და რომ ეს „სივრცე“ „სტრატეგიის“ მოქმედების ექსკლუზიურ არეალად ვერ ჩაითვლება, როგორც ეს ავტორებმა სტრატეგიული კომუნიკაციის განმარტებაში შემოგვთავაზეს.

სწორედ ამ სივრცეში აქვს ადგილი ინფორმაციის ყველა მიმოცვლას, როგორც სოციალურ ქცევას. ეს ჩვენი მსჯელობა კი, რომელიც დერინა ჰოლტჰაუზენმისა და ანსგარ ზერფასის 2013 წელს შემოთავაზებულ ტერმინს შეეხო, ვფიქრობთ, რომ წარმატებით ვრცელდება კირკ ჰალაჰანის თაოსნობით შექმნილ (Kirk Hallahan), ავტორთა ჯგუფის მიერ 2007 წელს შემოთავაზებულ განმარტებზეც. მათ თქვეს, რომ სტრატეგიული კომუნიკაცია: „გულისხმობს, რომ ადამიანები ორგანიზაციების სახელით გაცნობიერებულ/მიზანდასახულ საკომუნიკაციო აქტებში, საზოგადოებრივ მოძრაობებსა და პროცესებში ერთვებიან“.<sup>41</sup> სტრატეგიული კომუნიკაციების, როგორც ტერმინის ან/და „სტრატეგიის“ როლის განმარტებისას, ერთ-ერთი გამორჩეული ადგილი უჭირავს სიტყვა „ზეგავლენას“ ქცევასთან მიმართებით.

<sup>38</sup> გ. სლოუნ, „FACEBOOK REVEALS ITS BIGGEST POLITICAL AD SPENDERS“, adage.com, 2018 წლის 23 ოქტომბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://adage.com/article/digital/facebook-shows-biggest-political-ad-spender/315373/> [უ.გ. 3.10.21].

Facebook Revenue and Usage Statistics (2020) <https://www.businessofapps.com/data/facebook-statistics/> [უ.გ. 16.03.2021].

<sup>39</sup> Facebook's annual revenue from 2009 to 2020, by segment - <https://www.statista.com/statistics/267031/facebooks-annual-revenue-by-segment/> [უ.გ. 5.3.2021].

<sup>40</sup> დ. კოენი, „Instagram Now Has More Than 1 Million Monthly Advertisers and 8 Million Business Profiles“ adweek.com, 2017 წლის მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.adweek.com/digital/instagram-1-million-monthly-advertisers-8-million-business-profiles/> [უ.გ. 3.10.21].

Projected revenue of Instagram from 1st quarter 2017 to 4th quarter 2020 <https://www.statista.com/statistics/448157/instagram-worldwide-mobile-internet-advertising-revenue/#:~:text=In%20the%20fourth%20quarter%20of,the%20second%20quarter%20of%202019.> [უ.გ. 16.03.2021].

<sup>41</sup> კ. ჰალაჰანი, „Defining Strategic Communication“, International Journal of Strategic Communication, 2007 წლის მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.researchgate.net/publication/241730557\\_Defining\\_Strategic\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication), [უ.გ. 03.8.2021].

მაგალითისთვის, „ეროვნული ინტერესების მხარდაჭერა თავდაცვის ყველა საკომუნიკაციო საშუალებების გამოყენებით, ადამიანთა დამოკიდებულებებსა და ქცევაზე ზეგავლენისთვის“<sup>42</sup>. ჰალაჰანისა და ავტორთა ჯგუფის მიერ მომზადებულ ზემოთ ნახსენებ ნაშრომში ასევე ნათქვამია, რომ „ზეგავლენა“ ცოდნის დონეზე, დამოკიდებულებების ცვლილებები და „ზეგავლენა“ კონკრეტულ ქცევაზე სტრატეგიული კომუნიკაციების მთავარი ფუნქცია-მოვალეობაა. ანალოგიური მოსაზრება გვხვდება ბრიტანელი სამხედროს, სტივ ტეტჰემის 2008 წლის ნაშრომში, სადაც იგი სტრატეგიული კომუნიკაციის დიდი ბრიტანეთის მთავრობის უწყებათშორის განმარტებას გვთავაზობს<sup>43</sup> - კომუნიკაციის გზით ზეგავლენა, ქცევის წესის ცვლილებებისთვის. ისევ და ისევ, ჩვენი ინტერესის სფეროს წარმოადგენს დავადგინოთ, რამდენად არის „ზეგავლენა“ სამიზნე აუდიტორიის ქცევაზე სტრატეგიული კომუნიკაციების ექსკლუზიური პრეროგატივა, რომელიც ზოგიერთ ავტორებთან „სტრატეგიის“ განმარტებაშიც კი იკავებს ადგილს და რომელიც, თითქოს ვერ ან/და არ იქნება სხვა, მონათესავე საინფორმაციო დისციპლინების ფუნქცია-მოვალეობა.

სახელმწიფოთაშორისი კონფლიქტების მთავარ მიზეზად ხშირად თავისუფალ ბუნებრივ რესურსებზე წვდომის სურვილი გვევლინება<sup>44</sup>. იმდენად, რამდენადაც პოლიტიკური და ეკონომიკური ინტერესების მქონე ჯგუფებისთვის ცნობილია, რომ აღნიშნული ბუნებრივი რესურსები ერთდროულად არის სასიცოცხლო მნიშვნელობის და თანაც ამოწურვადი, ისინი მზად არიან აღნიშნული რესურსების მოპოვებისთვის ერთმანეთში ბრძოლა გააჩაღონ. ამ შემთხვევაში, მათთვის სამიზნე ობიექტი არის „ბუნებრივი რესურსი“, პირობითად სასამელო წყალი.

უნდა წარმოვიდგინოთ, რომ როგორც ბუნებრივი რესურსებია ამოწურვადი და შეზღუდული, ისე ამოწურვადი და შეზღუდულია წვდომა ჩვენს ფსიქიკაზე, რომელიც სოციალური სისტემის წევრი ინდივიდების ერთმანეთთან კომუნიკაციის დროს მთავარ სამიზნედ გვევლინება. ფსიქიკაც, ისევე როგორც „სასამელო წყალი“, ამოწურვადი რესურსია - ყველასთან ვერ ვიმეგობრებთ, ყველას ვერ დავუჯერებთ, ყველას ვერ დავუთმობთ, ყველას ვერ გავუყოფთ, ყველას ვერ დავეთანხმებით და ასე შემდეგ. თუმცა ცნობილია, რომ „ფსიქიკის დაუფლებისთვის“ ბრძოლა შესაძლებელია, რამდენადაც ის ადამიანის ყველაზე მოწყვლადი ფუნქციაა<sup>45</sup>. უფრო მეტიც, შეიძლება ითქვას, რომ ინდივიდების მიერ „ფსიქიკისთვის“, ანუ სხვა ინდივიდის გონების დაუფლებისთვის, ბრძოლა ბუნებრივი მოთხოვნილებაა.

ცნობილია, რომ „გონიერი არსებები, რომლებსაც ცენტრალური ნერვული სისტემა აქვთ, მხოლოდ ერთმანეთთან კომუნიკაციით ახერხებენ გამოიმუშაონ გადარჩენის და წარმატების მექანიზმები“<sup>46</sup>. ამ გზაზე სწორედ კომუნიკაციას ენიჭება გადამწყვეტი მნიშვნელობა. ვფიქრობთ, რომ ნებისმიერი კომუნიკაციური მოქმედება, რომელიც მიემართება ობიექტისგან ამ უკანასკნელის დარწმუნებას გულისხმობს, თავისთავად იწვევს ქცევის,

<sup>42</sup>Joint Doctrine Note 1/12, „Strategic communication: the defense contribution“, 2012 წელი, გვ.1, ხელმისაწვდომია

აქ:[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/33710/20120126jdn112\\_Strategic\\_CommsU.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/33710/20120126jdn112_Strategic_CommsU.pdf) [უ. გ. 03.8.2021].

<sup>43</sup> ს. ა. ტეტჰემი, „Strategic Communication: A Primer“, Defence Academy of the United Kingdom, 2008 წლის დეკემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008\\_Dec.pdf](https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008_Dec.pdf), [უ. გ. 03.8.2021].

<sup>44</sup> worldwater.org, Water Conflict Chronology, ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.worldwater.org/conflict/list/> [უ. გ. 3.10.21].

<sup>45</sup> ვ. ა. ბარიშოლცი, „ИНФОРМАЦИОННО- ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ“, Вычислительный центр им. А.А. Дородницына РАН, 2013 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psiologicheskaya-bezopasnost-osnovnye-polozheniya> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21].

<sup>46</sup> გ. თევზაძე, „რატომ გწამს ღმერთი“, ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა, 2017 წელი, გვ.6, ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/30vEKb2> [უ. გ. 3.10.21].



დამოკიდებულებების, განწყობების გაძლიერებას, შეცვლას ან/და შენარჩუნებას, ანუ მათზე ზეგავლენას. ამ მოსაზრებას ამყარებს ზ. კიკვიძისა და გ. თევზაძის „ევოლუციაში“ გამოთქმული მოსაზრება, რომ „სამყარო წარმოგვიდგება არენად, სადაც ინდივიდები ცდილობენ გარემოზე ზემოქმედების მოხდენას: მათი მცდელობები იკვეთება, ემთხვევა ერთმანეთს, აღწევს ან ვერ აღწევს წარმატებას. ძირითადი ადგილი ამ მცდელობებში უკავია ინფორმაციის გადაცემა/მიღების წესს: ინდივიდები ცდილობენ მაქსიმალურად ადეკვატურად გააგებინონ სხვას მათ მიერ გადაცემული ინფორმაცია და ასევე მაქსიმალურად ადეკვატურად გაიგონ სხვის მიერ გადმოცემული ინფორმაცია, რადგან ამ მიღება/გადაცემის წესის სრულყოფილებაზეა დამოკიდებული მათი წარმატება“.<sup>47</sup>

რადგან ვფიქრობთ, რომ ინდივიდებს შორის კომუნიკაციური პროცესი ბუნებრივად გულისხმობს ერთმანეთის განწყობებზე, ქცევასა და დამოკიდებულებებზე ზეგავლენას (უკეთესი გარემოს მოპოვებისა და არსებული გარემოს მართვის მიზნით), ბუნებრივად ჩნდება კითხვა - კომუნიკაციის გზით „ფსიქიკაზე“, როგორც შეზღუდულ რესურსზე, ზეგავლენის რა მეთოდები არსებობს გადარჩენისა და წარმატების მექანიზმების გამომუშავება/ მოპოვებისთვის? ჩვენი პასუხია - დამარწმუნებელი კომუნიკაცია.

არის თუ არა ის საზოგადოებასთან ურთიერთობის, როგორც დისციპლინის განუყოფელი ნაწილი, ჩვენ ვფიქრობთ, რომ კი, უდავოდ. ძნელი წარმოსადგენია, საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროფესიის ისეთი ეტაპის წარმოდგენა, როდესაც დამარწმუნებელი კომუნიკაცია უგულვებელყოფილია, მით უფრო მაშინ, როდესაც პროფესიის დაბადების პირველივე ეტაპებზე ვხვდებით დარწმუნების (დამარწმუნებელი კომუნიკაციის) მნიშვნელობაზე აქცენტებს, თავად პროფესიის „მამებად“ წოდებული პირებისგან. „თქვენ უნდა შეისწავლოთ ადამიანების ემოციები და ყველა ის ფაქტორი, რომლებიც ამოძრავებენ ადამიანებს და რაც დაგარწმუნებთ მათ საქმიანობის ყველა სფეროში“<sup>48</sup> ჯერ კიდევ 1921 წელს ამბობდა აივი ლიი, როდესაც საზოგადოებასთან ურთიერთობის მომავალ პრაქტიკოსებს ესაუბრებოდა.

ის ფაქტი, რომ დარწმუნება „პიარის“, როგორც პროფესიის განვითარების პირველივე საფეხურზე იკავებდა განსაკუთრებულ ადგილს ბერნეისის პროფესიული მცდელობებიდანაც იკვეთება. „ლის საჯარო ინფორმაციის მოდელისგან განსხვავებით, ბერნეისის მოდელი, არსებითად, მეცნიერული დარწმუნებისა და აქედან გამომდინარე, კონკრეტული აღქმის, ქცევის ქომაგობის მოდელი იყო. იგი აუდიტორიის მოსმენასაც მოიცავდა, თუმცა უკუკავშირის მიზანი იყო უფრო მეტად დამარწმუნებელი ახალი შეტყობინების შექმნა“.<sup>49</sup> სტუარტ ივენი (Stuart Ewen) კი თავის წიგნში - „პიარი / სპინის სოცილური ისტორია“, კოლუმბიის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის სკოლაში 1921 წლის ნოემბრის აივი ლიის სიტყვიდან ამონარიდს ციტირებს: „თქვენ უნდა იკვლიოთ ადამიანთა ემოციები და ყველა ის ფაქტორი, რომლებიც ამოძრავებს ადამიანს, რომლებიც არწმუნებენ ადამიანებს ფუნქციონირების ნებისმიერ სფეროში“.<sup>50</sup> გარდა ამისა, საყოველთაოდ ცნობილია, რომ მხოლოდ საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკისთვის არ არის ბუნებრივი დამარწმუნებელი კომუნიკაციის გამოყენება ფუნდამენტური მიზნების მისაღწევად. დამარწმუნებელი კომუნიკაციის გამოყენებას სამიზნე აუდიტორიის ქცევასა თუ განწყობაზე ზეგავლენის მიზნით, აქტიურად ვხვდებით პოლიტიკური კომუნიკაციის მარკეტინგშიც. მეოცე საუკუნის 80-იან წლებში რიჩარდ პეტისა და ჯონ კეკიოპოს მიერ

<sup>47</sup> ზ. კიკვიძე, გ. თევზაძე "ევოლუცია", ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა, 2015 წელი, გვ. 38-39. ხელმისაწვდომი აქ: <https://bit.ly/38u7F3Q> [უ. გ. 3.10.21].

<sup>48</sup> E. Stuart. (1996). "PR! Social History of Spin". Basic Books. 1st ed. p.132.

<sup>49</sup> დ. ლ. უილკოქსი, გლენტ ტ. კამერონი, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა - სტრატეგია და ტაქტიკა“, გამომცემლობა „დოგენე“, 2011 წელი.

<sup>50</sup> ს. ივენი, "PR! A social History of Spin", გამომცემლობა Basic Books, 1996 წელი, თავი 7, გვ.132.

შექმნილი დამუშავების ალბათობის მოდელის (Elaboration of Likelihood Model) მეშვეობით სწორედ, მომხმარებლების დარწმუნებისთვის გამოყენებული დამარწმუნებელი კომუნიკაციის პროცესი ახსნეს.<sup>51</sup>

მარკეტინგში პრომოციის მიქსის თითქმის ყველა ეტაპი გულისხმობს მომხმარებლის ქცევაზე ზეგავლენას, დაწყებული რეკლამით დამთავრებული პერსონალური გაყიდვებით. ეს უკანასკნელი ერთი პირის მიერ მეორესთან ურთიერთობის ფორმას გულისხმობს, როდესაც პროდუქტის გამყიდველი ცდილობს პოტენციურ მყიდველს პროდუქტის მიმართ შექმნის სურვილი გაუღვიძოს - დაარწმუნოს კონკრეტული პროდუქტის უპირატესობაში.

დამარწმუნებელი კომუნიკაცია (Persuasive Communication) და დარწმუნება (persuasion), როგორც განყენებული ან/და ცალკე მდგომი საგანი ხშირად გვხვდება სხვადასხვა სასწავლო კურსის სილაბუსებში. მაგალითად, ფლორიდას უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკისა და კომუნიკაციების კოლეჯის კურსს, რომელსაც „ციფრული დამარწმუნებელი კომუნიკაცია“ ჰქვია, სწორედ საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და მარკეტინგის სპეციალისტებისთვისაა გათვლილი.<sup>52</sup> აღმოსავლეთ ილინოისის უნივერსიტეტის სასწავლო კურსის სილაბუსში - „შესავალი საზოგადოებასთან ურთიერთობებში“, კურსის მეოთხე კვირიდან ვიდრე მის დასრულებამდე აკეთებს აქცენტს დარწმუნებასა და დამარწმუნებელი კომუნიკაციის მნიშვნელობაზე - შეტყობინების შემუშავებაში ნარატივის მომზადებასა თუ გზავნილის ფორმირების პროცესში.<sup>53</sup> დარწმუნებას, სასწავლო პროგრამის სილაბუსში Algonquin College-ის საზოგადოებასთან ურთიერთობის კურსზეც შეხვდებით. სადაც კურსის ერთ-ერთი ამოცანა დარწმუნების საფუძვლების შესწავლაა.<sup>54</sup> ბარსელონაში Universitat Pompeu Fabra-ს ოთხწლიანი საბაკალავრო პროგრამა რეკლამასა და საზოგადოებასთან ურთიერთობაში, სტუდენტებს სამ ენაზე აძლევს შესაძლებლობას სხვა საგნებთან ერთად აღნიშნულ კურსზე დამარწმუნებელი დისკურსების ანალიზი შეისწავლონ.<sup>55</sup> Chartered Institute of Public Relations (CIPR) - ის „საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლების“ სილაბუსში ცალკე და გამოკვეთილი ადგილი უჭირავს „საზოგადოებასთან ურთიერთობასა და დარწმუნების“ ქვეთავს.<sup>56</sup>

## დასკვნა

ვფიქრობთ, აქ შეიძლება დასრულდეს აღნიშნულ საკითხზე მსჯელობა, რომელიც ჩვენი აზრით, ცალსახად ადასტურებს, რომ სტრატეგიული კომუნიკაციების დღემდე არსებული განმარტებები და ავტორთა მსჯელობები არ ქმნიან აღნიშნული პროფესიისთვის დამოუკიდებელი თეორიული ჩარჩოს შექმნის საფუძვლებს, რომელიც თავის მხრივ დაასრულებდა დისციპლინებს შორის არსებულ პროფესიულ გაუგებრობებს.

<sup>51</sup> რ. ი. პიტტი, ჯ. ტ. კაიოპო, „The Elaboration Likelihood Model of Persuasion“, გამომცემლობა Academic Press Inc., 1986 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.researchgate.net/publication/270271600\\_The\\_Elaboration\\_Likelihood\\_Model\\_of\\_Persuasion](https://www.researchgate.net/publication/270271600_The_Elaboration_Likelihood_Model_of_Persuasion) [უ.გ. 03.10.2021].

<sup>52</sup> დოქტორი უ. კიმი, ფლორიდას უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკისა და კომუნიკაციების კოლეჯი, კურსი - MMC 6936 Digital Persuasive Communication (#0961), 2016 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/3qSfDA> უ.გ. 3.10.21].

<sup>53</sup> პროფესორი ს. ვოლუსი, „Communication 2920: Introduction to Public Relations“, EASTERN ILLINOIS UNIVERSITY, 2017 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.eiu.edu/\\_eiu15/include/global/show\\_file\\_gsm.php?type=syllabi2&id=18998](https://www.eiu.edu/_eiu15/include/global/show_file_gsm.php?type=syllabi2&id=18998). [უ.გ. 3.10.21].

<sup>54</sup> Algonquin College, საზოგადოებასთან ურთიერთობის კურსი, 2021 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.algonquincollege.com/mediaanddesign/program/public-relations/#courses> [უ.გ. 3.10.21].

