

## მოსაზრება საბაკალავრო პროგრამა „მასობრივი კომუნიკაციის“ შესახებ

მართვისა და კომუნიკაციის საერთაშორისო სასწავლო უნივერსიტეტ ალტერბრიჯის საბაკალავრო პროგრამა მასობრივი კომუნიკაცია **პირველი რიგის მიზნად** ისახავს „*მასობრივი კომუნიკაციის ძირითადი მიმართულებების, პრინციპებისა და ფუნქციების და სპეციფიკის აკადემიური ცოდნის მქონე“ კურსდამთავრებულის მომზადებას*“. **კურსდამთავრებულების დასაქმების სფეროდ მითითებულია** „*ბეჭდური მედია, რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტმედია; საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური; პრესცენტრი; საინფორმაციო და სარეკლამო სააგენტოები; მარკეტინგული კომპანიები; მედიისა და კომუნიკაციის სფეროში მომუშავე ადგილობრივი და საერთაშორისო ორგანიზაციები; საჯარო დაწესებულებების, კერძო და არასამთავრობო ორგანიზაციების სტრატეგიული კომუნიკაციის სამსახური*“.

პროგრამაში ჩამოყალიბებულია ხუთი მიზანი და სწავლის რვა შედეგი.

### 1. მიზნები და სწავლის შედეგები

მიზნებსა და სწავლის შედეგებში აქცენტირებულია მხოლოდ მედიაპროდუქტის შექმნა, რაც უპირატესად რეპორტიორებისა და ჟურნალისტების პროფესიული კომპეტენციაა. თუმცა, აღნიშნულ საბაკალავრო პროგრამას მხოლოდ ჟურნალისტებისა და რეპორტიორების მომზადების მიზანი არ აქვს, სილაბუსებისა და სასწავლო კურსების შინაარსის დეტალურად გაცნობის შემდეგ ცხადი ხდება, რომ პროგრამაში ჩართული სტუდენტები იმავე ინტენსივობით ეუფლებიან საგნებს, რომელთა გავლის შემდეგ მათ გამოუმუშავდებათ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტებისათვის საჭირო კომპეტენციები<sup>1</sup>. თუმცა, პროგრამის მიზნებსა და სწავლის შედეგებში მკაფიოდ არ არის ასახული საზოგადოებასთან ურთიერთობის ფაქტორი. ვინაიდან ძირითადი სასწავლო სფეროს სავალდებულო სასწავლო კურსების მნიშვნელოვანი ნაწილი, სწორედაც რომ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს უკავშირდება, ჩვენი აზრით, სწავლის შედეგებში უნდა იყოს ასახული, რომ კურსდამთავრებულს შეუძლია **საზოგადოებასთან ურთიერთობის კამპანიის დაგეგმვა და განხორციელებაში მონაწილეობა, პროდუქციისა და მომსახურების პოზიციონირება, საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა...**

აღნიშნული მოსაზრების დამატებით არგუმენტად გამოდგება ის გარემოებაც, რომ უმაღლესი სასწავლებლთან აფილირებული და პროგრამაში ჩართული აკადემიური პერსონალის გუნდის ძირითადი ნაწილის, მათ შორის პროგრამის ორივე ხელმძღვანელის, პროფესიული გამოცდილება სწორედ საზოგადოებასთან ურთიერთობას უკავშირდება.

---

1 სავალდებულო საგნების ჩამონათვალში შედის შვიდი ისეთი საგანი (ჯამურად 52 კრედიტი), რომლის წარმატებულად დასრულების შემდეგ კურსდამთავრებულს უნდა შეეძლოს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში მუშაობა. ეს საგნებია: კომუნიკაციის საფუძვლები (5 ECTS), აუდიო-ვიზუალური აღქმის საფუძვლები (5 ECTS) მასკომუნიკაციის თეორია (6 ECTS), კრეატიული კომუნიკაცია (5 ECTS), საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლები (4 ECTS), საჯარო გამოსვლის ხელოვნება (5 ECTS), სოციალური კვლევის მეთოდები (4), ქოფირაითინგი (4 ECTS), ციფრული მედია და კომუნიკაცია (5 ECTS), მასებთან კომუნიკაციის ფსიქოლოგია (5 ECTS), რეკლამა (4 ECTS)

## 2. პროგრამის სტრუქტურა

პროგრამის შინაარსის ანალიზისას ცხადი ხდება, რომ თანაბარი აქცენტით ისწავლება, როგორც ჟურნალისტიკის (მედიაპროდუქტის შექმნაზე ორიენტირებული<sup>1</sup>) საგნები, ისე - ზოგადად მასობრივი კომუნიკაციის საგნები. ორივე მიმართულება სავალდებულოა. გარდა ამისა, სავალდებულო ხასიათი აქვს ისეთ ფართო სპექტრის საგნებს, როგორცაა - ამბის თხრობის ხელოვნება (რომელიც, ჩემი აზრით, დრამატურგიის საფუძვლებია), კინოდოკუმენტალისტიკა. დაბოლოს, სავალდებულო საგნებია ე.წ. ტრანსფერული უნარების განმავითარებელი საგნები - ინფორმაციული ტექნოლოგიები, აკადემიური წერა და კეთილსინდისიერება, ეფექტიანი წარდგენის ტექნიკა, ინგლისური ენა და სხვა უცხო ენები. საგნების ეს უკანასკნელი ჯგუფი აუცილებლად სავალდებულო უნდა იყოს (გარდა საგნისა ეფექტიანი წარდგენის ტექნიკა), თუმცა ამ საგნებს მიაქვთ თავისუფალი კომპონენტის 62 კრედიტიდან 42 კრედიტი, რაც ზედმეტად დიდი წილია.