<sup>55</sup> Bachelor's degree in Advertising and Public Relations – Syllabus- <https://www.upf.edu/> [უ.გ. 3.10.21].

<sup>56</sup> Public relations fundamentals - <https://www.cipr.co.uk/content/training-qualifications/student-resources/study-hub/advanced-certificate/syllabus> [უ.გ. 3.10.21].

ნაშრომში გამოყენებული თეორიული მასალის კვლევისა და ანალიზის საფუძველზე, მივედით დასკვნამდე, რომ ნაშრომში ხსენებულ ავტორთა ხედვების ნაწილი, „სტრატეგიის“ შესახებ, პროფესიული თვალსაზრისით კონფრონტაციულიც კი არის. სტრატეგიულ კომუნიკაციებსა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალობებს შორის არსებული გაუგებრობების მიზეზი სათავეს სწორედ საკითხისადმი ზედაპირული მიდგომებიდანაც უნდა იღებდეს. ვფიქრობთ, წინამდებარე ნაშრომმა ნათლად დაგვანახა ახალი, ისეთი სიღრმისეული კვლევის არსებობა, რომელიც ერთხელ და სამუდამოდ უპასუხებდა კითხვას: „მაშ, რა არის სტრატეგიული კომუნიკაციები?“

ვფიქრობთ, ყველას, ვინც ბოლო წლებში გულწრფელად ცდილობდა „პიარს“ და „სტრატეგიას“ შორის განსხვავება დაენახა, ეს ნაშრომი განსაკუთრებით წაადგება. ეს პუბლიკაცია იმ ადამიანებსაც წაადგებათ, რომლებიც ბოლო წლებია ჯიუტად და ჰაერზე ამტკიცებენ - „სტრატეგიის“ არის „პიარი“ ან/და პირიქით.

## ბიბლიოგრაფია

1. ჯასპერ ფალკჰეიმერი, მათს ჰეიდე, „From Public Relations to Strategic Communication in Sweden: The Emergence of a Transboundary Field of Knowledge“, Nordicom Review, 2014 წლის იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.researchgate.net/publication/287139564>, [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
2. რობერტ დ. სტროკი, „STRATEGIC COMMUNICATIONS AND THE SPECTRUM OF CONFLICT“, U.S. ARMY MILITARY HISTORY INSTITUTE, 1966 წლის 22 აპრილი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://apps.dtic.mil/dtic/tr/fulltext/u2/a488153.pdf> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
3. კირკ ჰალაჰანი, „Defining Strategic Communication“, International Journal of Strategic Communication, 2007 წლის მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.researchgate.net/publication/241730557\\_Defining\\_Strategic\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/241730557_Defining_Strategic_Communication), [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
4. პოლიტიკის კოორდინაციის კომიტეტი, „U.S. National Strategy for Public Diplomacy and Strategic Communication“, 2007 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://2001-2009.state.gov/documents/organization/87427.pdf> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
5. სტივ ა. ტეტკემი, „Strategic Communication: A Primer“, Defence Academy of the United Kingdom, 2008 წლის დეკემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008\\_Dec.pdf](https://www.files.ethz.ch/isn/94411/2008_Dec.pdf), [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
6. Homeland Security Digital Library, „UPDATE TO CONGRESS ON NATIONAL FRAMEWORK FOR STRATEGIC COMMUNICATION“, 2012 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.hsdl.org/?view&did=704809> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
7. Joint Doctrine Note 1/12, „Strategic communication: the defense contribution“, 2012 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/33710/20120126jdn112\\_Strategic\\_CommsU.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/33710/20120126jdn112_Strategic_CommsU.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა: 03.8.2021];
8. დერინა ჰოლცკოსენი, ანსგარ ზერფასი, „Strategic Communication Opportunities and Challenges of the Research Area“, წიგნში „The Routledge Handbook of Strategic Communication“, გამომცემლობა „რუთლიჯი“, 2015 წელი;
9. NATO Strategic Communications Centre of Excellence - ორგანიზაციის შესახებ ინფორმაცია ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.stratcomcoe.org/about-us> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
10. აქსელ ჰაგელსტამი, „Cooperating to counter hybrid threats“, 2018 წლის 23 ნოემბერი, ჩრდილო-ატლანტიკური საბჭოს ოფიციალური ვებ-გვერდის პოლიტიკის და ანალიზის სექცია, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.nato.int/docu/review/2018/also-in-2018/cooperating-to-counter-hybrid-threats/EN/index.htm> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
11. ავტორი ორგანიზაცია: European Union Institute for Security Studies (EUISS), ევროპის პარლამენტის საგარეო ურთიერთობათა კომიტეტის დაკვეთით, „Strategic communications With a view to counteracting propaganda“, 2016 წლის მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO\\_IDA\(2016\)578008\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/578008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
12. გლენტ ტ. კამერონი - მისურის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის სკოლის წარმომადგენელი;
13. დენის ლ. უილკოქსი, გლენტ ტ. კამერონი, „საზოგადოებასთან ურთიერთობა - სტრატეგია და ტაქტიკა“, გამომცემლობა „დიოგენე“, 2011 წელი;

14. იურგენ ჰაბერმასი. „მოქმედების კომუნიკატიური თეორიის წინასწარი მონახაზები და დამატებები“, საგამომცემლო ცენტრი „ქუთაისი“, რედაქტორი: გურამ თევზაძე, 2003 წელი.
15. იურგენ ჰაბერმასი, გერმანელი ფილოსოფოსი <https://www.britannica.com/biography/Jurgen-Habermas> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21];
16. ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, „იმანუელ კანტი“, 2017 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://library.iliauni.edu.ge/wp-content/uploads/2017/03/kanti.pdf> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21];
17. გიგი თევზაძე, „რა არის განმანათლებლობა“, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2012 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/3ccdcNu> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21];
18. გიგი თევზაძე, „ლექციის სათაური: დიდი იდენტობის კონსტრუირების ისტორია. განმანათლებლობა, როგორც პირველი დიდი იდენტობა“, ვიდეო ლექციების კურსი YouTube-ზე, 2011 წლის 15 მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.youtube.com/watch?v=F-c1Vk1oKKk> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21];
19. არან ალი, „Here’s What Happens Every Minute on the Internet in 2020“, Visualcapitalist.com, 2020 წლის 15 სექტემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.visualcapitalist.com/every-minute-internet-2020/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21];
20. მარიამ მოჰსინი, „10 GOOGLE SEARCH STATISTICS YOU NEED TO KNOW IN 2021“, [www.oberlo.com](http://www.oberlo.com), 2020 წლის 3 აპრილი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.oberlo.com/blog/google-search-statistics> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21]
21. ქრისტინა ნიუბერი, „25 YouTube Statistics that May Surprise You: 2021 Edition“, [blog.hootsuite.com](http://blog.hootsuite.com), 2021 წლის 3 თებერვალი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/#YouTube\\_user\\_statistics](https://blog.hootsuite.com/youtube-stats-marketers/#YouTube_user_statistics) [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21];
22. მარიამ მოჰსინი, „10 FACEBOOK STATISTICS EVERY MARKETER SHOULD KNOW IN 2021“, [www.oberlo.com](http://www.oberlo.com), 2021 წლის 15 იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.oberlo.com/blog/facebook-statistics> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21];
23. ქრისტინა ნიუბერი, „44 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2021“, [blog.hootsuite.com](http://blog.hootsuite.com), 2021 წლის 6 იანვარი, [ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/3ejyf35> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 03.9.21];
24. არან ალი, „Here’s What Happens Every Minute on the Internet in 2020“, Visualcapitalist.com, 2020 წლის 15 სექტემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.visualcapitalist.com/every-minute-internet-2020/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.9.21];
25. Wikipedia, „Wikipedia:Statistics“, 2021 წლის 6 აპრილი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Statistics> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 03.9.21];
26. ჯიმ ედვარდსი, „Meet The 30 Biggest Advertisers On Facebook“, Businessinsider, 2012 წლის 24 სექტემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.businessinsider.com/the-30-biggest-advertisers-on-facebook-2012-9> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 03.9.21];
27. გარეტ სლოუნი, „FACEBOOK REVEALS ITS BIGGEST POLITICAL AD SPENDERS“, [adage.com](http://adage.com), 2018 წლის 23 ოქტომბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://adage.com/article/digital/facebook-shows-biggest-political-ad-spender/315373/> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
28. დევიდ კოენი, „Instagram Now Has More Than 1 Million Monthly Advertisers and 8 Million Business Profiles“ [adweek.com](http://adweek.com), 2017 წლის მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.adweek.com/digital/instagram-1-million-monthly-advertisers-8-million-business-profiles/> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
29. Facebook Revenue and Usage Statistics 2020 <https://www.businessofapps.com/data/facebook-statistics/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 16.03.2021];  
Facebook's annual revenue from 2009 to 2020, by segment - <https://www.statista.com> [უკანასკნელად გადამოწმდა 16.03.2021];

30. Joint Doctrine Note 1/12, „Strategic communication: the defense contribution“, 2012 წელი; აქ: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/33710/20120126jdn112\\_Strategic\\_CommsU.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/33710/20120126jdn112_Strategic_CommsU.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა 03.8.2021];
31. worldwater.org, Water Conflict Chronology, ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.worldwater.org/conflict/list/> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
32. ვიტალი ბარიშპოლევცი, „ИНФОРМАЦИОННО- ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ“, Вычислительный центр им. А.А. Дородницына РАН, 2013 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionno-psihologicheskaya-bezopasnost-osnovnye-polozheniya> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
33. გიგი თევზაძე, „რატომ გწამს ღმერთი“, ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა, 2017 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/30vEKb2> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
34. ზაზა კიკვიძე, გიგი თევზაძე, "ევოლუცია", ბაკურ სულაკაურის გამომცემლობა, 2015 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/38u7F3Q> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
35. ევენ სტიუარტი, 1996. "PR! Social History of Spin". Basic Books. 1st ed;
36. სტიუარტ ივენი, "PR! A social History of Spin", გამომცემლობა Basic Books, 1996 წელი;
37. რობერტ ი. პიტტი, ჯონ ტ. კაჩიოპპო, „The Elaboration Likelihood Model of Persuasion“, გამომცემლობა Academic Press Inc., 1986 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.researchgate.net/publication/270271600\\_The\\_Elaboration\\_Likelihood\\_Model\\_of\\_Persuasion](https://www.researchgate.net/publication/270271600_The_Elaboration_Likelihood_Model_of_Persuasion) [უკანასკნელად გადამოწმდა: 03.10.2021];
38. დოქტორი უნიკ კიმი, ფლორიდის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკისა და კომუნიკაციების კოლეჯი, კურსი - MMC 6936 Digital Persuasive Communication (#0961), 2016 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://bit.ly/3qgSfDA> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
39. პროფესორი სკოტ ვოლუსი, "Communication 2920: Introduction to Public Relations", EASTERN ILLINOIS UNIVERSITY, 2017 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.eiu.edu/\\_eiu15/include/global/show\\_file\\_gsm.php?type=syllabi2&id=18998](https://www.eiu.edu/_eiu15/include/global/show_file_gsm.php?type=syllabi2&id=18998). [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
40. Algonquin College, საზოგადოებასთან ურთიერთობის კურსი, 2021 წელი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.algonquincollege.com/mediaanddesign/program/public-relations/#courses> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
41. სილაბუსი რეკლამა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის საბაკალავრო ხარისხისთვის - <https://www.upf.edu/> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];
42. საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლები - <https://www.cipr.co.uk/content/training-qualifications/student-resources/study-hub/advanced-certificate/syllabus> [უკანასკნელად გადამოწმდა: 3.10.21];

## ციანიდის საქმე ქართულ მედიაში

მარიამ ადამაშვილი,

სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი, ასისტენტ-პროფესორი,  
საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

### აბსტრაქტი

რელიგია და მასთან დაკავშირებული საკითხები, როგორც მსოფლიოში, ისე საქართველოში მეტად მგრძობიარე საკითხს წარმოადგენს. აქედან გამომდინარე, აღნიშნული საკითხების არასწორად გაშუქება, შესაძლოა, საზოგადოებაში ძლიერი დაპირისპირების ესკალაციისა და კონფლიქტის წარმოშობის ხელშემწყობი ფაქტორი აღოჩნდეს. რადგანაც მედია საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების საუკეთესო იარაღია, ჟურნალისტმა აღნიშნულ საკითხთა გაშუქების პროცესში აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს ეთიკური ნორმები და შესაბამისი კანონმდებლობა, ასევე, უნდა იხელმძღვანელოს რელიგიის საკითხთა გაშუქების საერთაშორისოდ მიღებული სტანდარტებით.

რელიგიური თემების მიმოხილვა და მასთან დაკავშირებული საკითხების შესახებ ჟურნალისტური პროდუქტის მომზადება საქართველოში განსაკუთრებით აქტუალური ბოლო წლების განმავლობაში გახდა, რადგანაც საგრძნობლად იმატა რელიგიურად კრიზისული სიტუაციებისა და კონფლიქტების რაოდენობამ. ამ მიმართულებით, სტატიამი განვიხილავთ საქართველოში განვითარებულ ისეთ აქტუალურ კრიზისულ სიტუაციას, როგორცაა – ციანიდის საქმე; მიმოვიხილავთ, თუ რა კუთხით იქნა წარმოჩენილი აღნიშნული კრიზისი ქართული მედიის მიერ.

როგორ წარმოუდგენლადაც არ უნდა გვეჩვენოს, სწორედ ბრალდებული სასულიერო პირისთვის ზიარების წესის მიღების მოთხოვნის ფორმა, მათ შორის, ათეისტურად განწყობილი ცნობადი ადამიანების მხრიდან აქციაზე ამ მოთხოვნის გაჟღერება, გახდა ეკლესიის დისკრიმინაციის ბიძგის მიმცემი. აღსანიშნავია, რომ გიორგი მამალაძის ზიარების შემდეგ მორიგი მოთხოვნით გაგრძელდა ეკლესიაზე შეტევა – დაკავებული სასულიერო პირის გაუარესებულ ჯანმრთელობასთან დაკავშირებით შექმნილი აჟიოტაჟის პარალელურად უწმინდესსა და უნეტარეს ილია მეორეს წაუყენეს მოთხოვნა დეკანოზის შეწყალების საკითხზე პრეზიდენტთან შუამდგომლობასთან დაკავშირებით. საჭირო დროს, იძულებული გახდნენ მაინც ელიარებიანთ პატრიარქის სიტყვის ძალა. ადვილად შეეძლოთ, რომ ერთი მარტივი დეტალი არ დაევიწყებინათ – საქართველოს კანონმდებლობა ჯანმრთელობის გაუარესების გამო ვადაზე ადრე გათავისუფლების პროცედურის დაწყებას ითვალისწინებს, თუმცა ამ მოთხოვნის ავტორებს დაკავებული დეკანოზისთვის ეკლესიისგან დევნილ-წამებულის იმიჯის შექმნა სჭირდებოდათ.

**საკვანძო სიტყვები:** ციანიდის საქმე; საპატრიარქო ტახტი; შეტევა ეკლესიაზე; პატრიარქი გერმანიაში.

### შესავალი

უხსოვარი დროიდან, სამყაროს შექმნის დღიდან კაცობრიობის განვითარების კვალდაკვალ მის თანმდევ მოვლენას წარმოადგენს რელიგია, რასაც ნებისმიერ ცივილიზაციაში თავისი განსაკუთრებული მნიშვნელობა და დანიშნულება გააჩნია. რელიგია – ეს არის მსოფლმხედველობრივი სისტემა, რაც განსაზღვრავს კაცობრიობის ამა თუ იმ ქმედებას.

რელიგია არსებობდა კაცობრიობის განვითარების ყოველ ეტაპზე, უწყვეტად მისდევს მის ისტორიას. რელიგიის განვითარება მჭიდროდაა დაკავშირებული ადამიანის სულიერ-ინტელექტუალურ განვითარებასთან. მიუხედავად იმისა, რომ დედამიწის მოსახლეობის უმეტესი ნაწილისთვის რელიგიის გარეშე არსებობა წარმოუდგენელია, ბევრი ადამიანისთვის რთულია ჩასწვდეს რელიგიის რეალურ არსს.

საქართველოს დიდი ხნის განმავლობაში აღმოსავლური და დასავლური, ჯერ მაზდეანობისა და მოგვიანებით, მაჰმადიანობის გზაჯვარედინზე უწევდა არსებობა. შესაბამისად, ჩვენს ქვეყანას უძველესი დროიდან ერთმანეთისგან მკვეთრად განსხვავებული რელიგია და კულტურა კვეთდა ერთმანეთს.. უამრავი სიძნელის მიუხედავად, ქართველი ერი ყოველთვის მისწრაფოდა დასავლური კულტურისაკენ. ქრისტიანული აღმსარებლობით კი სრულად განისაზღვრა ქვეყნისა და ერის განვითარების გზა. ამ სირთულეებით დატვირთულ გზაზე ჩვენი ერი წინააღმდეგობებს არ გაუბოდა, პირიქით, უფრო აქტიურად მისწრაფოდა იმ რელიგიურ-კულტურული სივრცისკენ, რომელსაც სამუდამოდ მიაკუთვნა თავი.

საქართველო მრავალეროვანი და მრავალფეროვანი ქვეყანაა, როგორც კულტურული, ისე რელიგიური თაღსაზრისით. საქართველოში ერთ დროს გადიოდა საქარავნო გზები, რაც ბუნებრივად კულტურულ-რელიგიურ მრავალფეროვნებას უწყობდა ხელს. აქ არსებული წარმოდგენების, რიტუალებისა თუ ადგილის დედების გვერდით თავის ადგილს იმკვიდრებდა ბერძნულ-რომაული და აღმოსავლური პოლითეიზმი. აქ საუკუნეების მანძილზე ერთმანეთის გვერდით მშვიდობიანად ცხოვრობდნენ სხვადასხვა აღმსარებლობის ადამიანები, ვინც თავიანთ მნიშვნელოვან კვალს ტოვებდნენ ქვეყნის ისტორიაში.

მართლმადიდებლობა 17 საუკუნეა ქართველთა ეროვნულ სარწმუნოებას წარმოადგენს. მართლმადიდებლობისთვის ბრძოლა ქართველი ერისა და მისი გადარჩენისათვის, ეროვნული ინტერესების დასაცვის მიზნით ბრძოლასაც მოიაზრებდა. თუმცა ჩვენს ქვეყანაში საუკუნეების განმავლობაში ისტორიულად სხვა აღმსარებლობის მოსახლეობასაც ჰქონდათ გასაქანი. არავინ იდევნებოდა რელიგიური ნიშნით. სხვადასხვა აღმსარებლობის მოსახლეობა საუკუნეების მანძილზე ღირსეულ კვლას ტოვებდა ერის განვითარების გზაზე.

რელიგიური ვითარების ზოგადი სურათი საქართველოში ასეთია: ქართველი ერის უმრავლესობა მართლმადიდებელია, მათი თანამოქალაქეების მნიშვნელოვანი ნაწილი ისლამის აღმსარებელია. ბოლო პერიოდში საკმაოდ საკმაოდ მცირე რაოდენობის აღმსარებლები შეიძინეს სხვა რელიგიურ ორგანიზაციებმაც.