სასწავლო პროგრამის სტრუქტურის ასეთი თავისებურების შედეგი ისა, რომ 240 კრედიტიდან სავალდებულოა 198 კრედიტი - ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო სასწავლო კურსები - 156 ECTS და თავისუფალი კომპონენტის სავალდებულო სასწავლო კურსები - 42 ECTS. არჩევითი საგნებისათვის რჩება მცირე ადგილი, მხოლოდ 42 კრედიტი (22 კრედიტი ძირითადი სწავლის სფეროს არჩევითი სასწავლო კურსები და 20 კრედიტი თავისუფალი კომპონენტის არჩევითი სასწავლო კურსები).

ჩვენი აზრით, პროგრამის სტრუქტურაში სავალდებულო საგნების წილი უნდა შემცირდეს და გაიზარდოს როგორც ძირითადი სწავლის სფეროს არჩევითი საგნების წილი, ისე - თავისუფალი კომპონენტის არჩევითი საგნების წილი.

## 3. პროგრამის შინაარსი / საგნების სილაბუსების მიმოხილვა

პროგრამაში 70 სილაბუსზე მეტია, ჩვენ მიმოვიხილეთ ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო და არჩევითი საგნების სილაბუსები. თავისუფალი კომპონენტის სავალდებულო და არჩევითი საგნების სილაბუსები საფუძვლიანად არ შეგვისწავლია, რადგან ამ კომპონენტში მოცემულია ისეთი ტრანსფერული უნარის განმავითარებელი საგნები, როგორცაა „აკადემიური წერა და კეთილსინდისიერება“, „ინფორმაციული ტექნოლოგიები“, რაც თითქმის ყველა საბაკალავრო პროგრამაში ისწავლება.

სილაბუსების მიმოხილვის შედეგად რამდენიმე მიმართულება გამოიკვეთა.

---

<sup>1</sup> ფოტოჟურნალისტიკა (5 ECTS), ახალი ამბების ჟურნალისტიკა (5 ECTS), ბექდური მედია (5 ECTS), ანალიტიკური ჟურნალისტიკა (6 ECTS), მედიასამართალი (5 ECTS), მულტიმედია ტექნოლოგიები (4 ECTS), რადიოჟურნალისტიკა (5 ECTS), ტელეჟურნალისტიკა (5 ECTS), მედიაპროდიუსინგი (4 ECTS). სულ 44 კრედიტი

### 3.1. საგნების სტატუსების შეცვლა

წარმოდგენილი საბაკალავრო პროგრამა ფოკუსირებულია როგორც ჟურნალისტებისა და რეპორტიორების, ისე - საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტების მომზადებაზე. ამ თავისებურებიდან გამომდინარე, ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო საგნების სიმრავლე ლოგიკურიც არის. თუმცა, ჩვენი აზრით, ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო საგნების ჯგუფში რამდენიმე ისეთი საგანია, რომელიც არ უნდა იყოს სავალდებულო და უნდა ისწავლებოდეს ძირითადი სწავლის სფეროს არჩევით საგნებში. ეს საგნებია:

**ფოტოჟურნალისტიკა** - აღნიშნული საგნის შედეგების ცოდნა არ არის სავალდებულო არც საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტისათვის და არც - ჟურნალისტისათვის;

**ბეჭდური მედია** - აღნიშნული საგანი „სავალდებულო“ სტატუსით უპირატესად გვხვდება ისეთ საბაკალავრო პროგრამებში, რომლებიც მხოლოდ ჟურნალისტისა და რეპორტიორის მომზადებაზეა ორიენტირებული;

**ამბის თხრობის ხელოვნება** - საგნის ძირითადი მიზანია სიუჟეტური ხაზის აგება და დრამატურგიის საბაზისო ხერხების სწავლება<sup>1</sup>. ჟურნალისტებისათვის საჭირო ე.წ. სთორითელინგი ისწავლება პროგრამაში წარმოდგენილი ჟურნალისტური ჯგუფის ბევრ საგანში - ახალ ამბებში, ანალიტიკურ ჟურნალისტიკაში, ბეჭდურ მედიაში, ტელე და რადიო ჟურნალისტიკაში, მულტიმედიურ ჟურნალისტიკაში. ამდენად, „ამბის თხრობის ხელოვნება“ არ უნდა იყოს სავალდებულო საგანი;

**კინოდოკუმენტალისტიკა** - სილაბუსის მიხედვით, საგნის მიზანია „სტუდენტებს შეასწავლოს ტელე-დოკუმენტალისტიკის თავისებურებები და სატელევიზიო ფილმების სცენარზე მუშაობის ტექნოლოგია, ასევე დოკუმენტურ კინოსა და ტელეფილმების თავისებურებები – განსხვავება მათ შორის და სტილური ნიშნები, ასევე დოკუმენტური ფილმის მომზადების სპეციფიკა“. სატელევიზიო და საავტორო კინოდოკუმენტალისტიკა, ბუნებრივია, მასობრივი კომუნიკაციის ერთ-ერთი სახეა, თუმცა ვინაიდან წარმოდგენილი საბაკალავრო პროგრამა ფოკუსირებულია ჟურნალისტებისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტების მომზადებაზე, არ არის საჭირო კინოდოკუმენტალისტიკა ისწავლებოდეს სავალდებულო საგნად;

**მედია პროდიუსინგი** - საგნის მიზანია როგორც ტრადიციული მედიაორგანიზაციების, ისე ონლაინ მედიაორგანიზაციების რედაქციების მართვის საფუძვლების სწავლება. „ბეჭდური მედიის“ მსგავსად, ამ შემთხვევაშიც ვფიქრობთ, რომ ვინაიდან პროგრამა არ ამზადებს მხოლოდ ჟურნალისტებს/რეპორტიორებს, აღნიშნული საგანი არ უნდა იყოს სავალდებულო. სტუდენტების იმ ნაწილს, ვინც მე-7 სემესტრისათვის საკუთარ თავს უფრო აქტიურ რეპორტიორულ საქმიანობასთან დააკავშირებს, საშუალება ექნებათ, ეს საგანი აირჩიონ. ხოლო სტუდენტთა იმ ნაწილისათვის, ვინც სამომავლო პროფესიად უფრო საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს მოიაზრებს, არ დასჭირდებათ მედიაპროდიუსინგის (რედაქციის მართვისა და მედიაორგანიზაციის საინფორმაციო ბადის დაგეგმვის) ცოდნა.

<sup>1</sup> ამონარიდი სილაბუსიდან: „კურსის მიზანია სტუდენტებს გააცნოს ამბის თხრობის ტექნიკა, შეასწავლოს მთავარი გმირის გამოვლენა და მისი შექმნა. მეორეხარისხოვანი და მესამეხარისხოვანი გმირების ხასიათების ჩამოყალიბება, კონფლიქტის დაბადების, განვითარების და კულმინაციის მიღწევა“.

**მედია მონიტორინგი** - უნდა ისწავლებოდეს არჩევით საგნად და მას ზედა საგნისგან განსხვავებით ის სტუდენტები აირჩევენ, ვინც საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს უკავშირებს პროფესიულ მომავალს.

**საგნების „სავალდებულოდან“ „არჩევითად“ გადატანის პარალელურად გვაქვს მოსაზრება იმის შესახებ, თუ რომელი საგნები უნდა დაემატოს ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო საგანთა ჯგუფს.**

**მედიის კვლევის მეთოდები** - უნდა იყოს ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო საგანი. მით უფრო, რომ პროგრამის მიხედვით სავალდებულოა საბაკალავრო ნაშრომის შესრულება. მართალია, სავალდებულო საგნად ისწავლება „სოციალური კვლევის მეთოდებიც“, მაგრამ კომუნიკაციის ბაკალავრისათვის მედიის კვლევა უფრო ვიწრო და თემატური მიმართულებაა, გარდა ამისა, მედიამონიტორინგი (რომელიც ახლა სავალდებულო საგნებშია) მედიის კვლევის მეთოდების ერთ-ერთი მარტივი სახეობაა. ამდენად, მედიამონიტორინგი ძირითადი სწავლის სფეროს არჩევით საგანთა ჯგუფში უნდა იყოს, ხოლო მედიის კვლევის მეთოდები - ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო საგანთა ჯგუფში. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, სტუდენტი უნდა იცნობდეს მედიის კვლევის სხვადასხვა მეთოდს. თუკი სტუდენტი კონკრეტულად მედიამონიტორინგის გაღრმავებულად სწავლას მოისურვებს, მაშინ შეეძლება არჩევით საგნად აიღოს;

**ქართული ენა** - მიუხედავად იმისა, რომ სავალდებულო კურსების რაოდენობა დიდია, ჩემი აზრით, აუცილებელია ამ კომპონენტში ჩაისვას ისეთი საგანი, როგორცაა ქართული ენა, რადგან ქართული მედიის ერთ-ერთი უდიდესი გამოწვევა ქართულ ენაზე გამართული წერაა; ქართული ენის საფუძვლიანი ცოდნა სახელმწიფო და კერძო სტრუქტურების სტრატეგიული კომუნიკაციების სპეციალისტებსაც სჭირდებათ - პრესრელიზების და სხვადასხვა სახის გამოყენებითი კვლევების შესაქმნელად;

**პროფესიული ინგლისური** - აღნიშნული საგანი, მინიმუმ, ორი სემესტრი მაინც უნდა ისწავლებოდეს, რადგან დარგისათვის საჭირო ლექსიკის დაუფლება ერთ სემესტრში რთულია.

### 3.2. სილაბუსებში აღმოჩენილი თემატური გადაფარვები და სხვა ტექნიკური საკითხები

- რამდენიმე საგანის სილაბუსში შეგვხვდა თემების გადაფარვა

„მედიაპროდიუსინგში“ მე-4<sup>1</sup> და მე-5<sup>2</sup> თემები იმეორებს პირველი დონის სასწავლო კურსის „ახალი ამბების ჟურნალისტიკის“ (ისწავლება მესამე სემესტრში) და „ტელეჟურნალისტიკის“ (ისწავლება მე-6 სემესტრში) თემებს. ამბის წერის შესახებ რამდენიმე სალექციო თემაა, აგრეთვე საგანში „მულტიმედია ტექნოლოგიები“.

თავისუფალი კომპონენტის სავალდებულო საგანი - ეფექტიანი წარდგენის ტექნიკის - მიზანია „სტუდენტს გააცნოს წარდგენის ხერხები და საშუალებები. შეასწავლოს ინფორმაციის ეფექტურად გადმოცემის სტილი და მანერა, გამოუმუშავოს ზეპირი და წერილი კომუნიკაციის უნარები მიღებული ცოდნის პრაქტიკაში რეალიზებისთვის, გაუმყაროს არგუმენტირებული მსჯელობისა და სათქმელის ლაკონურად ჩამოყალიბების უნარი“. ეს მიზანი მიიღწევა სხვადასხვა სავალდებულო საგნებიდანაც: მეტყველება, საჯარო გამოსვლის ხელოვნება, ინფორმაციული ტექნოლოგიები, მულტიმედია ტექნოლოგიები, მასებთან ურთიერთობის ფსიქოლოგია. ამდენად, ჩვენი აზრით, ეს საგანი სავალდებულო არ უნდა იყოს და არ უნდა მიჰქონდეს თავისუფალი კომპონენტის კრედიტები.