მართლმადიდებლობა საუკუნეებია ქართველი ერის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს და შეიძლება ითქვას, რომ თითქმის უკვე 17 საუკუნის განმავლობაში ეს რელიგია ჩვენს ეროვნულ სარწმუნოებას წარმოადგენს. მართლმადიდებლობის დაცვა, ჩვენი წინაპრებისათვის, მტერთაგან ქართული ენისა და კულტურის, ქვეყნის ტერიტორიისა და ეროვნული მეობის დაცვასაც მოიაზრებდა.

ამგვარად, საქართველოს სულიერ-კულტურული განვითარების გზაზე რელიგიამ, რომელიც საქართველოს მართლმადიდებელი ავტოკეფალური ეკლესიითაა წარმოდგენილი, მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა. მას არა მხოლოდ ისტორიულად, არამედ მუდმივად, ყველა დროში განსაკუთრებული ფუნქცია გააჩნია ქვეყნის განვითარების გზაზე და შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოს სახელმწიფოებრივი მშენებლობა ძნელად წარმოსადგენია საქართველოს მართლმადიდებელი ეკლესიის პოზიციების, მათი ურთიერთობების გათვალისწინების გარეშე.



საქართველოს მართლმადიდებელი ეკლესიის ამგვარი მნიშვნელობიდან გამომდინარე, გასაკვირი არც არის, რომ ყველაზე ხშირად მედიასაშუალებების დიდი ინტერესი მართლმადიდებლური ეკლესიის მიმართ იკვეთება და დღის წესრიგში რელიგიური თემატიკა ყველაზე ხშირად რელიგიური დღესასწაულებისას გვხვდება. მედიას ყურადღების მიღმა არ რჩება არც ერთი მართლმადიდებლური დღესასწაული თუ მნიშვნელოვანი ქადაგება. მაგალითად, შობისა თუ აღდგომის დღესასწაულებზე ცალკე შუქდება პატრიარქის ეპისტოლე, ლიტურგიის მიმდინარეობა, მზადება დღესასწაულისთვის, პოლიტიკური ელიტის წარმომადგენელთა მილოცვები.

სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის ყოველკვირეული ქადაგებები, მართლმადიდებლური დღესასწაულები, ცალკეული საეკლესიო პირების სასწაულებრივი ისტორიები, საპატრიარქოს მიერ დაგეგმილი ღონისძიებები - ასეთია ქართულ მედიაში რელიგიური თემების გაშუქების ზოგადი სურათი. თუმცა, ბოლო პერიოდის განმავლობაში, ასევე, განსაკუთრებით აქტუალური გახდა რელიგიურად კონფლიქტური სიტუაციები.

რელიგიურად კრიზისული სიტუაციების გაშუქების პროცესში ჟურნალისტების პასუხისმგებლობის შეგრძნება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ხდება. მედია-პროდუქტის მომზადებისას, როდესაც ჟურნალისტი ხალხისთვის მეტად მგრძობიარე თემას – რელიგიასა და მასთან დაკავშირებულ თემატიკას ეხება, განსაკუთრებული ყურადღებით უნდა მოეკიდოს ფაქტებს იმისათვის, რომ მაქსიმალურად დაბალანსებული და მიუკერძოებელი ინფორმაცია შესთავაზოს აუდიტორიას. ჟურნალისტმა რელიგიურად კონფლიქტური თუ კრიზისული სიტუაციების გაშუქებისას საზოგადოებას ჯანსაღი მედია-პროდუქტი უნდა შესთავაზოს იმისათვის, რომ არ მოხდეს სტერეოტიპული დამოკიდებულებების ჩამოყალიბება ან/და არ ფაქტების არასწორად ინტერპრეტაცია, რამაც შესაძლოა, რელიგიურ ჯგუფებში კონფლიქტის გაღრმავებას შეუწყოს ხელი ან ერთი კონკრეტული რელიგიური ორგანიზაციის წარმომადგენლებს შორის არსებული კონფლიქტური სიტუაცია კიდევ უფრო გააღრმავოს. მედიის წარმომადგენლებმა მსგავსი სიტუაციის ესკალაციის თავიდან აცილება უნდა შეძლონ.

რელიგია და მასთან დაკავშირებული საკითხები, როგორც მსოფლიოში, ისე საქართველოში მეტად მგრძობიარე საკითხს წარმოადგენს. აქედან გამომდინარე, აღნიშნული საკითხების არასწორად გაშუქება, შესაძლოა, საზოგადოებაში ძლიერი დაპირისპირების ესკალაციისა და კონფლიქტის წარმოშობის ხელშემწყობი ფაქტორი აღოჩნდეს. რადგანაც მედია საზოგადოებრივი აზრის ფორმირების საუკეთესო იარაღია, ჟურნალისტმა აღნიშნულ საკითხთა გაშუქების პროცესში აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს ეთიკური ნორმები და შესაბამისი კანონმდებლობა, ასევე, უნდა იხელმძღვანელოს რელიგიის საკითხთა გაშუქების საერთაშორისოდ მიღებული სტანდარტებით.

რელიგიური თემების მიმოხილვა და მასთან დაკავშირებული საკითხების შესახებ ჟურნალისტური პროდუქტის მომზადება საქართველოში განსაკუთრებით აქტუალური ბოლო წლების განმავლობაში გახდა, რადგანაც საგრძობლად იმატა რელიგიურად კრიზისული სიტუაციებისა და კონფლიქტების რაოდენობამ. ამ მიმართულებით, სტატიებში განხილულია საქართველოში განვითარებული ისეთი აქტუალური კრიზისული სიტუაცია, როგორცაა – ციანიდის საქმე; ასევე, მიმოხილულია, თუ რა კუთხით იქნა წარმოჩენილი აღნიშნული კრიზისი ქართული მედიის მიერ.

ჩვენ მიერ განხორციელებული მედია მონიტორინგის ფარგლებში დაკვირვება განხორციელდა როგორც მედიასაშუალებებზე, ისე პოლიტიკურ სექტორსა და სასულიერო პირებზე. მონიტორინგის სუბიექტად შეირჩა არარელიგიური პროფილის ტელევიზიის ყოველდღიური საინფორმაციო გამოშვება და თოქ-შოუ. კერძოდ, მონიტორინგი შემდეგ სუბიექტებზე განხორციელდა:

- საზოგადოებრივი მაუწყებელი (მოამბე);
- რუსთავი 2 (კურიერი, PS);
- იმედი (ქრონიკა);
- ტელეკომპანია პირველი (დღის ამბები, რეაქცია, ნოდარ მელაძის შაბათი).

კვლევის ფარგლებში განხორციელებული მედიამონიტორინგის შედეგად, შესაძლებელი გახდა ქართული მედიაში ციანიდის საქმის ამომწურავი სურათის დანახვა. იმედს გამოვთქვამთ, რომ არსებული მასალა ხელს შეუწყობს დისკუსიებს, რაც ძირითადად სხვადასხვა ინტერესის გავლენას განიცდის, და შესაძლებელი გახდება კონსტრუქციული დიალოგის დაწყება ყველა დაინტერესებულ მხარეს შორის, რელიგიის გაშუქების მხრივ, ადგილობრივი მედიასივრცის მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით.

### 1. “ციანიდის საქმის” მიმოხილვა

დეკანოზ გიორგი მამალაძეს საქართველოს უახლეს ისტორიაში ერთ-ერთი ყველაზე ბუნდოვანი და სკანდალური საქმე უკავშირდება. 12 თებერვალს, ტელეკომპანია რუსთავი 2-ის გადაცემა P.S. თბილისის საერთაშორისო აეროპორტში ჩატარებული სპეცოპერაციის შესახებ ინფორმაციით დაიწყო. გადაცემის წამყვანი, გიორგი გაბუნია აღნიშნავდა,<sup>1</sup> რომ სახელმწიფო უწყებების მხრიდან კომენტარი არ კეთდებოდა სასულიერო პირის დაკავებასთან დაკავშირებით და არანაირი განმარტება არ კეთდებოდა იმის შესახებ, თუ რის საფუძველზე დააკავეს დეკანოზი. ამავე დღეს გავრცელდა ინფორმაცია, რომ პატრიარქის დაცვის უფროსი – სოსო ოხანაშვილი, რომელიც გერმანიაში ახლდა ილია მეორეს, პროკურატურაში სასწრაფოდ დაიბარეს დაკითხვაზე, რამდენიმე საათში კი ისევ უკან ბერლინში დაბრუნდა. გერმანიაში ილია მეორის დაცვა გაამლიერა სახელმწიფო დაცვის სპეციალურმა სამსახურმა, რომელიც მანამდე პატრიარქს არ იცავდა. გიორგი მამალაძე იმ დროს დააკავეს, როცა გერმანიაში, პატრიარქის მოსანახულებლად მიემგზავრებოდა. ილია მეორემ იმ პერიოდში გერმანიაში ნაღვლის ბუშტის ოპერაცია გაიკეთა და მკურნალობის კურსს გადიოდა. თბილისის საქალაქო სასამართლოს გადაწყვეტილების საფუძველზე აღკვეთის ღონისძიების სახით გიორგი მამალაძეს წინასწარი პატიმრობა შეეფარდა. მას შემდეგ, რაც დეკანოზი გიორგი მამალაძე თბილისის საერთაშორისო აეროპორტში, გერმანიაში გამგზავრებამდე მკვლევლობის მომზადების ბრალდებით დააკავეს, მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესის მიუხედავად, გამოძიება საზოგადოებას ინფორმაციას სრულყოფილად არ აწვდიდა. პროკურატურამ მიმდინარე პროცესების შესახებ თავიანთი ვერსიების გახმაურება აუკრძალეს სასულიერო პირის ადვოკატებსაც. საქმის დეტალებზე საჯაროდ მხოლოდ ბრალდების მოწმეები საუბრობდნენ.

რუსთავი 2-ის ეთერით გასული ინფორმაციის შემდეგ, მეორე დღესვე, 2017 წლის 13 თებერვალს, პრესკონფერენცია გამართა საქართველოს მთავარმა პროკურორმა. ირაკლი შოთაძის განცხადებით,<sup>2</sup> მამალაძის ბარგიდან ამოღებულიქნა მომწამლავი ნივთიერება – ნატრიუმის ციანიდი, რომლის საშუალებითაც, პირველადი ვერსიის მიხედვით, დეკანოზი მამალაძე მაღალი რანგის სასულიერო პირის სიცოცხლის ხელყოფას გეგმავდა.

პროკურატურის განცხადებიდან ირკვევა, რომ გამოძიება 2017 წლის 2 თებერვალს, ერთ-ერთი მოქალაქის განცხადების საფუძველზე დაიწყო. საგამოძიებო უწყებას დეკანოზ გიორგი მამალაძის ნაცნობმა პირმა მიმართა, ვისაც მამალაძე მცირე დროში მომწამლავი ნივთიერების – ციანიდის მოძიებას სთხოვდა.

<sup>1</sup> გ. ბოჩიკაშვილი, "ციანიდის საქმე - მოკლედ", 22.02.2017, ინტერნეტწყარო [უ. გ. 25.03.2021].

<sup>2</sup> საქართველოს პროკურატურა, საგანგებო ბრიფინგი დეკანოზ გიორგი მამალაძის დაკავებასთან დაკავშირებით, 13.02.2017, <https://www.youtube.com/watch?v=4Fs-pSADC2E&t=2s>, [უ. გ. 25.03.2021].

პროკურატურის პრესკონფერენციას საქართველოს ხელისუფლების წევრების უამრავი საჯარო განცხადება მოყვა, რომლითაც საზოგადოებას აცნობეს, რომ უწმინდესის უსაფრთხოება დაცულია და დიდი ტრაგედია ავიცილეთ. საქართველოს მაშინდელი პრემიერ-მინისტრის, გიორგი კვირიკაშვილის განცხადებით,<sup>3</sup> "ალკვეთილია ქვეყნის წინააღმდეგ დაგეგმილი დანაშაული და ეკლესიის წინააღმდეგ ვერაგული თავდასხმა". იუსტიციის მინისტრი – თეა წულუკიანი კი აღნიშნავდა, რომ საქართველომ დიდი ტრაგედია აიცილა თავიდან. განცხადება გაავრცელა საქართველოს პრეზიდენტის ადმინისტრაციამაც,<sup>4</sup> სადაც წერია, რომ "იგეგმებოდა საქართველოს მართლმადიდებელი ეკლესიის მაღალი იერარქიის სასულიერო პირის სიცოცხლის ხელყოფა". პროკურატურის პირველმა განცხადებამ, ხელისუფლების წარმომადგენელთა შეფასებებმა და ბერლინში პატრიარქის დაცვის გაძლიერებამ გააჩინა განცდა, რომ შესაძლო დანაშაულის მთავარი სამიზნე, სავარაუდოდ, სწორედ ილია მეორე იყო.

აღნიშნული განცხადებებიდან გამომდინარე, ნათელია, რომ გამოძიების საწყის ეტაპზე დეკანოზ მამალაძის მიმართ სახელისუფლებო ელიტის წარმომადგენელთა მხრიდან უდანაშაულობის პრეზუმცია დაირღვა, რადგანაც მათ მიერ გაკეთებული განცხადებების საფუძველზე საზოგადოებაში შეიქმნა მკვეთრად უარყოფითი განწყობები დეკანოზთან და მის დამნაშავეობასთან დაკავშირებით მანამდე, სანამ სასამართლო განაჩენს გამოიტანდა.

მოგვიანებით ბრალდებაში, მაღალი იერარქიის სასულიერო პირის მკვლელობის მცდელობა, უწმინდესისა და უნეტარესის ილია მეორის მდივან რეფერენტის, შორენა თეთრუაშვილის სახელმა ჩაანაცვლა, რაც აშკარა წინააღმდეგობაში მოდის თავდაპირველ განცხადებასთან – თეთრუაშვილი ხომ სასულიერო პირი არაა, მით უფრო, მაღალი რანგის. პროკურატურის მიერ მსგავსი განსხვავებული ვერსიების გავრცელება, შესაძლოა, საქმის დეტალების დაფარვის მცდელობით აიხსნას, რაც უწყებას შემდგომი ლავირების შესაძლებლობას მისცემდა.

მთავარი პროკურორის ურთიერთგამომრიცხავი განცხადებების მიუხედავად, ბოძებული ეპისკოპოსი იაკობი ისევ უწმინდესის მკვლელობის მცდელობაზე აკეთებს აქცენტს.<sup>5</sup> პატრიარქის ქორეპისკოპოსი ასევე აღნიშნავს, რომ უდანაშაულობის პრეზუმციის დაცვის აუცილებლობა უფლის წინაშე არაა.

"უფალო დიდი მადლობა, რომ აგვარიდე ძალიან მძიმე დანაშაულს, რომლის შედეგადაც უდიდესი წყევლა გადმოვიდოდა ჩვენს ერზე, რომ მოგვეკლა ჩვენი პატრიარქი. ამას იმიტომ ვამბობ, რომ თავიდან ბოლომდე ჩახედული ვარ. თუ შეინანებენ, აბსოლუტურად არავინ არ ვიქნებით ისეთი ადამიანები, რომლებიც, სინანულის მერე გვერდში არ დავუდგებით და ჩვენც ვიტვირთავთ მერე მაგ უმძიმეს დანაშაულს", - განაცხადა მეუფე იაკობმა ქადაგებისას<sup>6</sup>.

თბილისის საქალაქო სასამართლომ მამალაძეს 9 წლით თავისუფლების აღკვეთა მიუსაჯა<sup>7</sup>. მას ბრალად ედება არა თავად საქართველოს პატრიარქის, არამედ მისი მდივან-რეფერატის,

<sup>3</sup> პრემიერ-მინისტრის განცხადება, საქართველოს მთავრობა 13 თებერვალი 2017 იხილეთ აქ: [http://gov.ge/index.php?lang\\_id=-&sec\\_id=462&info\\_id=59800](http://gov.ge/index.php?lang_id=-&sec_id=462&info_id=59800), [უ. გ. 25.03.2021].

<sup>4</sup> საქართველოს პრეზიდენტის ოფიციალური ვებგვერდი, საქართველოს პრეზიდენტის განცხადება, 13 თებერვალი 2017, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.president.gov.ge/geo/pressamsakhuri/siakhleebi/saqartvelos-prezidentis-ganckhadeba.aspx>, [უ. გ. 25.03.2021].

<sup>5</sup> ტელეკომპანია იმედი, ქრონიკა, "მეუფე იაკობი პატრიარქის მკვლელობის მცდელობის ვერსიაზე საუბრობს", 18 აპრილი 2017, 20:20, <https://imedinews.ge/ge/politika/10410/meupe-iakobi-patriarqis-mkvlelobis-mtsdelobis-versiaze-saubrobs>, [უ. გ. 25.03.2021].

<sup>6</sup> იქვე.

<sup>7</sup> ტელეკომპანია იმედი, "მოსამართლემ დეკანოზ გიორგი მამალაძეს 9 წლით თავისუფლების აღკვეთა მიუსაჯა", 05 სექტემბერი 2017, 12:08, <https://imedinews.ge/ge/samartali/26253/mosamartlem-dekanoz-giorgi-mamaladzes-9-tslit-tavisuplebis-agkveta-miusaja>, [უ. გ. 25.03.2021].



გიორგი მამალაძე დააკავეს და ციანიდი უპოვეს მაშინ, როცა ოფიციალურად, ციანიდის ამოღების დრო დაახლოებით 16:00 საათია. ნეტგაზეთი ესაუბრა სახელმწიფო დაცვის სპეციალური სამსახურის ხელმძღვანელ ანზორ ჩუბინიძეს, რომელიც ადასტურებს, რომ 10 თებერვალს მართლაც ესაუბრა სოსო ოხანაშვილს, თუმცა, ჩუბინიძის თქმით, ოხანაშვილისთვის არ უთქვამს, რომ ჩემოდნიდან ციანიდი ამოიღეს. მეტიც, ჩუბინიძის მტკიცებით, იმ მომენტში, როდესაც ის ოხანაშვილს ესაუბრებოდა, დადასტურებული ინფორმაცია დეკანოზის დაკავების შესახებ ბერლინის კლინიკაში არ ჰქონია.

ციანიდის საქმეში არსებული ერთ-ერთი მთავარი აუდიო-ვიდეო მასალის სრული ვერსია „კურიერმა“ მოიპოვა და 4 სექტემბერს საზოგადოებას გააცნო<sup>11</sup>. რუსთავი 2-ის მიერ მოპოვებული ვიდეო-ჩანაწერიდან ვიგებთ, რომ მამალაძეს ბერლინში ჩასვლა მიტროპოლიტმა დიმიტრიმ სთხოვა.

კურიერმა ასევე მოიპოვა პროკურატურის ოქროს მოწმის – ირაკლი მამალაძისა და დეკანოზ გიორგის საუბრის სრული ვერსია, რომელიც სასულიერო პირის დაკავებამდე ერთი კვირით ადრეა გადაღებული. აღნიშნულ აუდიო-ვიდეო მასალიდან ცნობილი ხდება, რომ დეკანოზი გიორგი მამალაძე შორენა თეთრუაშვილს „მარილზე“ უშვებს.

კურიერი მასალიდან ვიგებთ შემდეგს:

- დეკანოზი გიორგი მამალაძე ირაკლი მამალაძეს ეუბნება, რომ გერმანიიდან მას ბათუმისა და ლაზეთის მიტროპოლიტმა დიმიტრი შიოლაშვილმა დაურეკა და ჩასვლა სთხოვა. დიმიტრი შიოლაშვილი ილია მეორის ძმისშვილია. ამას გარდა, სოსო ოხანაშვილი არის მისი სიძე. მოგვიანებით მიტროპოლიტმა „ნეტგაზეთთან“ საუბრისას განაცხადა, რომ კომუნიკაცია მასსა და დეკანოზს შორის ნამდვილად შედგა, თუმცა, პირიქით, დეკანოზმა მისწერა მას და ჩასვლაზე კურთხევა სთხოვა.
- შორენა თეთრუაშვილის „მარილზე გაშვების“ ეპიზოდის გაგრძელება, სადაც დეკანოზი გიორგი მამალაძე ირაკლი მამალაძეს უყვება ბერი გაბრიელის წინასწარმეტყველებას, რომლის თანახმადაც, პატრიარქის გარდაცვალების შემდეგ შორენა თეთრუაშვილი ფსიქიატრიულ საავადმყოფოში მოხვდება და საპატრიარქოში აღარ შეუშვებენ.
- სატელეფონო საუბრის შინაარსი დეკანოზ გიორგი მამალაძესა და საპატრიარქოს უსაფრთხოების სამსახურის წარმომადგენელ ტარას (ტატო) შავშიშვილს შორის: დაკავებამდე დეკანოზი შავშიშვილს ეუბნება, რომ უნდა მიმართონ არჩილ გამზარდიას „ფეისბუქის“ სტატუსის გამო, სადაც გამზარდია წერდა, რომ პატრიარქის მკვლელობა იგეგმება. ტარას შავშიშვილმა „კურიერთან“ საუბრისას განაცხადა, რომ დეკანოზი საგამომიებო უწყებებისთვის, პროკურატურისთვის, შინაგან საქმეთა სამინისტროსთვის და სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურისთვის მიმართვას გულისხმობდა.

### 3. „ციანიდის საქმის“ განსხვავებული, გოგაშვილისეული ვერსია:

სახელმწიფო უსაფრთხოების სამსახურის უფროსის ყოფილმა მოადგილემ იოსებ (სოსო) გოგაშვილმა,<sup>12</sup> ე.წ. ციანიდის საქმესთან დაკავშირებით საკუთარ ვერსიაზე ისაუბრა. როგორც ის ამბობს, ყოფილი დეკანოზი გიორგი მამალაძე, რომელიც კათოლიკოს-პატრიარქის

<sup>11</sup> რუსთავი 2, კურიერი 21:00 სთ, <https://rustavi2.ge/ka/news/84130> [უ. გ. 25.03.2021].

<sup>12</sup> ტელეკომპანია პირველი, ნოდარ მელაძის სკანდალური ინტერვიუ სოსო გოგაშვილთან, 13.02.2021, [https://www.youtube.com/watch?v=SCvy5\\_TzRRA](https://www.youtube.com/watch?v=SCvy5_TzRRA), [უ. გ. 25.03.2021].

მდივან რეფერენტის, შორენა თეთრუაშვილის მკვლევლობის მომზადებისთვის იხდის სასჯელს, ციხეში მარტო არ უნდა იყოს, რადგან ჯგუფთან ერთად მოქმედებდა. გოგაშვილი თეთრუაშვილის მკვლევლობის მომზადებაში პატრიარქის დაცვის სამსახურის ყოფილ უფროსს, სოსო ოხანაშვილსაც ადანაშაულებს.

სუს-ის ყოფილი მაღალჩინოსანი მიიჩნევს,<sup>13</sup> რომ საქმეზე გამოძიება უნდა განახლდეს და მზად არის ამაში როლი თავადაც შეასრულოს, მათ შორის, საგამოძიებო ორგანოებთან თანამშრომლობით. სოსო გოგაშვილი ამბობს, რომ შორენა თეთრუაშვილის ჩამოცილება ე.წ. ციანიდის საქმემდე ორჯერ სცადეს. მისი თქმით, თეთრუაშვილის ჩამოცილება მოსკოვში პატრიარქის ვიზიტის დროს, 2016 წლის შემოდგომაზე იგეგმებოდა, თუმცა ამის შესახებ სპეცსამსახურებმა მოგვიანებით შეიტყვეს.

ის გერმანიის საავადმყოფოში, სადაც პატრიარქი მკურნალობდა, ციანიდის გამოყენების „გეგმაზე“ საუბრობს:<sup>14</sup>

„მამალაძე საზღვარზე ციანიდით თუ გაივლიდა, ჩაიტანდა ამ ციანიდს, მოუყრიდა საქმელზე, რომელიც შორენას უნდა შეეტანა პატრიარქისთვის. ეს ხდებოდა „ჰელიოსის“ კლინიკაში, ბერლინში. შეტანის მომენტში მას ეცემოდნენ ხელებში. იქ ყველაფერი კამერებითაა აღჭურვილი და თვითონაც ჩართული ექნებოდათ ტელეფონები და ეტყოდნენ - რა მიგაქვს? ის ეტყოდა, რომ საკვები შეაქვს. იტყოდნენ - რაღაც საეჭვოა და ატყდებოდა პანიკა, ერთი ამბავი, დაიდგმებოდა სცენები, გამოიძახებდნენ „ჰელიოსის“ დაცვას, რომელსაც ეტყოდნენ, თუ რა განზრახვა ჰქონდა ამ ადამიანს. მოვიდოდა ბერლინის პოლიცია, ჩაერთვებოდა საგარეო საქმეთა სამინისტრო და ევროპაში, არა რუსეთში, დააკავებდნენ პატრიარქის მკვლელ შორენა თეთრუაშვილს. ის წავიდოდა ციხეში როგორც პატრიარქის მკვლელი. ისინი გმირები გახდებოდნენ, იმიტომ, რომ პატრიარქი გადაარჩინეს, მოაშორეს მტარვალი, მეუფეების მბრძანებელი შორენა თეთრუაშვილი და თვითონ ძალიან ძლიერები ჩამოვიდოდნენ აქ. თავიდან განცხადება გაკეთდა, რომ პატრიარქის, მაღალი იერარქის ლიკვიდაცია იგეგმებოდა. ეს პროკურატურის განცხადებაც იყო და პრემიერისაც. როდესაც ეს მასალები განვიხილეთ, მკითხეს რას ფიქრობო და მე მაშინვე ვთქვი, რომ სამიზნე იყო შორენა. გიორგი კვირიკაშვილმა მისაყვედურა, შენ არასწორი ვერსიისკენ მიდიხარ, შენ ვერ წარმოიდგენ რამხელა პრობლემას უქმნიდნენ ქვეყანას და სამიზნე პატრიარქი იყო. სავარაუდოდ, მთავარი პროკურორისგან მას მეტი ინფორმაცია ჰქონდა. მათ უნდოდათ გავლენის შენარჩუნება. იქ რომ შორენა მოწამლულიყო, გამოძიება ხომ წავიდოდა და რაღაც ვერსიამდე მივიდოდა. იქაურ გამოძიებას შეიძლება გამოეკვლია, საიდან მოხვდა იქ ის საქმელი და ამაზე დაედოთ რეალური გამოძიება. ანუ ესენი მაინც დისკრედიტირებული და დამნაშავეები გამოჩნდებოდნენ. ეს არ ჰქონდათ მიზნად“, – ამბობს სოსო გოგაშვილი, თუმცა ვერ ან არ აკონკრეტებს, სად შეიძინა ციანიდი გიორგი მამალაძემ.

მისივე თქმით, გიორგი მამალაძეს და მასთან ერთად მოქმედ ჯგუფს მიზანში ამოღებული ჰყავდა არა მხოლოდ შორენა თეთრუაშვილი, არამედ მეუფეებიც, ქორეპისკოპოსები, რომლებიც, გოგაშვილის ვერსიით, მათ ხელს უშლიდნენ. სუს-ის ყოფილი მაღალჩინოსანის განცხადებით, მამალაძის ჯგუფმა მიზანმიმართულად დაიწყო შორენა თეთრუაშვილის შესახებ მითების შექმნა, თითქოს ის „იდგა პედისტალზე, მითითებებს აძლევდა მეუფეებს და რასაც იტყოდა, იმას გააკეთებდნენ“.

მან „ციანიდის საქმესთან“ დაკავშირებით აღნიშნა,<sup>15</sup> რომ ხელისუფლებამ დანაშაული აღკვეთა და ამ საქმით წაგებული არ დარჩა.

<sup>13</sup> იქვე.

<sup>14</sup> იქვე.

<sup>15</sup> ტელეკომპანია პირველი, ნოდარ მელაძის სკანდალური ინტერვიუ სოსო გოგაშვილთან, 13.02.2021, [https://www.youtube.com/watch?v=SCvy5\\_TzRRA](https://www.youtube.com/watch?v=SCvy5_TzRRA), [უ. გ. 25.03.2021].

## დასკვნა

საქართველოს ეკლესიის შიდა დაპირისპირებებმა საჯარო სივრცეში გადაინაცვლა. მიტროპოლიტი დიმიტრი, ქორეპისკოპოსი იაკობი და თუ კიდევ რომელიმე სხვა მღვდელმთავარი – ვინ შეცვლის პატრიარქის ტახტზე ილია მეორეს? ბოლო პერიოდის განმავლობაში საქართველოს მართლმადიდებელი ეკლესიის შიგნით მიმდინარე არაერთი უსიამოვნო მოვლენა, თეოლოგთა აზრით, იმაზე მეტყველებს, რომ პატრიარქის ტახტისთვის გააფთრებული ბრძოლა მიმდინარეობს. არის თუ არა მკვლელობის მომზადების ბრალდებით დეკანოზის დაკავება ამ დაპირისპირების შედეგი? როგორ ან რატომ მონაწილეობს სახელმწიფო ამ პროცესში? რა როლი აქვს ამ ყველაფერში ოკუპანტი სახელმწიფოს – რუსეთის სპეცსამსახურებს? უკავშირდება თუ არა ეს ბრძოლა პატრიარქის ტახტზე ილია მეორის მემკვიდრის შერჩევის პროცესს? – ეს იმ შეკითხვების არასრული ჩამონათვალია, რაც საქართველოში საზოგადოების დიდი ნაწილის ინტერესის საგანია.

როგორ წარმოუდგენლადაც არ უნდა გვეჩვენოს, სწორედ ბრალდებული სასულიერო პირისთვის ზიარების წესის მიღების აქციის ფორმით მოთხოვნა, მათ შორის, ათეისტური განწყობებით ცნობილი პირების მხრიდან, გახდა ეკლესიის დისკრიმინაციის მასტიმულირებელი. აღსანიშნავია, რომ გიორგი მამალაძის ზიარების შემდეგ მორიგი მოთხოვნით გაგრძელდა ეკლესიაზე შეტევა – დეკანოზის ჯანმრთელობის გაუარესების ისტერიის განვითარების ფონზე საქართველოს პატრიარქს წაუყენეს მოთხოვნა მიმართოს საქართველოს ხელისუფლებას მამალაძის შეწყალების მოთხოვნით. როცა დაჭირდათ აღიარეს მისი უწმინდესობის სიტყვის ძალა. ადვილად შეეძლოთ, რომ ერთი მარტივი დეტალი არ დაევიწყებინათ – საქართველოს კანონმდებლობა ჯანმრთელობის გაუარესების გამო ვადაზე ადრე გათავისუფლების პროცედურის დაწყებას ითვალისწინებს, თუმცა ამ მოთხოვნის ავტორებს დაკავებული დეკანოზისთვის ეკლესიისგან დევნილ-წამებულის იმიჯის შექმნა სჭირდებოდათ.

გიორგი მამალაძის თანამოაზრეების საეჭვო და არათანმიმდევრული ქმედებებით აშკარა ხდება, რომ „ციანიდის“ საქმე თავიდანვე ეკლესიის დისკრედიტაციის მიზნით გამოგონილი ამბავია. რა გვაძლევს ამისთვის საშუალებას? მიუხედავად იმისა, რომ დეკანოზ მამალაძეზე მიმდინარეობდა თვალთვალი, პროკურატურამ რატომდაც ვერ დაადგინა, სასულიერო პირმა 2-10 თებერვლის პერიოდში, ვისგან და რა ვითარებაში შეიძინა ციანიდი; ციანიდი თითქოს ამოღებული იქნა თბილისის აეროპორტის საბარგო განყოფილებიდან, მას შემდეგ რაც დეკანოზმა გაიარა რეგისტრაცია და მისი კუთვნილი ჩანთა ჩააბარა. თუმცა, არც ამ მტკიცებულების დამადასტურებელი ვიდეოკადრები არსებობს. არადა, აეროპორტის ტერიტორიაზე რამდენიმე სათვალთვალო კამერაა. თავად დეკანოზი აცხადებს, რომ იგი ავტომანქანაში დააკავეს და აეროპორტში მისვლა საერთოდ ვერ შეძლო.

თუ ერთი წუთით ვივარაუდებთ, რომ ასეთი საზარელი დანაშაული მზადდებოდა, ცხადია, ყველანი ვთანხმდებით, რომ ვერც მომზადების და ვერც აღსრულების თვალსაზრისით, ერთი პირი ამას ვერ განახორციელებდა. მით უფრო ეს საეკლესიო პირია, დეკანოზი. ყველას გვიჩნდება კითხვა, თუ ვინ დგას მის უკან? რა ჯგუფთან ერთად მოქმედებდა ეს ადამიანი? იმის ნაცვლად, რომ პროკურატურას სხვა სავარაუდო დამნაშავეებზე უფრო მეტი მყარი მტკიცებულებები მოეპოვებინა, პროკურორები აცხადებენ, რომ მათ ისიც კი ვერ გაიგეს, ეს ციანიდი დეკანოზმა ვისგან შეიძინა. სწორედ ამიტომ დეკანოზის ბარგიდან ამ ნივთიერების ამოღების ფაქტი ძალიან დიდ კითხვებს ბადებს საზოგადოებაში.

ნატრიუმის ციანიდი ტოქსიკური ნივთიერებაა, რომელიც ორგანიზმში მოხვედრისას შთანთქმავს ჟანგბადს და იწვევს სიკვდილს, თუმცა, როგორც საქართველოს გამოცდილება გვიჩვენებს, ციანიდმა, შესაძლოა, ორგანიზმში მოხვედრის გარეშეც კი მოკლას არა თუ ცალკეული ინდივიდები, არამედ მთელი რიგი სახელმწიფო ინსტიტუტები. სავარაუდოდ,

ციანიდმა და „ციანიდის საქმემ“ „შეურყია“ ჯანმრთელობა საქართველოს უზენაესი სასამართლოს თავმჯდომარეს, რომელმაც თანამდებობა მას შემდეგ დატოვა, რაც სასამართლომ უარი თქვა, ე.წ. „ციანიდის საქმის“ („დეკანოზ მამალადის საქმის“) წარმოებაში მიღებაზე. არადა, დეკანოზ გიორგი მამალადის დაკავების საქმეს თავიდანვე ასლიოდა პოლიტიკური სურნელი და ამის შესაგრძობად სულაც არ იყო საჭირო ყნოსვის განსაკუთრებული უნარი, საკმარისი იქნებოდა, თუნდაც სულ მცირე ხნით, ხელისუფლების ტანიდან მოწყვეტა.

ქმედება, რომელიც წესით, პროკურატურისა სასამართლოს კომპეტენციაში უნდა შედიოდეს – ბრალდებულის დამნაშავედ ცნობა, ამ შემთხვევაში ხელისუფლების წარმომადგენელთა აქტიური მონაწილეობით ხორციელდება. ხელისუფლება ცდილობს მოახდინოს ძალის დემონსტრირება ეკლესიაზე, რაც ემსახურება მის დისკრედიტაციას. რეალურად, ხელისუფლებას არ ამოძრავებდა საქმეზე სამართლის დადგენის მიზანი.

საქმის ერთ-ერთ მთავარ ხარვეზად სახელდება ის, თუ როგორ მოხდა მამალადის ბარგში ციანიდის აღმოჩენა. აეროპორტში მამალადის ბარგი ამოიღეს მხოლოდ მას შემდეგ, რაც მან ბარგი ჩააბარა. ბარგი მისი თანდასწრების გარეშე გაჩხრიკეს მამალადის დაკავებიდან მხოლოდ ცხრა საათში. მეტიც, ამ პროცესს ვიდეოკამერებზე არ იღებდნენ. ასევე განადგურებულია აეროპორტის სათვალთვალო კამერების ჩანაწერები.

განაჩენი ეყრდნობოდა მხოლოდ იმას, რომ მამალადე ინტერნეტში იძიებდა ინფორმაციას ციანიდის შესახებ. გამაჩენში არ არის დასაბუთებული, თუ რა განზრახვით ეძებდა იგი ამ ინფორმაციას და რაში სჭირდებოდა ციანიდი (მამალადე ამბობს, რომ ციანიდს ხატწერაში იყენებენ და ამიტომ აინტერესებს).

ასევე, განაჩენში წერია, რომ დაცვის მხარემ გამამართლებელი მტკიცებულებები არ წარადგინა. არადა, კანონი არ ავალდებულებს დაცვის მხარეს გამამართლებელი მტკიცებულებების წარდგენას. პირიქით, სწორედ ბრალდებამ უნდა მოიპოვოს მტკიცებულებები, რომლებიც დაადასტურებენ, რომ ბრალდებული დამნაშავეა.

მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესის მიუხედავად, ადვოკატებს კატეგორიულად აუკრძალეს საქმის დეტალებზე საჯაროდ საუბარი. ასევე დაუსაბუთებლად დახურეს სასამართლო სხდომები. შედეგად, საზოგადოებას ამ თემაზე მწირი ინფორმაცია აქვს და საქმე ამ დრომდე ბუნდოვანია.

მამალადის მიმართ დაირღვა უდანაშაულობის პრეზუმცია – მის წინააღმდეგ განცხადებებს მისი დაკავების წუთიდან აკეთებდნენ მაღალი თანამდებობის პირები, რითიც შექმნეს საზოგადოებრივი განწყობა, რომ მამალადე დამნაშავეა. თანაც, თავდაპირველად, ყოველგვარი მტკიცებულებების გარეშე თქვეს, რომ მამალადე პატრიარქის მოწამვლას აპირებდა.

პროკურატურისა და ხელისუფლების წარმომადგენლებმა ისე წარმოაჩინეს საქმის ვითარება, თითქოს დეკანოზი აპირებდა ციანიდით მოეკლა საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქი. მაგრამ მალე გაირკვა, რომ ციანიდი განკუთვნილი ყოფილა არა პატრიარქისთვის, არამედ მაღალი იერარქიის სასულიერო პირისთვის, თუმცა, საბოლოოდ, დეკანოზ მამალადეს 9-წლიანი პატიმრობა მიუსაჯეს არა რომელიმე სასულიერო პირის, არამედ პატრიარქ ილია მეორის მდივან-რეფერენტის, შორენა თეთრუაშვილის მკვლელობის მცდელობის გამო. ამასთან ცხრა წელი მიუსაჯეს ისე, რომ გამოძიებას (სასამართლოს) არ დაუდგენია, ვისგან შეიძინა გიორგი მამალადემ ციანიდი. მეტიც, მომწამვლელი ნივთიერება ამოიღეს აეროპორტში, უკვე ჩაბარებული ბარგიდან, როცა მამალადეს დაკარგული ჰქონდა კონტროლი ბარგზე. ამოიღეს ისე, რომ მოწმეებად მხოლოდ პოლიციელები დაასწრეს, ამასთან, ოქმს არ დაურთეს ვიდეოჩანაწერი. გარდა ამისა, დაცვის მხარეს უარი უთხრეს აეროპორტის სათვალთვალო კამერების ჩანაწერების მოპოვებასა და დაქტილოსკოპიურ



ექსპერტიზაზე. თუმცა გამოძიების დროს დაშვებული „ხარვეზები“ არც თბილისის საქალაქო სასამართლომ გამოასწორა და არც - სააპელაციომ, უზენაესმა კი საერთოდ უარი თქვა საქმის მიღებაზე.