ჟურნალისტურ ეთიკასთან დაკავშირებული თემები მეორდება ისეთ საგნებში, როგორიცაა „შესავალი ჟურნალისტიკასა და მასკომუნიკაციაში“, „პროფესიული ეთიკა“, „ციფრული მედიაწიგნიერება“.

- საგნების სათაურები

სასწავლო გეგმის თანახმად სწავლების პირველი სემესტრში ისწავლება ორი სავალდებულო საგანი - „კომუნიკაციის საფუძვლები“ და „შესავალი ჟურნალისტიკასა და მასობრივი კომუნიკაციაში“. სათაურიდან გამომდინარე გვექონდა მოლოდინი, რომ ეს ორი საგანი ნაწილობრივ გადაფარავდა ერთმანეთს. თუმცა, აღმოჩნდა, რომ „კომუნიკაციის საფუძვლებში“ მკვეთრი აქცენტია გაკეთებული სოციალურ ფსიქოლოგიაზე, მიზნები, შედეგები და სასწავლო ლიტერატურაც ძირითადად უკავშირდება სოციალურ ფსიქოლოგიას. ამდენად, მიზანშეწინლად მიგვაჩნია, რომ „კომუნიკაციის საფუძვლებს“ შეეცვალოს დასახელება, შესაძლებელია დაერქვას შესავალი სოციალურ ფსიქოლოგიაში, ანდა კომუნიკაციის ფსიქოლოგია.

სასურველია საგანს „ამბის თხრობის ხელოვნება“ დაერქვას „დრამატურგიის საფუძვლები“.

მხოლოდ ენობრივი თვალსაზრისით განპირობებული მოსაზრებაა, რომ „მედია პროდიუსინგს“ დაერქვას „რედაქციის მართვა“.

<sup>1</sup> ლექცია: ინფორმაციის მოძიება/რესერჩი, წყაროების მოძიება/მითითება - რატომ არის მნიშვნელოვანი ფაქტების გადამოწმება? (1 სთ.)

<sup>2</sup> ლექცია: ნიუსის პროდიუსინგი - როგორ ვქმნით ახალ ამბავს? პირდაპირი ეთერების პროდიუსინგი (2 სთ.)

„მასკომუნიკაციის თეორიას“ უნდა ერქვას „მასკომუნიკაციის თეორიები“, რადგან საგანი არა ერთ, არამედ მასკომუნიკაციის რამდენიმე თეორიას ასწავლის.

- პრერეკვიზიტები

„კომუნიკაციის თეორიებს“ პრერეკვიზიტად უნდა ჰქონდეს „ჟურნალისტიკისა და მასობრივი კომუნიკაციის შესავალი“;

„ციფრულ მედიაწიგნიერებას“ – „პროფესიული ეთიკა“;

„ქოფირაითინგი“ უნდა ისწავლებოდეს საგან „რეკლამის“ შემდეგ (ახლა პირიქითაა) და მისი პრერეკვიზიტი უნდა იყოს „რეკლამა“;

„მასებთან კომუნიკაციის ფსიქოლოგიას“ პრერეკვიზიტად უნდა ჰქონდეს საგანი, რომელსაც ახლა ჰქვია „კომუნიკაციის საფუძვლები“ და რომელიც, ჩვენი აზრით, „სოციალური ფსიქოლოგიის შესავალი“.

- მოსაზრება პროფესიული პრაქტიკის სილაბუსთან დაკავშირებით

პრაქტიკის სილაბუსში მითითებული უნდა იყოს, რომ პრაქტიკის განხორციელების ადგილებია არამხოლოდ მედიასაშუალებები, არამედ - კერძო და სახელმწიფო სტრუქტურების საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურები.

## 4. ადამიანური და მატერიალური რესურსები

### 4.1. ადამიანური რესურსი

პროგრამაში ჩართულია 37 ადამიანი, 18 პროფესორი (აქედან 11 აფილირებული) და 19 - მოწვეული პედაგოგი. აკადემიური პერსონალის აბსოლუტურ უმრავლესობას აქვს დოქტორის ხარისხი ან - სოციალურ მეცნიერებებში, ან - მასობრივ კომუნიკაციაში, ან - მედიამენეჯმენტში, ანდა - ჟურნალისტიკაში. იმ რამდენიმე ადამიანს კი, ვისაც სხვა სფეროში აქვს დოქტორის<sup>1</sup>, ან მაგისტრის ხარისხი, რენომეს მიხედვით მრავალწლიანი რელევანტური პროფესიული გამოცდილება გააჩნიათ, ანდა არიან - დარგში სამეცნიერო და სხვა სახის პუბლიკაციების ავტორები. აღსანიშნია ისიც, რომ მასობრივი კომუნიკაცია ფართო და ინტერდისციპლინური სფეროა, ამდენად ამ კვალიფიკაციის მიმნიჭებელ პროგრამაში დარგისა და მომიჯნავე დარგების (საჯარო ადმინისტრირება, განათლება) დოქტორებისა და მაგისტრების ჩართვა, ჩვენი აზრით, ბუნებრივია.

უფრო გულდასმით შევისწავლეთ პროგრამაში ჩართული იმ აფილირებული პროფესორების პროფესიული ბიოგრაფია, რომლებიც დაკავშირებულები არიან პროგრამით მისანიჭებელ კვალიფიკაციასთან - მასობრივ კომუნიკაციასთან და რის გამოც პროგრამის განვითარებაში მათ მნიშვნელოვანი როლი ენიჭებათ.