2017 წლის 10 თებერვალს თბილისის აეროპორტში „ამოღებული ციანიდი“ ყველას ეყოფა, რადგანაც ბრძოლა, რომელიც საპატრიარქოს ტახტისთვის მიმდინარეობს, ასუსტებს ეკლესიას, სახელმწიფო ინსტიტუტებს (რომელთა ნდობა მკვეთრად დაეცა) და საფრთხეს უქმნის საქართველოს ეროვნულ ინტერესებს.

## ბიბლიოგრაფია:

1. გ. ბოჩიაშვილი, "ციანიდის საქმე - მოკლედ", 22.02.2017, ინტერნეტწყარო [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
2. საქართველოს პროკურატურა, საგანგებო ბრიფინგი დეკანოზ გიორგი მამალაძის დაკავებასთან დაკავშირებით, 13.02.2017 <https://www.youtube.com/watch?v=4Fs-pSADC2E&t=2s>, [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
3. პრემიერ-მინისტრის განცხადება, საქართველოს მთავრობა 13 თებერვალი 2017 იხილეთ აქ: [http://gov.ge/index.php?lang\\_id=-&sec\\_id=462&info\\_id=59800](http://gov.ge/index.php?lang_id=-&sec_id=462&info_id=59800), [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
4. საქართველოს პრეზიდენტის ოფიციალური ვებგვერდი, საქართველოს პრეზიდენტის განცხადება, 13 თებერვალი 2017, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.president.gov.ge/geo/pressamsakhuri/siakhleebi/saqartvelos-prezidentis-ganckhadeba.aspx>, [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
5. ტელეკომპანია იმედი, ქრონიკა, "მეუფე იაკობი პატრიარქის მკვლელობის მცდელობის ვერსიაზე საუბრობს", 18 აპრილი 2017, 20:20, <https://imedinews.ge/ge/politika/10410/meupe-iakobi-patriarqis-mkvlelobis-mtsdelobis-versiaze-saubrobs>, [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
6. ტელეკომპანია იმედი, "მოსამართლემ დეკანოზ გიორგი მამალაძეს 9 წლით თავისუფლების აღკვეთა მიუსაჯა", 05 სექტემბერი 2017, 12:08, <https://imedinews.ge/ge/samartali/26253/mosamartlem-dekanoz-giorgi-mamaladzes-9-tslit-tavisuplebis-agkveta-miusaja> [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
7. ტვ პირველი, დღის ამბები ეთუნა ინჟირველთან ერთად, <https://www.myvideo.ge/v/3375333> [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
8. ტვ პირველი, ინგა გრიგოლიას რეაქცია - ანონსი 26.09.2017, <https://www.myvideo.ge/v/3391253> [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
9. ტვ პირველი, ინგა გრიგოლიას რეაქცია, <https://www.myvideo.ge/v/3392010>, [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021];
10. რუსთავი 2, კურიერი 21:00 სთ, <https://rustavi2.ge/ka/news/84130>, [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.03.2021].

## თანამედროვე ქართული მედიის ენა და მეტყველების კულტურა

თინათინ ზაქარაშვილი,

სოციალური მეცნიერებების დოქტორი, პროფესორი,

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

### აბსტრაქტი

თანამედროვე მასმედია, როგორც საზოგადოების ინფორმირების მნიშვნელოვანი საშუალება, განსაზღვრავს ადამიანთა ცნობიერებას, აყალიბებს მათ ინტერესებს, განაპირობებს განწყობას. მან განმანათლებლის როლიც წარმატებით შეითვისა დასაბამიდანვე. ამდენად, მედიის ენას განსაკუთრებული როლი აკისრია როგორც მშობლიური \_ ქართული ენის გავრცელებაში, ასევე მოსახლეობის წიგნიერების ამაღლებაში. ენა ადამიანის შემეცნებითი საქმიანობის უმთავრეს იარაღად გვევლინება.

მიუხედავად იმისა, რომ არაერთი მაგალითი გვაქვს მედიის მხრიდან ენის მიმართ პატივისცემის გამოვლენისა, თანამედროვე სამაუწყებლო ეთერი ხშირად არ გამოირჩევა სამაგალითო ქართულით, განსაკუთრებით მრავლად ენობრივი და სტილისტური შეცდომები ციფრულ მედიაში გვხვდება. ისიც უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ბევრისთვის, განსაკუთრებით ახალგაზრდებისთვის, ელექტრონული მედია ერთადერთი ინფორმაციის წყაროა. მაღალი სოციალური მნიშვნელობის გათვალისწინებით, ჟურნალისტები ფრთხილად უნდა მოეკიდონ ენას.

მასმედიის განვითარება და ტრანსფორმაციის პროცესი გლობალურ ინფორმაციულ სივრცეში არა მხოლოდ ირიბად, არამედ პირდაპირ აისახება, განსაკუთრებით, ინტერნეტ მედიის ენის ფორმირებაზე. ქვეყანაში მიმდინარე სოციალურ-პოლიტიკულმა ცვლილებებმაც მოახდინა გავლენა ენის დეფორმაციის პროცესზე.

სამეცნიერო სტატია ეხება მედიის ენის გავლენას ქართული საზოგადოების მეტყველების კულტურაზე. მასში განიხილება თანამედროვე პუბლიცისტური აზროვნების პრობლემური საკიხები, ყურადღება მახვილდება იმ ენობრივ დამახინჯებებზე, რითაც გამოირჩევიან თანამედროვე ჟურნალისტები.

მედიაპერსონების მეტყველების პრობლემა აქტუალური, კომპლექსური და მასშტაბურია. მათი გამოსვლები უდევს საფუძვლად საზოგადოების კომუნიკაციურ ურთიერთქმედებას, ხელს უწყობს ენობრივ ზემოქმედებას, ეროვნულ თვითმყოფადობას, ადამიანთა ურთიერთგაგებას, სამყაროს აღქმას.

მედია მნიშვნელოვნად ზემოქმედებს ნებისმიერი საზოგადოების ღირებულებით სისტემაზე, მენტალიტეტსა და ენის გამოყენების ნორმებზე. ლიტერატურული ნორმების დარღვევა, რაც შეიმჩნევა თანამედროვე ქართულ მედიაში, უარყოფითად მოქმედებს აუდიტორიასა და მოსაუბრეთა მეტყველების კულტურის დონეზე.

**საკვანძო სიტყვები:** მასმედია, მედიის ენა, მეტყველების კულტურა, მედია ტექსტები, ენის ნორმა, სატელევიზიო დისკურსი.

## შესავალი

მედიას საზოგადოების ინფორმირების გარდა, მისი აღზრდა-განათლება ევალება. ჟურნალისტიკას ჩასახვის დღიდან დაეკისრა საგანმანათლებლო მისია. ის უდიდეს როლს ასრულებს საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებასა და მის წარმართვაში, ადამიანების ცნობიერების, შეხედულებების ფორმირებაში.

მნიშვნელოვნად შეცვალა ადამიანის გარემო ელექტრონული ინფორმაციის ეპოქამ და თანამედროვე მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებმა. მედია სულ უფრო აქტიურად იჭრება ცხოვრების ყველა სფეროში და განსაზღვრავს კიდევ მის ხასიათს. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები განაპირობებენ ადამიანთა ქცევას, ხედვას, უყალიბებენ მათ გემოვნებას. ამდენად, ჟურნალისტებს განსაკუთრებული პასუხისმგებლობა ეკისრებათ ყოველი შეტყობინების გაშუქებისას, ვინაიდან აუდიტორია თითქოს ისრუტავს მათ მიერ წარმოთქმულ სიტყვებს, წინადადებს, ფრაზებს, ინტონაციასაც კი.

ქართული მეტყველების კულტურის, თანამედროვე ქართული სალიტერატურო ენის მართლწერისა და მართლმეტყველების საკითხების, ქართული სალიტერატურო ენის ნორმების კვლევები მუდმივად მიმდინარეობს. არაერთი ქართველი ენათმეცნიერი და ფილოლოგი შეუსწავლია აღნიშნულ თემა და საინტერესო მასალებიც დაგროვდა. შევხვდებით, თუმცა შედარებით ნაკლებად, მეცნიერთა მსჯელობას მედიის სამეტყველო ენის, ენობრივი შეცდომების შესახებ. მაგრამ, თანამედროვე ქართული მედიის ენისა და მეტყველების სპეციფიკის კვლევებს დარგის წარმომადგენლების – ჟურნალისტების მიერ დაგროვილი ცოდნის და გამოცდილების გათვალისწინებით, ნაკლებად ვიცნობთ. სწორედ ამგვარი კვლევის ცდას წარმოადგენს ეს სტატია და ამ ამოცანების გადაჭრა შეადგენს მის მეცნიერულ სიახლეს.

კვლევის საგანია თანამედროვე სამაუწყებლო და ინტერნეტ მედიის ენა და მეტყველების კულტურა. ნაშრომის მიზანს კი წარმოადგენს ჟურნალისტებისა და მედიაპერსონების მეტყველების კულტურის მდგომარეობის ანალიზი, აუდიტორიის ენობრივ კულტურაზე მედიის ენის გავლენის მასშტაბების განსაზღვრა და ჟურნალისტიკაში არსებული ენობრივი სიტუაციის განხილვა. მიზნის განსახორციელებლად, კონტენტ-ანალიზის მეთოდით და შემთხვევითობის პრინციპით, გაანალიზდება ის ინფორმაცია, რომელიც მასმედიით შუქდება; გამოვლინდება და განისაზღვრება დამკვეთი შეცდომების ხასიათი კონკრეტული ამოცანების გადაჭრის საფუძველზე:

- მკვლევართა მიერ შემუშავებული მეტყველების კულტურის ცნების საფუძველზე, განისაზღვრება თანამედროვე ჟურნალისტების და მედიაპერსონების მეტყველების ძირითადი კრიტერიუმები;
- განიხილება ქართულ ენაში მიმდინარე პროცესების გავლენა ჟურნალისტების მეტყველების კულტურის დონეზე;
- შეისწავლება მედიაში ქართული სალიტერატურო ენის ნორმებიდან გადახრის შემთხვევები და მთავარი მიზეზები;
- ჟურნალისტის მეტყველების კულტურის გაუმჯობესების მიზნით დაისახება რეკომენდაციები.

ამ ამოცანებით არის შეპირობებული ნაშრომის სტრუქტურაც.

## 1. მედიის გავლენა მეტყველების კულტურაზე

მედიის ენა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს როგორც ქართული მეტყველების კულტურის გავრცელებაში, ასევე მოსახლეობის წიგნიერების ამაღლებაში. ერთი მხრივ, მასობრივი კომუნიკაცია ავსებს ენას, მედიაარხებით ვეცნობით მიმდინარე მოვლენებს. თუმცა, მეორე მხრივ, მისი გავლენით იცვლება ენობრივი ნორმები, რაც ამცირებს მეტყველების კულტურის ხარისხს. წლების წინ თუ მეტყველების კულტურის ეტალონად მიიჩნეოდა მედია, დღეს, უმეტესწილად, აბინძურებს და ამახინჯებს ენას.

ენა საკვანძო როლს თამაშობს ამა თუ იმ სოციალური ან რეგიონულ–ეთნიკური ერთობის კუთვნილების განსაზღვრაში. მშობლიური ენის ღირებულების გრძნობა იმ ადგილის გააზრების ფუნდამენტური შემადგენელია, რომელიც ადამიანს უკავია საზოგადოებაში. ენა შეიძლება იყოს ინდივიდისა ან ჯგუფისთვის ის ფასეული რესურსი, რომელსაც გაფრთხილება და შენახვა სჭირდება და რაც ამ ენის მიმართ დამოკიდებულებაში აისახება.<sup>1</sup>

ბეჭდურ გამოცემებსა და ქსელურ მედიაში არც თუ იშვიათად გვხვდება შეცდომები, სატელევიზიო ეკრანიდანაც ნაკლებად ისმის სამაგალითო ქართული. ახალგაზრდების დამოკიდებულების გათვალისწინებით, ტელევიზია, განსაკუთრებით კი, ინტერნეტი, ერთადერთი წყარო და "სინათლეა" ინფორმაციის სამყაროში. ამდენად, მედია ფრთხილად უნდა მოეკიდოს ქართულ ენას.

მნიშვნელოვანია, რომ ჟურნალისტებმა არა მხოლოდ ადეკვატურად გააშუქონ მიმდინარე მოვლენები და პროცესები, არამედ ყურადღება მიაქციონ გამოხატვის, ასახვის ფორმებს და იმას, თუ რამდენად გამართულად წერენ და მეტყველებენ ტელე–რადიო ეთერსა თუ ქსელურ მედიაში, ვინაიდან დღეს სწორედ ისინი განაპირობებენ თანამედროვე აუდიტორიის მეტყველების კულტურას.

ჟურნალისტების მეტყველების პრობლემა აქტუალურია არაერთი მიზეზის გამო. სწორედ მათი გამოსვლები უწყობს ხელს ენობრივ ზემოქმედებას, ძირითადი საკომუნიკაციო საშუალება ხომ მშობლიური ენაა. მედია საშუალებებთან ურთიერთობა თითოეულ ადამიანზე ახდენს გავლენას ყველა იმ მიმართულებით, რასაც მედიაგადაცემათა არამხოლოდ შინაარსი მოიცავს. ეს გარემოება ბუნებრივად აყენებს დღის წესრიგში მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა მუშაკების ენისა და სტილის საზოგადოების ცნობიერებაზე ზეგავლენის განხილვის საჭიროებას.

თანამედროვე ქართული მედიის განვითარებას, მედიაარხების ზრდის ტემპსა და ხასიათს, ქვეყანაში მიმდინარე დემოკრატიული, არსებული პოლიტიკური, ეკონომიკური, სოციალური პროცესები განაპირობებს. ყოველივე მასმედიის, განსაკუთრებით, ელექტრონული მედიის ენაზეც აისახება, ვინაიდან ახალი გამოწვევები პირდაპირ ზემოქმედებენ სამეტყველო ენის სიწმინდეზე.

## 2. თანამედროვე მედიის ენა

მედიის ენობრივ სახეცვლილებას ობიექტური მიზეზებიც განაპირობებს – ჩვენი ენა ჩვენივე ყოფა–ცხოვრების ანარეკლია. ასევე, 21–ე საუკუნეში, ენის უცხო სიტყვებითა და ჟარგონიზმებით დაბინძურების საფრთხე არსებობს და ოქროს შუაღედის პოვნაა საჭირო, რომელიც თანამედროვე ენასაც გაამდიდრებს ნეოლოგიზმებითა თუ უცხო სიტყვებით და ქართული ენის სიმდიდრესა და მრავალფეროვნებასაც შეინარჩუნებს.

<sup>1</sup> კ. გაბუნია, „ენობრივი სიტუაცია თანამედროვე საქართველოში“, საერთაშორისო ჟურნალი მულტილინგვური განათლებისთვის, 2014, # 3, გვ. 46.

ქართველი ჟურნალისტებისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი პროფესიული კომპეტენცია ქართული ენის ცოდნაა – საკუთარი მოსაზრების სწორად, მკაფიოდ, გამართულად გამოხატვის უნარი, მეტყველების სტანდარტების დაცვა, მისი რესურსების გამოყენებით.

ადამიანისთვის ენა არა მხოლოდ სამოქალაქო და პროფესიული კომუნიკაციის საშუალებაა, არამედ ის საინფორმაციო სივრცე, კულტურული გარემო, რომელიც ეროვნულ თვითმყოფადობას წარმოშობს და აძლიერებს. სწორედ ამიტომ, ნებისმიერი მედიაპერსონა, ჟურნალისტი, რეპორტიორი გარკვეულ მოთხოვნებს უნდა ითვალისწინებდეს – გამართული მეტყველებითა და ენობრივი ნორმების დაცვით, სამაგალითო უნდა იყოს აუდიტორიისათვის.

კვლევამ გვიჩვენა, რომ ჟურნალისტები უხეზად არღვევენ მეტყველების ნორმებს. ერთი მხრივ, ეს სატელევიზიო არხების სარედაქციო და მეტყველების პოლიტიკის შედეგია – წამყვანებსა და რეპორტიორებს სწრაფად კითხვა/საუბარი მოთხოვებათ; მეორე მხრივ, საუბრის ფორმით ინფორმაციის გადაცემის ზოგადი ტენდენციის დაწესება, დიქციის, სიტყვათა, წინადადებათა დამახინჯებას იწვევს.

ქართულ მედიასივრცეში ხშირად ვხვდებით ენობრივად და სტილისტურად გაუმართავ ტექსტებს, ასევე, უცხო სიტყვებს, რომელთა გაგება უჭირს საზოგადოების უმეტეს ნაწილს. ბოლო ათწლეულის მედიის ენის მახასიათებელია უცხო ენებიდან, რა თქმა უნდა, ინგლისურიდან, უფრო სწორედ, ამერიკული ინგლისურიდან, ნასესხები სიტყვების სიმრავლე. თუმცა, ამბობენ, რომ ენა თავად ცხრილავს ზედმეტს და მხოლოდ საჭიროს ტოვებს.

ქართული ენის ისტორიაში უცხო სიტყვების შემომატების არაერთი პერიოდი გვახსოვს. ყოველდღიურ ცხოვრებაში სხვადასხვა მოვლენები, ამბები ხდება და მასთან ერთად ახალი სიტყვები, ტერმინები შემოდის ლექსიკაში. დღეს არავინ უარყოფს „მარკეტინგს“, „დილერს“, „ბროკერს“, „კომპიუტერს“. ტექნიკურ პროგრესთან ერთად არაერთი სიტყვა ვრცელდება მსოფლიოში და სხვადასხვა ენაში მკვიდრდება. თუმცა, ეს იმ შემთხვევაში, თუ მათი ანალოგი არ მოიძებნება ენაში.

ტელე– თუ ინტერნეტ მედიით არც თუ იშვიათად გვეხვები სიტყვები: „უიქენდი“ (შაბათ–კვირა), „რეალიზაცია“ (გასაღება, გაყიდვა), „ინსპირაცია“ (შთაგონება), „მონიტორინგი“ (შემოწმება, შესწავლა); „ფემენვიკი“ (მოდის კვირეული), „კრეატიული“ (შემოქმედებითი), „დედლაინი“ (ბოლო ვადა), „მესიჯი“ (შეტყობინება), რომელთა შესატყვისი ქართულ ენაში არსებობს.

გარდა ბარბარიზმებისა<sup>2</sup>, ქართული მედია გრამატიკულად გაუმართავი ენითაც გვესაუბრება. აუდიტორია, ხშირად უნებლიედაც კი, ბამავს მას. მაყურებლის ყური ისე ეჩვევა ჟურნალისტების მიერ დაშვებულ ენობრივ შეცდომებს, რომ ზოგჯერ შეუმჩნეველიც კი ხდება არაერთი შეცდომა მისთვის.