1. აფილირებული პროფესორი ვაჟა დანელია - მაგისტრთან გათანაბრებული ხარისხით რუსული ენა-ლიტერატურისა და ქართული ენა-ლიტერატურის მასწავლებელი. 2020

---

<sup>1</sup> ქეთევან ცაცანაშვილი - საჯარო მმართველობის დოქტორი, ნინო წითაღანაძე - დოქტორის ხარისხი ხელოვნების მენეჯმენტში, რუსუდან სტრელკოვა - საზოგადოებრივ მეცნიერებათა დოქტორი.

წელს დაასრულა საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის დოქტორანტურა და მიიღო სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორის აკადემიური ხარისხი მასობრივ კომუნიკაციაში. ბოლო ათ წელიწადში გამოქვეყნებული სამეცნიერო ნაშრომების თემატიკა არის სპორტული ჟურნალისტიკა და სპორტის გაშუქებასთან დაკავშირებული ტერმინოლოგია, ანუ სპორტი და კომუნიკაცია.

**დასკვნა:** დოქტორის ხარისხით, სამეცნიერო სტატიებით, პრაქტიკული ჟურნალისტური და პედაგოგიური საქმიანობით შეესაბამება დარგს.

2. **აფილირებული ასოცირებული პროფესორი ალექსანდრე გაბუნია - 2005 წელს დაასრულა** სასწავლო სატელევიზიო ცენტრის მედიისა და ტელეხელოვნების კოლეჯი, ტელეჟურნალისტიკის მიმართულებით (პროფესიული განათლება), არის აუდიო-ვიზუალური ხელოვნების ბაკალავრი (თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი), სამაგისტრო ხარისხი მოიპოვებული აქვს ჰუმანიტარულ მეცნიერებებში<sup>1</sup> (საბუნია). მისი სამაგისტრო შრომა ეხებოდა ვიზუალურ ხელოვნებას, კერძოდ იკონოგრაფიას, რაც უდავოდ მისი საბაკალავრო ხარისხისას მინიჭებული კვალიფიკაციის უფრო ვიწრო მიმართულებით განვითარებას ნიშნავს. მიუხედავად ამისა, სამაგისტრო შრომა ცხადჰყოფს, რომ ალექსანდრე გაბუნიას კვლევითი ინტერესები არ დაშორებულია ვიზუალური კომუნიკაციის სფეროს. იგი იკვლევდა თუ რა მნიშვნელობას ანიჭებდა ვიზუალურ აღქმას ანტიკური ფილოსოფია და ქრისტიანული ღვთისმეტყველება. გარდა ამისა, ალექსანდრე გაბუნიას პრაქტიკული საქმიანობა დაკავშირებულია მრავალ ტელევიზიასთან, აუდიო-ვიზუალური პროდუქციის მწარმოებელ სტუდიებთან. 2009 წელს მიღებული აქვს ნიუ-იორკის კინოაკადემიის ვორკშოფში მონაწილეობის დამადასტურებელი სერტიფიკატი. აქვს აუდიო-ვიზუალურ სფეროსთან დაკავშირებული საგნების სწავლების მრავალწლიანი გამოცდილება, როგორც ტელეხელოვნების კოლეჯში (ილიაუნი) და PR აკადემიაში, ასევე სხვადასხვა უმაღლეს სასწავლებლებში - ვარშავის მენეჯმენტის უნივერსიტეტი, ქართულ-ამერიკული უნივერსიტეტი, გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტი.
- დასკვნა:** პროფესიული სასწავლებლის კომპეტენციით, საბაკალავრო დიპლომით სრულად შეესაბამება დარგს. სამაგისტრო ნაშრომში სათაურით „ვიზუალური თეოლოგია“ იკვლევდა ანტიკური სამყაროსა და ქრისტიანული იკონოგრაფიის ვიზუალური კომუნიკაციის თავისებურებებს. აქვს ნიშნადობლივი პროფესიული, პედაგოგიური გამოცდილება და რამდენიმე სამეცნიერო ნაშრომი, რომელიც (სამაგისტრო შრომის თემის მსგავსად) ნაწილობრივ სწორედ ვიზუალურ კომუნიკაციის სფეროს ეძღვნება.

3. **აფილირებული ასისტენტ-პროფესორი თამთა ჯინჯოლავა** - არის სოციალური მეცნიერებების ბაკალავრი (სდასუ), მასობრივი კომუნიკაციის

---

<sup>1</sup> წარმოდგენილი პაკეტის საქაღალდე#2-ში („საგანმანათლებლო პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალის ჩამონათვალი“), ალექსანდრე გაბუნია მოხსენიებულია, როგორც **თეოლოგიის მაგისტრი**, რაც არ არის მისი ზუსტი აკადემიური კვალიფიკაცია. საქაღალდე #5-ში („აკადემიური, მოწვეული და სამეცნიერო პერსონალის კვალიფიკაციის დამადასტურებელი დოკუმენტაცია, CV-ები), ალექსანდრე გაბუნიას დოკუმენტებში, მასზე გაცემულ სამაგისტრო დიპლომში წერია, რომ მას მიენიჭა „ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა მაგისტრის“ ხარისხი თეოლოგიაში.

მაგისტრი მედიის კვლევებში (თსუ) და სოციალური მეცნიერებების დოქტორი მასობრივ კომუნიკაციაში (სტუ).

**დასკვნა:** სამეცნიერო სტატიებით (გარემოს დაცვა და კომუნიკაცია), კვალიფიკაციის ამამაღლებელი სხვადასხვა კურსებითა და სერტიფიკატებით, აგრეთვე განხორციელებული პროექტებით სრულად შეესაბამება დარგს.

4. **ავილირებული ასოცირებული პროფესორი მაკო ჯაოშვილი** - მაგისტრთან გათანაბრებული და სადოქტორო ხარისხებით ბიოლოგია. თუმცა, 2000 წლიდან იგი გადაერთო საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში. მისი სამეცნიერო აქტივობები (კონფერენციები და სამეცნიერო სტატიების თემატიკა), აგრეთვე განხორციელებული არაერთი პროექტი შეესატყვისება საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს. 2007 წლიდან მინიმუმ სამ უმაღლეს სასწავლებელში ასწავლიდა საზოგადოებასთან ურთიერთობას და მასთან დაკავშირებულ სხვა საგნებს, იყო პროფესიული პრაქტიკის ხელმძღვანელი. არის არაერთი სახელმწიფო და კერძო პროექტის ავტორი, რომლებიც საზოგადოებასთან ურთიერთობის კამპანიების დაგეგმვასა და განხორციელებას ისახავდა მიზნად. მომზადებული აქვს სტუდენტთა დამხმარე ელექტრონული ელექტრონული სახელმძღვანელო "ლონისძიების დაგეგმვა".

**დასკვნა:** პრაქტიკული, პედაგოგიური საქმიანობით, აგრეთვე - კვლევითი აქტივობებით (სამეცნიერო სტატიებითა და ელექტრონული წიგნით) შეესაბამება დარგს.

5. **ასოცირებული ავილირებული პროფესორი ნინო წითლანაძე** - 2008 წელს მიღებული აქვს სოციალურ მეცნიერებათა ბაკალავრის ხარისხი (თსუ), 2011 წელს მიღებული აქვს ჟურნალისტიკის მაგისტრის ხარისხი (თსუ), 2012-2013 წელს ერთწლიანი მაგისტრატურა აქვს გავლილი საფრანგეთში ევროპული მენეჯმენტის უმაღლეს სკოლაში, რომლის დასრულების შემდეგ მიენიჭა კვლევისა და მენეჯმენტის დოქტორის ხარისხი<sup>1</sup>. ნინო წითლანაძეს გავლილი აქვს მრავალი კვალიფიკაციის ამამაღლებელი კურსი პი არ-ისა და სტრატეგიული კომუნიკაციების (მათ შორის განსაკუთრებით კულტურის კომუნიკაცია და კრეატიული კომუნიკაციის კურსები ჭარბობს) მიმართულებით. მისი პრაქტიკული და პედაგოგიური საქმიანობა უკავშირდება ჟურნალისტიკას და საზოგადოებასთან ურთიერთობას. რამდენიმე სამეცნიერო სტატია და გამოყენებითი კვლევა, რომელშიც ნინო წითლანაძე მონაწილეობდა, უკავშირდება კულტურასა და კომუნიკაციას.

**დასკვნა:** ნინო წითლანაძე საბაკალავრო და სამაგისტრო აკადემიური ხარისხით, აგრეთვე პრაქტიკული გამოცდილებით შეესაბამება მასობრივი კომუნიკაციის სფეროს. სადოქტორო ხარისხი, მართალია, კვლევასა და მენეჯმენტში აქვს,

---

<sup>1</sup> რეზიუმეში (საქადაღდე#5), აგრეთვე „საგანმანათლებლო პროგრამის განმახორციელებელი პერსონალის ჩამონათვალში“ (საქადაღდე#2) ნინო წითლანაძის სადოქტორო ხარისხად მითითებულია „დოქტორის ხარისხი ხელოვნების მენეჯმენტში“. თუმცა მის დოქტორის დიოლოგში, ნოტარიულად დამოწმებულ თარგმანში წერია, რომ 2013 წელს მან მიიღო დოქტორის ხარისხი „კვლევისა და განვითარების მენეჯმენტში“



თუმცა ამ კვალიფიკაციას იგი მასობრივი კომუნიკაციის სფეროში მუშაობისას იყენებს. სამეცნიერო სტატიების თემატიკა სრულად შეესაბამება კულტურასა და კრეატიულ კომუნიკაციას.

6. **აფილირებულ ასოცირებულ პროფესორ ნათია გოცაძეს** - აქვს ჟურნალისტიკის ბაკალავრის აკადემიური ხარისხი (ჰუმანიტარულ-ტექნიკური ინსტიტუტი), მთარგმნელ-რეფერენტის (ინგლისური ენა) მაგისტრის აკადემიური ხარისხი (სტუ) და საჯარო მმართველობის დოქტორის აკადემიური ხარისხი (სტუ). 2004-2005 წლებში ნათია გოცაძე მუშაობდა ტელეკომპანია იბერიის ჟურნალისტად. 2005 წლიდან მისი საქმიანობა მთლიანად საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს დაუკავშირდა. იგი მუშაობდა როგორც კომერციული, ისე სახელმწიფო სტრუქტურების სტრატეგიული კომუნიკაციების განყოფილებებში. უძღვებოდა სხვადასხვა სახის პი არ კამპანიებს. პედაგოგიური გამოცდილება როგორც საზოგადოებასთან ურთიერთობის ტრენერმა დააგროვა შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტსა და პი არ აკადემიაში, 2015 წლიდან გადაინაცვლა უმაღლესი სასწავლებლებში: არის ვარშავის მენეჯმენტის უნივერსიტეტის ლიცენზირებული წარმომადგენელი და მიწვეული პროფესორი, 2018 წლიდან სასწავლო უმაღლესი სასწავლებელ ალტერბრიჯის ასოცირებული პროფესორი. 2014 წლიდან დღემდე საზოგადოებასთან ურთიერთობის თემატიკის ირგვლივ გამოქვეყნებული აქვს რვა სამეცნიერო სტატია. ნათია გოცაძე არის ერთი ელექტრონული გზამკვლევისა და რიდერის ავტორი. გზამკვლევი შეეხება ტრენინგის ორგანიზებას, რიდერი კი - საჯარო მოხელეების ეფექტურ კომუნიკაციასა და გუნდურ მუშაობას.