ქართულ სამაუწყებლო და ქსელურ მედიაში ხშირად გვხვდება -დმი თანდებულებანი შესიტყვებები: მაგალითად, სამშობლოსადმი სიყვარული, მოხუცისადმი პატივისცემა, მომავლისადმი რწმენა. რა თქმა უნდა, ეს შესიტყვებები გამოიყენება უთანდებულოდ, ნათესაობითი ბრუნვის ფორმით:

მცდარია: სამშობლოსადმი სიყვარული<sup>3</sup>

<sup>2</sup> ბარბარიზმების ლექსიკონი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://barbarisms.ge/whatis/> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>3</sup> „ქართული კვირა“, 2020, 14 იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: ინტერნეტ წყარო <http://kartuli.kvira.ge/2020/01/14/%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%A0%E1%83%94-%E1%83%A0%E1%83%90-%E1%83%97%E1%83%A3-%E1%83%97%E1%83%A5%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%9C%E1%83%98-%E1%83%AA%E1%83%90-%E1%83%A9%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%9C/> [უ. გ. 26.03.2021].

სწორია: სამშობლოს სიყვარული;  
მცდარია: მოხუცისადმი პატივისცემა<sup>4</sup>  
სწორია: მოხუცის პატივისცემა);  
მცდარია: მომავლისადმი რწმენა<sup>5</sup>  
სწორია: მომავლის რწმენა.

განვიხილავთ ყველაზე გავრცელებულ შეცდომებს, რომლებიც ქართველ ჟურნალისტებს მოსდით. ხარვეზებს „სწორია /მცდარია“–ს ფორმატში წარმოვადგენთ:

მცდარია: დღესვე ასევე ცნობილი გახდა<sup>6</sup>  
სწორია: დღეს ისიც გახდა ცნობილი;  
მცდარია: განახლებული პარკით ისარგებლონ მოსახლეობამაც<sup>7</sup>  
სწორია: განახლებული პარკით ისარგებლოს მოსახლეობამაც;  
მცდარია: სხვადასხვა ასაკის მქონე ბავშვებისთვის<sup>8</sup>  
სწორია: სხვადასხვა ასაკის ბავშვებისთვის;  
მცდარია: მოხდეს რეაბილიტაცია<sup>9</sup>  
სწორია: აღადგინონ;  
მცდარია: განმარტება გააკეთოს<sup>10</sup>  
სწორია: განმარტოს;  
მცდარია: შეცდომაში ნამდვილად არ შესულა<sup>11</sup>  
სწორია: ნამდვილად არ შემცდარა;  
მცდარია: უკონტროლო რეალიზაციის<sup>12</sup>  
სწორია: უკონტროლო გაყიდვების;  
მცდარია: ფასდაკლება ვრცელდება<sup>13</sup>  
სწორია: გაიაფდება;  
მცდარია: არიან მედიკამენტებით მოსარგებლე<sup>14</sup>  
სწორია: სარგებლობენ მედიკამენტებით / იღებენ მედიკამენტებს;  
მცდარია: სანამ შეთანხმება არ მოხდება<sup>15</sup>  
სწორია: სანამ არ შეთანხმდებიან;

<sup>4</sup> „პს ნიუს.ჯე“, 2013, 17 დეკემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: [http://psnews.ge/index.php?m=68&news\\_id=55176](http://psnews.ge/index.php?m=68&news_id=55176) [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>5</sup> „ნიუ პოსტი“, 2016, 07 სექტემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.newposts.ge/?newsid=118329> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>6</sup> „ნეტგაზეთი“, 2021, 24 თებერვალი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://netgazeti.ge/news/522028/> [უ. გ. 26.03.2021];

<sup>7</sup> ტ/კ „იმედი“, 2020, 20 მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_DqwFPa0UUI](https://www.youtube.com/watch?v=_DqwFPa0UUI) [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>8</sup> ტ/კ „იმედი“, ქრონიკე 20.00, 2020, 20 მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_DqwFPa0UUI](https://www.youtube.com/watch?v=_DqwFPa0UUI) [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>9</sup> ტ/კ „პირველი არხი“, 2021, 11 იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://1tv.ge/live/rogor-mokhdeba-krizisshi-myofi-bankis-reabilitacia-live/> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>10</sup> ტ/კ „პირველი არხი“, 2020, 15 იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://1tv.ge/news/iago-khvichia-kargi-iqneba-grigol-vashadzem-meti-ganmarteba-gaaketos-ki-shegidzlia-daimshvido-tavi-rom-ar-miighe-monawileoba-raghacashirasac-ar-etankhmebodi-amavdroulad-tanamebrdzolebs-unda/> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>11</sup> „დრონი.ჯე“, 2017, 21 მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://droni.ge/?m=9&AID=32502&AdvSpaces=> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>12</sup> ტ/კ „პირველი არხი“, 2018, 14 მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.youtube.com/watch?v=9mD6tEHNBDw> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>13</sup> TV4.ge, 2018, 31 აგვისტო, 0:31, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.youtube.com/watch?v=127\\_CcIfFoFQ](https://www.youtube.com/watch?v=127_CcIfFoFQ) [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>14</sup> TV4.ge, 2018, 31 აგვისტო, 0:59, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.youtube.com/watch?v=127\\_CcIfFoFQ](https://www.youtube.com/watch?v=127_CcIfFoFQ) [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>15</sup> ტ/კ „მთავარი არხი“, „მთავარი 11“, 2021, 15 მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/watch/?v=1310032056035295> [უ. გ. 26.03.2021].

მცდარია: საუბრის მანერა ხდოდა მას ძალიან გამორჩეულს<sup>16</sup>

სწორია: საუბრის მანერა გამოარჩევდა მას;

მცდარია: რაოდენობის მატება არ არის გამორიცხული<sup>17</sup>

სწორია: არ არის გამორიცხული, რომ რაოდენობა მოიმატებს;

მცდარია: აგრესიულობით არიან გამორჩეულნი<sup>18</sup>

სწორია: აგრესიულები არიან / აგრესიულად იქცევიან;

მცდარია: არიან მოსულნი<sup>19</sup>

სწორია: მოვიდნენ ;

მცდარია: აზრი იქნა გაჟღერებული<sup>20</sup>

სწორია: აზრი გამოითქვა;

მცდარია: აი ესეთი განცხადება გააკეთა<sup>21</sup>

სწორია: აი ასე განაცხადა;

მცდარია: ის 74 წლის შეიქმნა<sup>22</sup>

სწორია: ის 74 წლის გახდა;

მცდარია: უახლოეს პერიოდში მოხდება მზიურის პარკის სარეაბილიტაციო სამუშაოების დასრულება<sup>23</sup>

სწორია: უახლოეს პერიოდში დასრულდება მზიურის პარკის აღდგენა;

მცდარია: მივყვართ ამ პარკებამდე<sup>24</sup>

სწორია: მივყავართ პარკამდე;

მცდარია: საიდან უნდა მოხდეს ავტობუსების გასვლა<sup>25</sup>

სწორია: საიდან გავლენ ავტობუსები;

მცდარია: მაყურებელი რომ არ შევიყვანოთ შეცდომაში<sup>26</sup>

სწორია: მაყურებელი რომ არ შეცდეს;

მცდარია: გაყიდვები შემცირდა<sup>27</sup>

სწორია: გაყიდვა შემცირდა;

<sup>16</sup> ჟურნალი „ტორმეტი“, 2018, 26 ოქტომბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://tormeti.com/2018/10/26/12-%E1%83%9F%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%98-%E2%95%91-%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%A3%E1%83%99%E1%83%90-%E1%83%9F%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%9F/> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>17</sup> ტ/კ „პოსტივი“, 2020, ნოემბერი, 5:50, ხელმისაწვდომია აქ: <https://postv.media/gadacema-top/2192/aqciaze-gaisroles-khmauriani-aqciebis-seria-grdzeldeba> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>18</sup> ტ/კ „პოსტივი“, „საინფორმაციო გამოშვება 19.00“, 2020, 9 ნოემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.facebook.com/watch/live/?v=3796801237019686&ref=watch\\_permalink](https://www.facebook.com/watch/live/?v=3796801237019686&ref=watch_permalink) [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>19</sup> ტ/კ „მთავარი არხი“, „მთავარი 9“, 2020, 9 ნოემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/watch/?v=5471885752822384> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>20</sup> გ. შაქარაშვილი, „ფორბსი“, 2020, 2 აპრილი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://forbes.ge/blogs/34025-autosave-v1/> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>21</sup> ტ/კ „იმედი“, „იმედის დილა“, 2020, 21 მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.facebook.com/watch/live/?v=544684303087164&ref=watch\\_permalink](https://www.facebook.com/watch/live/?v=544684303087164&ref=watch_permalink) [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>22</sup> ტ/კ „იმედი“, „იმედის დილა“, 2020, 21 მაისი, 01:22, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.facebook.com/watch/live/?v=544684303087164&ref=watch\\_permalink](https://www.facebook.com/watch/live/?v=544684303087164&ref=watch_permalink) [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>23</sup> ტ/კ „იმედი“, „ქრონიკა“ 2020, 20 მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/tvmedi/videos/616909285576317> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>24</sup> ტ/კ „იმედი“, „ქრონიკა“ 2020, 20 მაისი, 19:14, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/tvmedi/videos/616909285576317> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>25</sup> „ნეტგაზეტი“, 2020, 20 მაისი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://netgazeti.ge/news/453812/> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>26</sup> „ჰუმანრაიფს,ჯე“, 2011, 14 ნოემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.humanrights.ge/index.php?a=main&pid=14105&lang=geo> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>27</sup> „ბიეჭი“, 2019, 12 თებერვალი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/watch/?v=437418567002699> [უ. გ. 26.03.2021].



მცდარია: ხშირ შემთხვევაში<sup>28</sup>  
 სწორია: ხშირად;  
 მცდარია: ესეთი ადამიანები<sup>29</sup>  
 სწორია: ასეთი ადამიანები;  
 მცდარია: ეგეთი ადამიანები<sup>30</sup>  
 სწორია: ისეთი ადამიანები;  
 მცდარია: ჰაერის ტემპერატურა გათბება<sup>31</sup>  
 სწორია: ჰაერი გათბება;  
 მცდარია: აღმოუჩინა დახმარება<sup>32</sup>  
 სწორია: დაეხმარა;  
 მცდარია: რაც შესაძლებლობა ჰქონდა<sup>33</sup>  
 სწორია: როგორაც შეეძლო;  
 მცდარია: დახმარების მიღებამდე<sup>34</sup>  
 სწორია: დახმარებამდე;  
 მცდარია: ფილმი, სადაც<sup>35</sup>  
 სწორია: ფილმი, რომელშიც.

ფონეტიკურ ცვლილებებს რაც შეეხება, ტელერადიო ეკრანიდან სულ უფრო სწრაფი ტემპით გვესაუბრებიან ჟურნალისტები, ხშირია ხმოვანთა რედუქციის, ანუ ბგერის და მარცვლის დასუსტების, ან მისი სრული „დაკარგვის“ შემთხვევები. მახინჯდება ქართული ბუნებრივი მეტყველების ინტონაცია, ბუნებრივი ენობრივი მოდელები.<sup>36,37</sup> შეცდომები მოსდით ჟურნალისტებს თხრობით წინადადებებში ინტონაციის ნორმების გაუთვალისწინებლობით, ფრაზების არამართებული დაყოფით, მნიშვნელობების დამახინჯებით, ფრაზებს შორის პაუზების არარსებობის გამო.

ისიც გასათვალისწინებელია, რომ რეპორტიორებს მუდმივად უწევთ ოპერატიულად და ინფორმაციის სიუხვის პირობებში მუშაობა, თუმცა, აუცილებლად უნდა მოხდეს მათ მეტყველებაში შეცდომების გამოსწორების გზების ძიება.

<sup>28</sup> „კომერსანტი“, 2019, 20 სექტემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://kommersant.ge/ge/post/xshir-shemtxvevashi-sadjaro-moxele-dge-da-game-mushaobs-romelsac-xelfasi-500-700-lari-aqvs-akaki-zoidze> [უ. გ. 29.03.2021].

<sup>29</sup> „ფაქტები.ჯე“, 2019, 15 მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://paqtbi.ge/%E1%83%90%E1%83%98-%E1%83%94%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%97%E1%83%98-%E1%83%90%E1%83%93%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98-%E1%83%A6%E1%83%A3%E1%83%9E%E1%83%90/> [უ. გ. 29.03.2021].

<sup>30</sup> „ალია“, 2019, 9 დეკემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/alianeews.Ge/posts/1572121342950687> [უ. გ. 29.03.2021].

<sup>31</sup> „იმედი“, 2020, 29 ოქტომბერი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://imednews.ge/ge/sazogadoeba/169700/rogori-amindia-mosalodneli-dges-saqartveloshi?fbclid=IwAR2DqtSCoyd9OFmQrV3yqpySxoyQWKq-A2qY3rPh\\_0kMueloaKfpmE2qQl8](https://imednews.ge/ge/sazogadoeba/169700/rogori-amindia-mosalodneli-dges-saqartveloshi?fbclid=IwAR2DqtSCoyd9OFmQrV3yqpySxoyQWKq-A2qY3rPh_0kMueloaKfpmE2qQl8) [უ. გ. 29.03.2021].

<sup>32</sup> ტ/კ „რუსთავი 2“, 2021, 28 მარტი, 01:47, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/rustavi2/videos/886427972140296> [უ. გ. 28.03.2021].

<sup>33</sup> ტ/კ „რუსთავი 2“, 2021, 28 მარტი, 01:43, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/rustavi2/videos/886427972140296> [უ. გ. 28.03.2021].

<sup>34</sup> ტ/კ „რუსთავი 2“, 2021, 28 მარტი, 03:53, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/rustavi2/videos/886427972140296> [უ. გ. 28.03.2021].

<sup>35</sup> „2020 ნიუსი“, 2021, 29 მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://2020news.ge/index.php/%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%AE%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98/item/26355-20> [უ. გ. 29.03.2021].

<sup>36</sup> „სპორტის საათი“, 2020, 7 ოქტომბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/sportrustavi2/videos/257600352504916> [უ. გ. 26.03.2021].

<sup>37</sup> „რუსთავი 2“, დილა მშვიდობისა საქართველო, 2021, 26 თებერვალი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.facebook.com/rustavi2/videos/793072984617175/> [უ. გ. 26.03.2021].

ადვილი არ იქნება იდეალური მედიამეტყველების ჩამოყალიბება, მაგრამ სპეციალისტებმა, პედაგოგებმა და, რაც მთავარია, ჟურნალისტებმა ერთსულოვნად უნდა გავათვითცნობიეროთ, რომ მომავალში ამ პროფესიის ღირსების შესანარჩუნებლად აუცილებლობელია აღნიშნული პრობლემის შესაბამისი ღონისძიებების დასახვა და განხორციელება. თანამედროვე მედიის სამეტყველო ენის დასახვეწად, შესაძლებელია კონსულტანტ-სპეციალისტების მეტი ინტენსივობით ჩართვა ჟურნალისტთა გადამზადების პროცესში და სამეტყველო ოსტატობაში მათი დახელოვნება. არანაკლებ მნიშვნელოვანია ლინგვისტური ცოდნის პოპულარიზაცია ბეჭდურ და ელექტრონულ მედიაში.

## დასკვნა

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები ქმნიან განსაკუთრებულ აუდიოვიზუალურ სამყაროს, რომლის გავლენის ქვეშ ნებისმიერი ადამიანი მისდა უნებურად ექცევა. ამდენად, სერიოზულად დგება საზოგადოების წინაშე მედიის პასუხისმგებლობის საკითხი.

სამწუხაროდ, ჟურნალისტების მიერ დაშვებულ ენობრივ შეცდომებს თითქოს ვერც კი ვამჩნევთ, ყურით ერგვა მათ. ამიტომაც არის მნიშვნელოვანი ამ პრობლემაზე ყურადღების გამახვილება, ვინაიდან, სიტყვათა არასწორი ფორმები და მცდარი შესიტყვებები მკვიდრდება ყოველდღიურ მეტყველებაში.

კვლევამ გვიჩვენა, რომ ქართულ მედიასივრცეში ხშირად გვხვდება ენობრივად და სტილისტურად გაუმართავი ტექსტები. მასობრივად მკვიდრდება ტელეჟურნალისტთა მეტყველებაში „ნასესხები სიტყვები“. გარდა ბარბარიზმებისა, ქართულ სამაუწყებლო და ქსელურ მედიაში არცთუ იშვიათად გაიგონებთ/წაიკითხავთ –დმი თანდებულიან შესიტყვებებს.

ფონეტიკურ ცვლილებებს რაც შეეხება, ტელერადიო ეკრანიდან სულ უფრო სწრაფი ტემპით მოსაუბრე ჟურნალისტების მეტყველებაში ვხვდებით ბგერის და მარცვლის დასუსტების, ან მისი სრული „დაკარგვის“ შემთხვევებს.

იცვლება ქართული ბუნებრივი მეტყველების ინტონაცია, ბუნებრივი ენობრივი მოდელები. ინტონაციის ნორმების გაუთვალისწინებლობით, ფრაზების არამართებული დაყოფით, ფრაზებს შორის პაუზების არარსებობის გამო ჟურნალისტებს შეცდომები მოსდით თხრობით წინადადებებში.

მეტყველების კულტურის დასახვეწად შესაძლებელია ჟურნალისტთა გადამზადების პროცესში კონსულტანტ-სპეციალისტების მეტი ინტენსივობით ჩართვა და მათი სამეტყველო ოსტატობაში დახელოვნება. საჭიროა, ასევე, ლინგვისტური ცოდნის პოპულარიზაცია ელექტრონულ და ბეჭდურ მედიაში.

პრობლემის მოგვარება სისტემურ მიდგომას მოითხოვს. მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მხრიდანაც გატარდეს მიზანმიმართული პოლიტიკა ენის დაცვისა და განვითარებისთვის.

დასკვნის სახით აღვნიშნავთ, რომ კვლევის მიზანი არ ყოფილა მედიაში არსებული ყველა სახის ენობრივი შეცდომისა თუ ხარვეზის გამოკვლევა და შეფასება ლინგვისტის პოზიციიდან. შევეცადეთ ჟურნალისტის თვალთ დანახული ის ზოგადი სურათი გვეჩვენებინა, რომელიც ქართულ მედიაში არსებულ ენობრივ სიტუაციას და ტენდენციებს წარმოაჩინეს და განგვესაზღვრა პრობლემის გამოსწორების რეკომენდაციები.

**ბიბლიოგრაფია:**

1. კახა გაბუნია, „ენობრივი სიტუაცია თანამედროვე საქართველოში“, საერთაშორისო ჟურნალი მულტილინგვური განათლებისთვის, 2014; [http://www.multilinguaeducation.org/storage/uploads/articles\\_contents/141215024122.pdf](http://www.multilinguaeducation.org/storage/uploads/articles_contents/141215024122.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
2. ბარბარიზმების ლექსიკონი. <https://barbarisms.ge/whatis/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
3. „ქართული კვირა“, 2020, 14 იანვარი, [ინტერნეტ რესურსი](https://www.kvira.ge/interactives) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
4. „პს ნიუს.ჯე“, 2013, 17 დეკემბერი. [http://psnews.ge/index.php?m=68&news\\_id=55176](http://psnews.ge/index.php?m=68&news_id=55176) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
5. „ნიუ პოსტი“, 2016, 07 სექტემბერი. <https://www.newposts.ge/?newsid=118329> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
6. „ნეტგაზეთი“, 2021, 24 თებერვალი, <https://netgazeti.ge/news/522028/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
7. ტ/კ „იმედი“, 2020, 20 მაისი. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_DqwFPa0UUI](https://www.youtube.com/watch?v=_DqwFPa0UUI) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
8. ტ/კ „იმედი“, ქრონიკე 20.00, 2020, 20 მაისი, [https://www.youtube.com/watch?v=\\_DqwFPa0UUI](https://www.youtube.com/watch?v=_DqwFPa0UUI) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
9. ტ/კ „პირველი არხი“, 2021, 11 იანვარი. <https://1tv.ge/live/rogor-mokhdeba-krizisshi-myofibankis-reabilitacia-live/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
10. ტ/კ „პირველი არხი“, 2020, 15 იანვარი. [ინტერნეტ რესურსი](https://www.1tv.ge/live/rogor-mokhdeba-krizisshi-myofibankis-reabilitacia-live/) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
11. „დრონი.ჯე“, 2017, 21 მარტი. <https://droni.ge/?m=9&AID=32502&AdvSpaces=> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
12. ტ/კ „პირველი არხი“, 2018, 14 მარტი. <https://www.youtube.com/watch?v=9mD6tEHNBDw> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
13. TV4.ge, 2018, 31 აგვისტო, 0:31. [https://www.youtube.com/watch?v=127\\_CcIfoFQ](https://www.youtube.com/watch?v=127_CcIfoFQ) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
14. TV4.ge, 2018, 31 აგვისტო, 0:59. [https://www.youtube.com/watch?v=127\\_CcIfoFQ](https://www.youtube.com/watch?v=127_CcIfoFQ) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
15. ტ/კ „მთავარი არხი“, „მთავარი 11“, 2021, 15 მარტი. <https://www.facebook.com/watch/?v=1310032056035295> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
16. ჟურნალი „თორმეტი“, 2018, 26 ოქტომბერი. [ინტერნეტ წყარო](https://www.thormenti.ge/) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
17. ტ/კ „პოსტივი“, 2020, ნოემბერი, 5:50. <https://postv.media/gadacema-top/2192/aqciaze-gaisroles-khmauriani-aqciebis-seria-grdzeldeba> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
18. ტ/კ „პოსტივი“, „საინფორმაციო გამოშვება 19.00“, 2020, 9 ნოემბერი; [https://www.facebook.com/watch/live/?v=3796801237019686&ref=watch\\_permalink](https://www.facebook.com/watch/live/?v=3796801237019686&ref=watch_permalink) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];

19. ტ/კ „მთავარი არხი“ , „მთავარი 9“, 2020, 9 ნოემბერი. <https://www.facebook.com/watch/?v=5471885752822384> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
20. გ.შაქარაშვილი, „ფორბსი“, 2020, 2 აპრილი. <https://forbes.ge/blogs/34025-autosave-v1/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
21. ტ/კ „იმედი“, „იმედის დილა“, 2020, 21 მაისი. [https://www.facebook.com/watch/live/?v=544684303087164&ref=watch\\_permalink](https://www.facebook.com/watch/live/?v=544684303087164&ref=watch_permalink) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
22. ტ/კ „იმედი“, „იმედის დილა“, 2020,21 მაისი, 01:22. [https://www.facebook.com/watch/live/?v=544684303087164&ref=watch\\_permalink](https://www.facebook.com/watch/live/?v=544684303087164&ref=watch_permalink) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
23. ტ/კ „იმედი“ „ქრონიკა“ 2020, 20 მაისი. <https://www.facebook.com/tvmedi/videos/616909285576317> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
24. ტ/კ „იმედი“ „ქრონიკა“ 2020, 20 მაისი, 19:14. <https://www.facebook.com/tvmedi/videos/616909285576317> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
25. „ნეტგაზეთი“, 2020, 20 მაისი. <https://netgazeti.ge/news/453812/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
26. „ჰუმანრაიზსჯე“, 2011, 14 ნოემბერი, <http://www.humanrights.ge/index.php?a=main&pid=14105&lang=geo> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
27. „ბიემჯი“, 2019, 12 თებერვალი. <https://www.facebook.com/watch/?v=437418567002699>[უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
28. „კომერსანტი“, 2019, 20 სექტემბერი. <https://commerciant.ge/ge/post/xshir-shemtxvevashisadjaro-moxele-dge-da-game-mushaobs-romelsac-xelfasi-500-700-lari-aqvs-akaki-zoidze> [უკანასკნელად გადამოწმდა 29.03.2021];
29. „ფაქტები.ჯე“, 2019, 15 მარტი. [ინტერნეტ წყარო](#) [უკანასკნელად გადამოწმდა 29.03.2021];
30. „ალია“, 2019, 9 დეკემბერი. <https://www.facebook.com/alienews.Ge/posts/1572121342950687> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
31. „იმედი“, 2020, 29 ოქტომბერი. [https://imedinews.ge/ge/sazogadoeba/169700/rogori-amindiamosalodneli-dges-saqartveloshi?fbclid=IwAR2DqtSCoyd9OFmQrV3yqpySxoyQWKq-A2qY3rPh\\_0kMueIoaKfpmE2qQl8](https://imedinews.ge/ge/sazogadoeba/169700/rogori-amindiamosalodneli-dges-saqartveloshi?fbclid=IwAR2DqtSCoyd9OFmQrV3yqpySxoyQWKq-A2qY3rPh_0kMueIoaKfpmE2qQl8) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
32. ტ/კ „რუსთავი 2“, 2021, 28 მარტი, 01:47. <https://www.facebook.com/rustavi2/videos/886427972140296> [უკანასკნელად გადამოწმდა 28.03.2021];
33. ტ/კ „რუსთავი 2“, 2021, 28 მარტი, 01:43. <https://www.facebook.com/rustavi2/videos/886427972140296> [უკანასკნელად გადამოწმდა 28.03.2021];
34. ტ/კ „რუსთავი 2“, 2021, 28 მარტი, 03:53. <https://www.facebook.com/rustavi2/videos/886427972140296> [უკანასკნელად გადამოწმდა 28.03.2021];
35. „2020 ნიუსი“, 2021, 29 მარტი. [ინტერნეტრესურსი](#) [უკანასკნელად გადამოწმდა 29.03.2021];
36. „სპორტის საათი“, 2020, 7 ოქტომბერი. <https://www.facebook.com/sportrustavi2/videos/257600352504916> [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];

37. „რუსთავი 2“ , დილა მშვიდობისა საქართველო, 2021, 26 თებერვალი.  
[https://www.facebook.com / rustavi2/videos/793072984617175/](https://www.facebook.com/rustavi2/videos/793072984617175/) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
38. ავთანდილ არაბული, ქართული მეტყველების კულტურა, თბ., 2008;
39. შუქია აფრიდონიძე , „ჩვენი ენა ქართული“, თბ., 2002;
40. ქეთევან გიორგობიანი, მანანა დათუკიშვილი, ქართული მეტყველების კულტურის საკითხები, თბ., 2008;
41. ცოტნე კიკვიძე, თანამედროვე ქართული სალიტერატურო ენის მართლწერისა და მართლმეტყველების საკითხები, „ტექნიკური უნივერსიტეტი“, თბ., 2000;
42. რუსუდან სალინაძე, „თანამედროვე ქართული სალიტერატურო ენის ნორმები – პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები“, [http://dl.sangu.edu.ge/pdf/qapvols/qap\\_v2\\_14.pdf](http://dl.sangu.edu.ge/pdf/qapvols/qap_v2_14.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა 26.03.2021];
43. აკაკი შანიძე, სალიტერატურო ქართულის საჭირობო საკითხები, „განათლება“, თბილისი, 1979.

# კოლთიქიკის მეცნიერებები



## რუსეთის ენერგეტიკული ექსპანსიონიზმი “ჩრდილოეთი ნაკადი 2”-ის მაგალითზე ევროკავშირში

**ქრისტინე მაჭარაშვილი,**

ასოცირებული პროფესორი,

საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ

**გოჩა მიქაუტაძე,**

სტუდენტი,

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

### აბსტრაქტი

თანამედროვე მსოფლიო დამოკიდებულია ენერგეტიკაზე, რომლის მოხმარება მზარდია, ხოლო რესურსების ათვისება სულ უფრო და უფრო ინტენსიური ხასიათისაა. აღსანიშნავია, რომ ამ შესაძლებლობით შესანიშნავად სარგებლობს იმპერიალისტური რუსეთი, რაც მისი პოლიტიკური გავლენის არეალის გაფართოებასა და განმტკიცებაში გამოიხატება. როგორც ვიცით ყველა სახელმწიფო თავის ეროვნულ-სტრატეგიულ ღირებულებებზე დაყრდნობით აწარმოებს ენერგეტიკულ პოლიტიკას და განსაზღვრავს ეროვნულ მისწრაფებებსა და პრიორიტეტებს. რუსეთს დიდი რაოდენობით ენერგეტიკული რესურსი გააჩნია, რომელსაც იგი საკმაოდ მიზნობრივად იყენებს. კრემლის ექსპანსიონისტური პოლიტიკის მთავარ ინსტრუმენტს, ენერგეტიკული პოლიტიკა წარმოადგენს, რასაც ევროინტეგრაციის წინააღმდეგ მიმართავს და ზრდის საკუთარი ქვეყნის როლს საერთაშორისო ასპარეზზე. მიუხედავად დემოკრატიული დასავლეთის და არადემოკრატიული რუსეთის ფუნდამენტურ რადიკალური განსხვავებებისა, ისინი მაინც ახერხებენ საერთო პრევენციულ-კოოპერაციული ურთიერთობების გამონახვას ენერგეტიკული პოლიტიკის კუთხით. ამის ნათელი მაგალითია რუსეთისა და გერმანიის ენერგოურთიერთობები, რომელიც კომპლექსური და მრავალწლიანია. „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“ მსოფლიო მნიშვნელობის პროექტია, რომელიც ცალსახად ზრდის ევროკავშირის ენერგოდამოკიდებულებას რუსეთზე, რაც ბრიუსელის მხარისათვის იმდენად მომგებიანი შეიძლება არ აღმოჩნდეს, რამდენადაც მოსკოვისთვის. პუტინი და მისი მმართველობითი სისტემა თავისი ქვეყნის რესურსებსა და გეოპოლიტიკას „ბინძურად“ იყენებს და ცდილობს ზემოქმედება მოახდინოს მის გარშემო არსებულ პოლიტსივრცეზე, ქვეყნის ეროვნული ინტერესების დიაპაზონზე. ამიტომაც, განვითარებული დასავლეთისთვის რუსეთი აგრესორად და არადემოკრატიულ ქვეყნადაა აღქმული, რომელიც ნეგატიურ პოლიტიკურ ლანდშაფტს ქმნის, როგორც ევროკავშირისათვის, აგრეთვე საერთაშორისო პოლიტიკური არენისთვის. რუსეთის ამგვარ მანევრირებას დადებითად არ აღიქვამენ მსოფლიოს ცალკეული ძლიერი სახელმწიფოები, რადგანაც ეს პროექტი მსოფლიო პოლიტიკის განუყოფელი ნაწილია. ამ მოსაზრებას იზიარებს ამერიკის შეერთებული შტატებიც. აღსანიშნავია, რომ „ჩრდილოეთი ნაკადი 2“, Brexit-ის შემდეგ, გახლავთ პირველი საერთაშორისო დონის პროექტი და იგი ფაქტიურად გვევლინება დინამიკურ ქმედებად, თუ როგორ შეიძლება გაგრძელდეს ევროკავშირისა და რუსეთის ენერგეტიკული ურთიერთობები. ამ ეტაპზე რუსეთისათვის გერმანიის პოლიტიკური ქმედებები უფრო

მომგებიანი და პროდუქტიულია, ვიდრე ევროკავშირისთვის, რადგანაც ამ შემთხვევაში მხარეების ენერგეტიკული სექტორი უფრო მეტად ინტეგრირებული გახდება.<sup>1</sup>

**საკვანძო სიტყვები:** ევროკავშირი, რუსეთი, ჩრდილოეთის ნაკადი 2, ენერგეტიკული პოლიტიკა, გერმანია, ენერგოექსპანსიონიზმი.

## შესავალი

21-ე საუკუნემ ნათლად გვაჩვენა, რომ განვითარებული თუ განვითარებადი მსოფლიოს უდიდესი ნაწილი ენერგეტიკაზეა დამოკიდებული. თემა იმთავითვე აქტუალური ხდება, როგორც კი რუსეთისა და გერმანიის ენერგეტიკულ კოოპერაციულ ურთიერთობებს ეხება. ენერგეტიკა ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი განვითარებადი და ფუნქციური ხასიათის მატარებელი დარგია თანამედროვე მსოფლიოში, ამიტომაც ყველა სახელმწიფო მიისწრაფის ენერგეტიკული ბაზრების დივერსიფიკაციისაკენ, რათა ქვეყნის ენერგოუსაფრთხოება უფრო მაღალ საფეხურზე აიყვანოს.

მსოფლიოს ერთ-ერთი ძლიერი სახელმწიფო რუსეთი თავისი ეროვნული პოლიტიკის გასატარებლად ენერგეტიკულ სფეროს იყენებს, რომელიც დემოკრატიული მსოფლიოსათვის მიუღებელია და პოლიტიკურ-ეკონომიკური სპექტრის თვალსაზრისით დადებითად არ აღიქმება. პროექტი „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“ ერთ-ერთი ყველაზე დიდი გამოვლინებაა რუსეთსა და ევროკავშირს შორის ენერგეტიკული ურთიერთობების გასაღრმავებლად. ისინი ამ პროექტის მეშვეობით მომავალში უფრო ურთიერთდამოკიდებულნი გახდებიან ერთანეთზე, მიუხედავად იმისა, რომ კრემლის სტრატეგიულ პოლიტიკურ პოსტულატს წარმოადგენს გაზარდოს თავისი ენერგეტიკული ექსპორტი ევროკავშირის წევრ ქვეყნებზე. სწორედ ამიტომ ევროკავშირის მხრიდან საჭირო გახდა თანმიმდევრული ანტიპოლიტიკის განხორციელება, რათა რუსეთმა ვერ შეძლოს ენერგოექსპორტის „ბოროტად“ გამოყენება.

თანამედროვე საერთაშორისო პოლიტიკურ ასპარეზზე რუსეთისა და ევროკავშირის ენერგოურთიერთობების კვლევა უმნიშვნელოვანესია, რადგანაც მასზეა დამოკიდებული საერთაშორისო პოლიტიკურ არენაზე სახელმწიფოთაშორის სამომავლო მეგობრული და ეროვნული უსაფრთხოების სისტემის განსაზღვრა. აღნიშნულ პროექტთან დაკავშირებით ლობირებს აზრთა სხვადასხვაობა, რომლებიც ერთმანეთისაგან რადიკალურად განსხვავდება. საზოგადოების ნაწილი მიიჩნევს, რომ გერმანიამ უნდა შეაჩეროს პროექტში მონაწილეობა და ეს გამომდინარეობს რუსეთ-გერმანიას შორის ურთიერთობების ისტორიაში არსებული „პოლიტიკური უნდობლობით“. თუმცა პროექტის მომხრეები თვლიან, რომ „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“ უფრო მეტ ეკონომიკურ სარგებელს მოუტანს ქვეყანას, ვიდრე პოლიტიკურ ზიანს.<sup>2</sup>

კვლევის მიზანია განვსაზღვროთ, რუსეთსა და ევროკავშირს შორის ენერგო პოლიტიკურ-ეკონომიკური ზეგავლენის პერსპექტივები და შედეგები ევროპული მხარისათვის, რადგანაც ენერგეტიკა თანამედროვე მსოფლიოს ერთ-ერთი უმთავრესი დარგია, რომელსაც გეოპოლიტიკური თუ გეოსტრატეგიული მნიშვნელობა ენიჭება საერთაშორისო პოლიტიკურ არენაზე. თემის აქტუალობიდან ჩნდება შემდეგი საკვლევი კითხვები, ესენია:

<sup>1</sup> K.O. Lang, K. Westphal, „Nord Stream 2 – A Political and Economic Contextualisation“, Stiftung Wissenschaft und Politik, 2017 March, Available: [https://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/research\\_papers/2017RP03\\_lng\\_wep.pdf](https://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/research_papers/2017RP03_lng_wep.pdf) [უ.გ.17.03.2021].

<sup>2</sup> R. Korteweg, „Energy as a tool of foreign policy of authoritarian states, in particular Russia“, European Union, 2018 April 27, Available:

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/603868/EXPO\\_STU\(2018\)603868\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/603868/EXPO_STU(2018)603868_EN.pdf) [უ.გ. 17.03.2021].



1-რა ზეგავლენას ახდენს რუსეთის ენერგოპოლიტიკა ევროგაერთიანებაზე? 2-როგორ იყენებს რუსეთი თავისი ქვეყნის ენერგო რესურსს პოლიტიკურ-ეკონომიკური დომინანტობისათვის?

თემაზე მუშაობისას გამოყენებულია კვლევის თვისებრივ-ემპირიული მეთოდოლოგია, კერძოდ შემთხვევის შესწავლის მეთოდი (Case Study), რომელიც ეფუძნება ჩვენს მიერ პოლიტიკურ და ეკონომიკურ კონტექსტში განხილულ პროექტს, „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“. საკვლევი საკითხის ყოვლისმომცველობისათვის სიღრმისეულადაა განხილული მეორეული ლიტერატურა, კერძოდ უცხოენოვანი სტატიები და სამეცნიერო ნაშრომები. აღნიშნული კვლევა საშუალებას გვაძლევს წარმოვაჩინოთ რუსეთის ენერგეტიკული ექსპანსიონიზმისათვის დამახასიათებელი მთავარი მექანიზმები და გაკეთდეს პროგნოზი თუ რა გამოწვევების წინაშე შეიძლება აღმოჩნდეს ევროკავშირი. კვლევა ზრდის საზოგადოების ინფორმირებულობას საკითხისადმი, რადგანაც ქართული საზოგადოება განიცდის ამ კუთხით სამეცნიერო მასალის დეფიციტს, რომელიც გარკვეულწილად აზიანებს ქვეყნის ევროინტეგრაციის პროცესს.