**დასკვნა:** საბაკალავრო კვალიფიკაციით სრულად, ხოლო სადოქტორო აკადემიური ხარისხით ნაწილობრივ შეესაბამება დარგს. სამეცნიერო და პედაგოგიური საქმიანობით სრულად შეესატყვისება საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროს.

გვაქვს მხოლოდ სამი მოსაზრება კონკრეტული საგნებისა და ამ საგნების წამკითხველთა რელევანტურობის შესახებ.

ასისტენტ-პროფესორი, მასობრივი კომუნიკაციების დოქტორი თამარ ნარინდოშვილი ასწავლის საგნებს „ეკოჟურნალისტიკა“, „პოლიტიკური ჟურნალისტიკა და კომუნიკაცია“, აგრეთვე - „კულტურის საკითხების გაშუქება“. თამარ ნარინდოშვილის კვლევის ინტერესები არის კიბერუსაფრთხოება. მისი პრაქტიკული საქმიანობა უკავშირდება პოლიტიკურ სატელევიზიო გადაცემას - იგი ახლაც მუშაობს ტვ1-ში პოლიტიკური თოქ-შოუს „პირველი ხაზის“ პროდიუსერად. ამდენად, საგნები „ეკოჟურნალისტიკა“, „პოლიტიკური ჟურნალისტიკა და კომუნიკაცია“ მისი კვლევით ინტერესსა და პრაქტიკული გამოცდილებასთან სრულად შესაბამისია. იგივეს ვერ ვიტყვით საგანზე „კულტურის საკითხების გაშუქება“, ეს საგანი, მართალია, ძირითადი სწავლის სფეროს არჩევითი საგანია, თუმცა მას უნდა კითხულობდეს

სპეციალისტი, რომელიც ან მუშაობს კულტურისა და ხელოვნების საკითხების გაშუქების სფეროში, ანდა იკვლევს - ხელოვნების საკითხებს მედიაში.

ისეთ მნიშვნელოვან საგანს, როგორცაა „სოციალური კვლევის მეთოდები“ კითხულობენ მოწვეული ლექტორები - ანა მენადარიშვილი, ფსიქოლოგიის და განათლების მეცნიერების მაგისტრი და ერეკლე მაღლაკელიძე, სოციალური ფსიქოლოგიის მაგისტრი. ჩვენი აზრით, ეს საგანი მნიშვნელოვანი წინაპირობაა მასობრივი კომუნიკაციის კვალიფიკაციის მინიჭებისათვის აუცილებელი საბაკალავრო ნაშრომის ხარისხიანად შესასრულებლად. ამდენად, აუცილებელია, რომ აღნიშნული საგანი დოქტორის აკადემიური ხარისხისა და სოციალურ მეცნიერებებში ნიშანდობლივი სამეცნიერო გამოცდილების მქონე სპეციალისტმა წაიკითხოს.

ასისტენტ-პროფესორი ქეთი შენგელია კითხულობს ამ ეტაპზე ძირითადი სწავლის სფეროს არჩევით საგანს „მედიის კვლევის მეთოდები“. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ეს საგანი სასურველია ძირითადი სწავლის სფეროს სავალდებულო საგანთა ჯგუფში გადავიდეს და ამ საგანსაც, მსგავსად „სოციალური კვლევის მეთოდებისა“, უნდა კითხულობდეს მედიის კვლევის სფეროში ნიშანდობლივი გამოცდილების მქონე სპეციალისტი.

#### **4.2. მატერიალური რესურსი**

16 ივნისს „ალტერბრიჯში“ ვიზიტისას დავათვალიერეთ მცირე სტუდია, რომელშიც განთავსებულია ტექნიკური რესურსები. უნივერსიტეტის მიერ გამოგზავნილი ტექნიკის აღწერიდან და პირადი საუბრებიდან გაირკვა, რომ ამ ეტაპზე მატერიალურ რესურსში შედის ერთი პროფესიული კამერა (სტუდიური ჩაწერისათვის) და ოთხი ფოტო/ვიდეო ჰიბრიდული კამერა გარე გადაღებისათვის. გარდა ამისა, უნივერსიტეტს აქვს სამი შტატივი, განათების სისტემები, ხმის ჩამწერი აპარატურა აუდიო-პროექტების შესაქმნელად.

დაბოლოს, უნივერსიტეტის მფლობელობაშია სამი სამონტაჟო კომპიუტერი, რომელშიც ინსტალირებულია აუდიო-ვიზუალური მონტაჟისა და გრაფიკული პროექტების საწარმოებლად საჭირო კომპიუტერული პროგრამები. სამი კომპიუტერიდან ერთი პირდაპირი ტრანსლირების პროცესს ემსახურება.

იმის გათვალისწინებით, რომ უნივერსიტეტი პირველივე წელს 50 სტუდენტის მიღებას გეგმავს, ტექნიკური აღჭურვილობა შეიძლება მწირიც ჩანდეს. თუმცა, აღსანიშნია, რომ სასწავლო გეგმის მიხედვით მედიაპროდუქტის წარმოება სწავლის მესამე სემესტრიდან იწყება, რაც საშუალებას აძლევს გუნდს, რომ პროგრამის ამოქმედების პირველსავე წელს შეიძინოს დამატებითი აპარატურა და გააძლიეროს სასწავლო ლაბორატორია.

ამდენად, მიგვაჩნია, რომ ამ ეტაპზე არსებული მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა საკმარისია პროგრამის დასაწყებად, თუმცა პროგრამის ამოქმედების წელსვე ბაზა უნდა შეივსოს.