### 1. რუსეთის გეოპოლიტიკური და ენერგოპოლიტიკური სტრატეგიული ზრახვები თანამედროვე პერიოდში

რუსეთის გეოპოლიტიკა კომპლექსური, ხოლო საერთაშორისო ურთიერთობები ტენდენციური ხასიათისაა, რომელიც საუკუნეებთან ერთად რეკონსტრუირებას განიცდის. XX საუკუნის 10-იანი წლებიდან, რაც შვედმა მეცნიერმა და პოლიტიკოსმა, რ. ჩელენმა, პირველად გამოიყენა ტერმინი- გეოპოლიტიკა, რომლის სიღრმისეული ჩაშლა განახორციელა გერმანელმა მეცნიერმა კ. ჰაუსჰოფერმა, იგი ამავე საუკუნის მეორე ნახევრიდან გერმანული ნაციონალიზმის პრაქტიკული ფილოსოფიის ნაწილი გახდა. მიუხედავად მისი ფილოსოფიური და პოლიტიკური ასპექტებისა, რუსეთის შემთხვევაში გეოპოლიტიკა თავისი ექსპანსიური ზრახვების სისრულეში მოყვანის იდეალური საშუალებაა. სახელმწიფოთა შორის საგარეო პოლიტიკის განხორციელების ხერხები საუკუნეებთან ერთად ცვალებადია, ხოლო ერთ-ერთი ესეთი მაგალითი გახლავთ ენერგოექსპანსიონიზმი, რომელსაც კრემლი თავისი ქვეყნის სტრატეგიული მიზნების განსახორციელებლად იყენებს. თუმცა მის წინაშე აღმოჩნდა მეორე უძლიერესი პოლიტიკურ-ეკონომიკური გაერთიანება ევროკავშირი, რომელიც ასევე დიდ დაინტერესებას იჩენს ენერგორესურსებისადმი. ევროკავშირი რუსეთის წინააღმდეგ იყენებს „იძულებით დიპლომატია“-ს, რომლითაც აგრძნობინებს რუსეთს არადომინანტურ მდგომარეობას გეოპოლიტიკურ სპექტრში. რუსეთიც არ აყოვნებს საწინააღმდეგო ქმედებებს, რათა მოიპოვოს მსოფლიოს პოლიტიკურ-ეკონომიკურ ბაზარზე პოსტულატური მდგომარეობა ენერგორესურსებში, რასაც გამოხატულია ენერგორესურსების ფასების დეველვაციით.<sup>3</sup>

თანამედროვე პერიოდში მისი ეკონომიკური ბრძოლა ექსპანსიისათვის წარმოდგენილია ახალი პროექტის, „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“-ის სახით. რუსეთი ცდილობს ქვეყნის ენერგორესურსის გამოყენებით, „მეგობრული ფორმატით“ დაიქვემდებაროს ევროპული სახელმწიფოები, კერძოდ გერმანია. გერმანიის ენერგომოხმარებიდან დაახლოებით 25% გაზზე მიდის, ხოლო გაზის ყველაზე მსხვილი იმპორტიორები არიან რუსეთი, ნორვეგია და ჰოლანდია. რუსეთი გერმანიას 2 მოქმედი გაზსადენით უკავშირდება: „იამალი-ევროპის

<sup>3</sup> A. Goldthau, „Assessing Nord Stream 2: regulation, geopolitics & energy security in the EU, Central Eastern Europe & the UK“, EUCERS, 2016 July, Available: <https://www.asktheeu.org/en/request/7115/response/23365/attach/2/Goldthau%20July%202016.pdf> [უ.გ. 17.03.2021].

გაზსადენი“ (32.9 მილიარდი მ<sup>3</sup>) და „ჩრდილოეთის ნაკადი“ (55 მილიარდი მ<sup>3</sup>).<sup>4</sup> „ჩრდილოეთი ნაკადი 2“-ის ამოქმედების შემდგომ რუსეთიდან გერმანიაში გაზის პირდაპირი ექსპორტირება ერთიორად გაიზრდება, რითაც გერმანიას აღარ მოუწევს სატრანზიტო ქვეყნებზე გარკვეული სახის სარგებლის გაცემა, რაც მნიშვნელოვანწილად შეამცირებს გასავალს. ნაკადი 2-ის გამტარუნარიანობა, ნაკადი 1-ის მსგავსი იქნება (55 მილიარდი მ<sup>3</sup>).<sup>5</sup> აგრეთვე აღსანიშნავია, რომ ევროპაში იმპორტირებული გაზის დაახლოებით 40% რუსეთისგანაა წამოსული. რუსეთის მიზანმიმართული სტრატეგიული ზრახვებია გერმანიისა და შემდგომში ევროპის ენერგოდამოკიდებულების ზრდა და „იამალი-ევროპის“ გაზსადენისათვის ნაკლებად ფუნქციონირებადი სტატუსის მინიჭება. თუ ის ამას შეძლებს შესაძლებელია მსგავს პოლიტ-ეკონომიკურ იაფფასიან მახეში აღმოჩნდნენ ევროკავშირის სხვა სახელმწიფოებიც, მაგალითად როგორებიცაა ვიშეგრადის ქვეყნები.<sup>6</sup> განხორციელების შემთხვევაში შეიძლება ითქვას, რომ ევროკავშირი ამ სტრატეგიულ ბრძოლას რუსეთთან წააგებს. თუ „ჩრდილოეთის ნაკად 2“-ს პოლიტიკურ ერთეულად განვიხილავთ, რუსეთის ექსპანსიური ზრახვები უფრო ნათლად წარმოჩინდება, რის თეორიულ მტკიცებულებასაც ამ შემთხვევაში წარმოადგენს რატველის მიერ ჩამოყალიბებული ექსპანსიის 7 კანონიდან ერთ-ერთი, რომელიცაა „სახელმწიფო ფართოვდება მცირე მნიშვნელობის პოლიტიკური ერთეულების შთანთქმით“.<sup>8</sup> ეკონომიკური პროექტი „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“-ის იდეა ენერგოექსპანსიის შესანიშნავი საშუალებაა, რომელიც მმართველ წრეებში 2018 წელს გაჩნდა.<sup>9</sup> ამ პროექტის დომინანტი ქვეყნები არიან რუსეთი და გერმანია. „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“-ის სიგრძე მსგავსად „ჩრდილოეთის ნაკადისა“ 1230 კილომეტრია და მისი მეშვეობით რუსეთიდან პირდაპირ უწყვეტად მიეწოდება ექსპორტზე გაზი გერმანიას, ბალტიის ზღვის საშუალებით. გაზსადენების კონსტრუქცია და მარშრუტი იდენტურია და სწორედ ამიტომ „ტყუპ გაზსადენს“-აც უწოდებენ. წყალქვეშა გაზსადენი რუსეთის აღმოსავლეთიდან, ბალტიის ზღვის გასწვრივ, შვედეთის, ფინეთისა და დანიის წყლების გავლით გერმანიის სანაპიროს უერთდება. პროექტისათვის საჭირო მასალების, წარმოება 2016 წელს გერმანიაში დაიწყო, ხოლო მოგვიანებით 2018 წლის სექტემბერში პირველად განხორციელდა მათი კონსტრუქციაში ეტაპობრივი მოყვანა. აღსანიშნავია, რომ „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“-ის მშენებლობა დასრულებული არაა და კვლავაც გრძელდება. პროექტი შეფასებულია 11 მილიარდ დოლარად, რომლის 50 %-საც რუსული კომპანია „გაზპრომი“ იხდის და იგი ერთადერთი აქციონერია, ხოლო პროექტის 50 % ფინანსდება ევროპული კომპანიებისაგან, ესენია: „Wintershall“ და „Uniper“ (გერმანული), „Royal Dutch Shell“ (ჰოლანდია), „Engie“ (საფრანგეთი) და „OMV“ (ავსტრია). როგორც ვხედავთ, თავის მხრივ დაინტერესებულ სახელმწიფოებს წარმოადგენს რუსეთი და გერმანია, ხოლო დაპირისპირებული მხარეა ევროგაერთიანების სახელმწიფოთა ნაწილი და ამერიკის შეერთებული შტატები, ისინი ევროკავშირის ენერგოურთიერთობების რუსეთთან გაღრმავების ეწინააღმდეგეებიან, რაც

<sup>4</sup> ი. ვეტენგელი, „Germany’s energy consumption and power mix in charts“, *CLEW*, 2020 წლის 21 დეკემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.cleanenergywire.org/factsheets/germanys-energy-consumption-and-power-mix-charts> [უ. გ. 17.03.2021].

<sup>5</sup> „GAZPROM“ Official Web Page, „Germany-The biggest foreign buyer of Russian gas“, GAZPROM, Available: <https://www.gazprom.com/projects/germany/> [უ. გ. 17.03.2021].

<sup>6</sup> იხ სქოლიო 4.

<sup>7</sup> J. Wettengel, „Gas pipeline Nord Stream 2 links Germany to Russia, but splits Europe“, *CLEW*, 2021 February 19, Available: <https://www.cleanenergywire.org/factsheets/gas-pipeline-nord-stream-2-links-germany-russia-splits-europe> [უ. გ. 17.03.2021].

<sup>8</sup> ნ. ჩიტაძე, „გეოპოლიტიკა“, უნივერსალის გამოცემა, 2011. გვ. 113.

<sup>9</sup> „GAZPROM“-ის ოფიციალური ვებ-გვერდი, „Germany-The biggest foreign buyer of Russian gas“, GAZPROM, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.gazprom.com/projects/germany/> [უ. გ. 17.03.2021].

ახსენება იმით, რომ მათი თვალსაწიერით გარდაული გახდება რუსეთის ენერგოპოსტულატური მდგომარეობის ზრდა საერთაშორისო პოლიტიკურ არენაზე.<sup>10</sup>

## 2. როგორ იყენებს რუსეთი ენერგეტიკულ რესურსს პოლიტიკური დომინანტობისათვის

რუსეთის გეოპოლიტიკური და სტრატეგიული მდებარეობის მნიშვნელობა ენერგორესურსებით მდიდარი ტერიტორიაა და იმპერიალისტური მისწრაფებების მოცემულობა, რომელიც საგარეო პოლიტიკის ფორმირებაზე ისახება. რუსეთი მსოფლიო პოლიტიკურ არენაზე ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სუბიექტია, რომელიც მარეგულირებელი სახელწიფოს როლს თამაშობს, ამიტომაც ისეთ უძლიერეს სახელმწიფოებს, როგორცაა გერმანია, საფრანგეთი, ინგლისი საუკუნეების განმავლობაში უწევდათ პოლიტიკურ-ეკონომიკურ დათმობებზე წასვლა, რომლის მრავალი ფაქტიც გაგვაჩნია მსოფლიო ისტორიის ფურცლებზე. საბოლოოდ კი ერთი შეხედვით ანგარიშგასაწევი რუსეთის ძალა შეღავათების ამ ფორმატით ინარჩუნებს პრესტიჟის იერარქიაში დომინანტურ მდგომარეობას. და მაინც, როგორია თანამედროვე პერიოდში რუსეთის პოლიტიკურ-ეკონომიკური და გეოსტრატეგიული მნიშვნელობა? ისევ გააჩნია უწინდელი სიძლიერე თუ კარგავს მის ხელში არსებულ სადავეებს? ეს არის ქვეყანა, რომელიც ყოველთვის შეძლებს თავისი სტრატეგიული დომინანტობის შენარჩუნებას, რადგანაც მიმართავს ექსპანსიური, დიპლომატიური თუ სამხედრო ქმედებების ნებისმიერ ფორმატს იმ სახელმწიფოებისა თუ ორგანიზაციების წინააღმდეგ, რომელიც მას გადაელობება პოლიტიკურ ასპარეზზე. რუსეთი ერთ-ერთ ასეთ მოწინააღმდეგედ ევროკავშირს აღიქვამს და თანამედროვე პერიოდში მის მორიგ იდეოლოგიას წარმოადგენს შეიტანოს გაერთიანებაში პოლიტიკურ-ეკონომიკური დისბალანსი იმ ენერგორესურსით, რომელსაც იგი გეოსტრატეგიულ ეკონომიკაში მანიპულაციის საშუალებად იყენებს. ეს არცთუ ისე ადვილად განსახორციელებელი პოლიტიკური გზაა, რადგანაც ევროკავშირს მხარს უჭერს მსოფლიოს უძლიერესი სახელმწიფო, ამერიკის შეერთებული შტატები. ამ ქვეყნის პოლიტიკური დამოკიდებულება „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“-ის კონსტრუქტორისა და რუსეთის ფედერაციის წინააღმდეგ დაკისრებულ სანქციებშიც ნათლადაა გამოხატული, რადგანაც პროექტი „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“ ენერგეტიკული ექსპანსიის პოლიტიკის ერთ-ერთი უდიდესი ნიშია.<sup>11</sup> გერმანიის სწრაფვა ქვეყნის ეროვნული ინტერესების გამოვლინებაა, ის იძულებულია მიიღოს რუსეთის ფედერაციიდან „იაფფისიანი გაზი“ მიუხედავად ამ ქვეყანასთან ენერგეტიკულ ურთიერთობებში „მწარე“ გამოცდილებებისა. იგულისხმება გაზის მიწოდების შეწყვეტის ფაქტები, რომლებიდანაც გამორჩეულია 2009 წელს, ზამთრის პერიოდში, უკრაინისათვის გაზის მიწოდების შეწყვეტა, რამაც 13 დღიანი ენერგოკოლაფსი გამოიწვია ევროკავშირის 16 წევრი სახელმწიფოსათვის.<sup>12</sup> კრემლის მხრიდან დაბალ ფასად მიწოდებული გაზი ევროპისათვის მისაღებია, რაც რუსეთის ეკონომ-ენერგო პოსტულატურ მდგომარეობას და მის ბერკეტებს კიდევ უფრო გაამყარებს საერთაშორისო არენაზე. წარმატების შემთხვევაში, რუსეთი ყოველგვარი სამხედრო დაპირისპირების გარეშე, თავისი ქვეყნის

<sup>10</sup> A. Alania, „German-Russian Relations Examination on Case Study of “Nord Stream 2” Project”, Journal of Young Researchers, 2017 July, Available: <http://jyr.tsu.ge/index.php/Hoome/ebaut/ge/2/5> [უ.გ. 17.03.2021].

<sup>11</sup> D. Elijah, „TOPIC PAGE: Nord Stream 2“, ICIS, 2021 March 5, <https://www.icis.com/explore/resources/news/2020/11/20/10463483/topic-page-nord-stream-2#:~:text=Nord%20Stream%20to%20launch,Angela%20Merkel%20on%2011%20January> [უ.გ. 17.03.2021].

<sup>12</sup> “NBC News”-ის ოფიციალური ვებ-გვერდი, „Europeans shiver as Russia cuts gas shipments”, NBC News, 2009 წლის 6 იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.nbcnews.com/id/wbna28515983> [უ. გ. 17.03.2021].

ენერგორესურსითა და „კომერციული დიპლომატიით“ შეძლებს დაიბრუნოს ზესტატუსი, რომლითაც გააძლიერებს ექსპანსიური მისწრაფებების რეალიზაციის პროცესს.<sup>13</sup>

## დასკვნა

თანამედროვე მსოფლიოში ენერგორესურსის მნიშვნელობა უმაღლეს ნიშნულზეა. განვითარებული და განვითარებადი ქვეყნები ცდილობენ ენერგეტიკული ბაზრების დივერსიფიკაციას და გამონაკლისი არც გერმანიაა. შემთხვევა საინტერესო იმითაა, რომ გერმანია ენერგოთანამშრომლობას აღრმავებს კრემლთან, რომელიც ისტორიულად რამოდენიმეჯერ მისი მოსისხლე მტერი იყო. რუსეთის პოლიტიკური ზრახვები მსოფლიოსათვის ცნობადია, რაც გამოიხატება მის საგარეო პოლიტიკაში. „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“-ი რუსეთის მხრიდან რეალური გამოვლინებაა საკუთარი ქვეყნის ენერგორესურსის მიზნობრივად პოლიტიზირების, რათა უფრო მეტად დამოკიდებული გახადოს მასზე ევროპა. თავის მხრივ ამ პროცესს შესანიშნავად აღიქვამენ ამერიკის შეერთებული შტატები და ევროგაერთიანების გარკვეული სახელმწიფოები, რომლებიც თავიანთ დამოკიდებულებას პოლიტიკურ-ეკონომიკურ სანქციებში გამოხატავენ. მიუხედავად ყველაფრისა რუსეთი ახერხებს გარკვეული „სიკეთებით“ მოხიბლოს ევროკავშირის ისეთი მამოძრავებელი უდიდესი სახელმწიფოები, როგორცაა გერმანია და საფრანგეთი. „ჩრდილოეთის ნაკადი 2“ ცალსახად ზრდის რუსეთის გავლენის მასშტაბს ევროკავშირზე, რაც გარკვეული კუთხით საფრთხეს უქმნის დემოკრატიული მსოფლიოს სტაბილურობას. ამიტომაც უნდა გამოინახოს ეკონომიკური თანამშრომლობის ისეთი ფორმები, რომლებიც არ იქნება ტენდენციური და ზიანს ვერ მიაყენებს ევროპულ ინტეგრაციას. მნიშვნელოვანია ევროკავშირმა და ცალკეულმა სახელმწიფოებმა გაითვალისწინონ პარტნიორი ქვეყნების საგარეო პოლიტიკური კურსი, პრაქტიკა, მათი ზრახვები და მისწრაფებები.

<sup>13</sup> იქვე.

### ბიბლიოგრაფია

1. კაი-ოლაფ ლანგი, კირსტენ ვესტფალი, „Nord Stream 2 – A Political and Economic Contextualisation“, Stiftung Wissenschaft und Politik, 2017 წლის მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/research\\_papers/2017RP03\\_lng\\_wep.pdf](https://www.swp-berlin.org/fileadmin/contents/products/research_papers/2017RP03_lng_wep.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03.2021];
2. რემ კორტევეგი, „Energy as a tool of foreign policy of authoritarian states, in particular Russia“, *European Union*, 2018 წლის 27 აპრილი, ხელმისაწვდომია აქ: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/603868/EXPO\\_STU\(2018\)603868\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/603868/EXPO_STU(2018)603868_EN.pdf) [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03. 2021];
3. დაიანე ელაია, „TOPIC PAGE: Nord Stream 2“, *ICIS*, 2021 წლის 5 მარტი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.icis.com/explore/resources/news/2020/11/20/10463483/topic-page-nord-stream-2#:~:text=Nord%20Stream%20to%20launch,Angela%20Merkel%20on%202011%20January> [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03.2021];
4. იულიან ვეტენგელი, „Gas pipeline Nord Stream 2 links Germany to Russia, but splits Europe“, *CLEW*, 2021 წლის 19 თებერვალი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.cleanenergywire.org/factsheets/gas-pipeline-nord-stream-2-links-germany-russia-splits-europe> [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03.2021];
5. ანა ალანია, „გერმანულ-რუსული ურთიერთობების განხილვა „ჩრდილოეთის ნაკადი 2-ის“ პროექტის შესწავლის საფუძველზე“, ახალგაზრდა მკვლევართა ჟურნალი, 2017 წლის ივლისი, ხელმისაწვდომია აქ: <http://jyr.tsu.ge/index.php/Hoome/ebaut/ge/2/5> [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03.2021];
6. „GAZPROM“-ის ოფიციალური ვებ-გვერდი, „Germany-The biggest foreign buyer of Russian gas“, GAZPROM, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.gazprom.com/projects/germany/> [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03.2021];
7. იულიან ვეტენგელი, „Germany’s energy consumption and power mix in charts“, *CLEW*, 2020 წლის 21 დეკემბერი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.cleanenergywire.org/factsheets/germanys-energy-consumption-and-power-mix-charts> [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03.2021];
8. ანდრეას გოლდთაუ, „Assessing Nord Stream 2: regulation, geopolitics & energy security in the EU, Central Eastern Europe & the UK“, *EUCERS*, 2016 წლის ივლისი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.asktheeu.org/en/request/7115/response/23365/attach/2/Goldthau%20July%202016.pdf> [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03.2021];
9. “NBC News”-ის ოფიციალური ვებ-გვერდი, „Europeans shiver as Russia cuts gas shipments“, *NBC News*, 2009 წლის 6 იანვარი, ხელმისაწვდომია აქ: <https://www.nbcnews.com/id/wbna28515983> [უკანასკნელად გადამოწმდა 17.03.2021];
10. ნიკა ჩიტაძე, „გეოპოლიტიკა“, უნივერსალის გამოცემა, 2011.

ISSN 2667 9892  
ჟიკ (udc) 001.5 ბ 75