## 5. რას სწავლობს მასობრივი კომუნიკაცია, როგორი უნდა იყოს უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამა, რომლის კურსდამთავრებულს აკადემიური ხარისხი მასობრივ კომუნიკაციაში ენიჭება

მასობრივი კომუნიკაცია არის ერთი მხრივ დიდი აუდიტორიისთვის შეტყობინებების ე.წ. მესიჯის შექმნის, გაგზავნის, მიღების, მეორეს მხრივ კი მესიჯით გამოწვეული შედეგების ანალიზის პროცესი. კომუნიკაციის კვლევები გულისხმობს არამხოლოდ გზავნილის, არამედ კომუნიკაციის საშუალების, აუდიტორიაზე კომუნიკაციის ზეგვლენის შესწავლასაც. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მასობრივი კომუნიკაცია არის სფერო, სადაც ყურადღება ექცევა მთლიანად კომუნიკაციის პროცესსა და აუდიტორიისგან უკუკავშირს. მასობრივი კომუნიკაცია მულტიდისციპლინური ხასიათისაა და მასში შედის ისეთი თემატური სახეობები, როგორიცაა პოლიტიკური კომუნიკაცია, ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები, ჟურნალისტიკა, როგორც - ტრადიციული (ბეჭდური და სამაუწყებლო), ისე - ციფრული (ინტერნეტ, მათ შორის ონლაინ-გამოცემები, სოციალური ქსელები, ციფრული ტელევიზიები).

მასობრივი კომუნიკაციის მედიუმებად/ კომუნიკაციის საშუალებებად განიხილება არამხოლოდ ჟურნალისტური, არამედ ზოგადად ნაბეჭდი პროდუქცია (წიგნი/ბროშურა/ბუკლეტი...); ხელოვნების დარგები (თეატრი, მხატვრული, დოკუმენტური კინო, სატელევიზიო კინოდოკუმენტალისტიკა...); საზოგადოებასთან ურთიერთობა და სტრატეგიული კომუნიკაცია (კომერციული, პოლიტიკური, სოციალური სარეკლამო კამპანიები, რომლის განუყოფელი ნაწილია სარეკლამო ტექსტების და აუდიო-ვიზუალური სარეკლამო პროდუქტების მომზადება, საჯარო გამოსვლების ტექსტებისა და პრეს-რელიზების შექმნა; საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა და სარეკლამო კამპანიების ეფექტიანობის გაზომვა).

მასობრივი კომუნიკაციის, როგორც დარგის, განვითარება პირდაპირაა დაკავშირებული ტექნოლოგიურ პროგრესთან. რამდენიმე ათეული წლის წინ მასობრივი კომუნიკაციის პროცესში კომუნიკატორებად დიდი ორგანიზაციები მოიაზრებოდნენ - სამთავრობო და კომერციული სტრუქტურები, პოლიტიკური პარტიები, გასართობი ინდუსტრიის კომპანიები, ტრადიციული მედია-ორგანიზაციები. ტექნოლოგიური პროცესის განვითარებამ, ინტერნეტისა და პორტატული მობილური ტელეფონების გავრცელებამ კომუნიკატორის პრივილეგია რიგით ადამიანსაც მიანიჭა. ციფრულ ეპოქაში კომუნიკაციის პროცესი სულ უფრო დემოკრატიული და ინდივიდებისათვის ხელმისაწვდომი გახდა, მასობრივი კომუნიკაციის ტრანსფორმაციის პროცესი ახლაც მიმდინარეობს. ინტერნეტის განვითარებასთან ერთად მასობრივი კომუნიკაციის ეფექტურ (ორმხრივ) კომუნიკატორებად იქცა სოციალური ქსელები. დროის მიმდინარე ეტაპზე მკვლევარები და პრაქტიკოსები კომუნიკაციის პროცესის ტრანსფორმაციას აკვირდებიან.

უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამა, რომელიც ანიჭებს ბაკალავრის ხარისხს მასობრივ კომუნიკაციაში, ჩემი პირადი აზრით,

- არ უნდა იყოს კონცენტრირებული მასობრივი კომუნიკაციის ერთ რომელიმე ვიწრო სფეროზე, მაგალითად, მხოლოდ მედიაპროდუქტის შექმნაზე, ანდა - მხოლოდ საზოგადოებასთან ურთიერთობაზე, ან - პოლიტიკურ კომუნიკაციაზე, ან მხოლოდ აუდიო-ვიზუალურ კომუნიკაციაზე.
- ასეთ პროგრამაში სოლიდურად უნდა იყოს წარმოდგენილი მასობრივი კომუნიკაციის აღქმისა და გაგებისათვის საჭირო თეორიული საგნები: მასობრივი კომუნიკაციის ფსიქოლოგია, მასობრივი კომუნიკაციის თეორიები, მასებთან კომუნიკაცია,
- სავალდებულოდ და გამლიერებულად უნდა ისწავლებოდეს კვლევა. ვგულისხმობ როგორც სოციალური მეცნიერებების კვლევის მეთოდებს, ისე - სახელდობრ მასკომუნიკაციისა და მედიის კვლევის მეთოდებს;
- „მასობრივი კომუნიკაციის ბაკალავრის“ აკადემიური ხარისხის მისანიჭებლად, მე პირადად, აუცილებელი პირობა მგონია საბაკალავრო ნაშრომის შესრულება.

მაგდა მემანიშვილი

ჟურნალისტიკის დოქტორი

შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტის

აფილირებული ასოცირებული პროფესორი

ჟურნალისტიკის საბაკალავრო პროგრამის კოორდინატორი

5.07.2022