

სამაგისტრო პროგრამა

კულტურისა და მედიის სოციოლოგია

ბილეთი #1

- სისტემურ-სტრუქტურული წარმოდგენები მასობრივი კომუნიკაციების შესახებ.
- აკულტურაცია, როგორც კულტურათმორისი კომუნიკაციის ფორმა.
- სივრცე კულტურათმორის კომუნიკაციებში. “პროქსემიკა”.
- პოლიტიკური კომუნიკაცია და მისი სამი წესი და საშუალება.

1. სისტემურ-სტრუქტურული წარმოდგენები მასობრივი კომუნიკაციების შესახებ.

ფუნქციონალიზმის როგორც თეორიული მეთოდოლოგიური ორიენტაციის იდეა თანამედროვე სოციალურ მეცნიერებაში მრავალი მიდგომებისთვისაა დამახასიათებელი. ყოველი მათგანისათვის საერთოა საზოგადოების ერთი ნაწილის მის მეორე ნაწილთან კავშირში ან ზოგჯერ მთლიანად საზოგადოებასთან მიმართებაში შესწავლაზე აქცენტის გაკეთება. ფუნქციონალური მიდგომის ელემენტები ყველა იმ კონცეფციაში არსებობს, სადაც საზოგადოება ან მისი ნაწილი ე.წ. “სისტემური” წესით შეისწავლება.

მასობრივი კომუნიკაციის სტრუქტურულ-ფუნქციონალური ანალიზი განსაკუთრებით პოპულარული 1940_იან_60_იანი წლების ამერიკულ სოციოლოგიაში იყო. სწორედ ამ ტრადიციის ჩარჩოებში ატარებდნენ თავიანთ გამოკვლევებს ისეთი ცნობილი ავტორები როგორებიც იყვნენ რობერტ მერტონი (1910_2003), პოლ ლაზარსფელდი (1901_1976), ჰაროლდ ლასუელი (1902_1978), ევროპაში ფუნქციონალიზმის გავლენა ნაკლები იყო.

ფუნქციონალური ანალიზი სოციოლოგიაში წარმოიშვა როგორც ბიოლოგიური რეალობის ანალიზისთვის ადეკვატური წარმოდგენების სოციალურ მეცნიერებაში გამოყენების მცდელობა. ცდილობდნენ ეპოვათ საზოგადოებაში იმ ორგანოების მსგავსი რამ, რომელთა ფუნქციონირებაც მთელის სიცოცხლისუნარიანობას უზრუნველყოფდა. მიდგომის მეთოდოლოგია ამოდის იმისაგან, რომ საზოგადოებრივი მოვლენის ახსნისას საჭიროა იმ ფუნქციის ძიება_პოვნა, რომელსაც იგი უფრო ფართო სოციალურ და კულტურულ კონტექსტში ასრულებს. ამავე დროს ხდება სისტემის ფუნქციონირების როგორც ცხადი ისე ლატენტური (არაცხადი) შედეგების კვლევა, რომელთაც როგორც პოზიტიური ასევე ნეგატიური მიმართულება აქვთ.

მასობრივი კომუნიკაციის ფუნქციები საზოგადოებაში.

მასმედიის განხილვა სტრუქტურულ-ფუნქციონალიზმის ჩარჩოებში განმარტავს მას როგორც კონკრეტულ პოლიტიკურ ინსტიტუციონალურ პირობებში მოქმედ თვითმართვად, თვითმაკორექტირებელ ქვესისტემას. ამავე დროს მასობრივ კომუნიკაციას უწინარეს ყოვლისა იკვლევენ როგორც მთლიანად საზოგადოების ფუნქციონირების მხარდამჭერ ერთ-ერთ საშუალებას და არა როგორც სოციალური ცვლილებების ხელშემწყობ წყაროს.

კვლევაში ასეთი აქცენტის წანამდვარი საზოგადოების როგორც ურთიერთდაკავშირებულ ნაწილთა ან ქვესისტემათგან შემდგარი სისტემის განხილვაზე სტრუქტურული

უნქციონალიზმის ზოგად წარმართულობაში მდგომარეობს. სისტემის სტაბილური ფუნქციონირების ხელშემწყობ ერთერთ აუცილებელ შემადგენელს საზოგადოებრივი ცხოვრების, ადამიანთა სულიერი გარემოცვის მეტნაკლებად ადექვატური სურათის გადმოცემა წარმოადგენს. ეს ძირითადად მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებით მიიღწევა.

“სოციალური შეჭიდულობის“ რეალიზაციის მექანიზმი ორი ძირითადი შემადგენლის ურთიერთქმედებას წარმოადგენს. პირველია საზოგადოებრივი მოთხოვნები _ იქნება ეს ჯგუფის, კოლექტივის, პიროვნების მოთხოვნები. მეორე კი ესაა _ შესაბამის მოთხოვნებზე “გამოხმაურება”, - მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებით პირდაპირ თუ ირიბად მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება.

დღეს არსებულ კლასიფიკაციაში მასმედიის ფუნქციების შესწავლის ორი ურთიერთდაკავშირებული სიბრტყე გამოიყოფა. პირველი, ესაა მკს - ის საქმიანობის კონკრეტული სახე; მეორე, ის სარგებლობა, ღირებულება, რომელიც ამ საქმიანობას აქვს მომხმარებელთა თვალსაზრისით.

გარდა ამისა, ანალიზი ჩვეულებრივ ორ _ სოციუმისა და ინდივიდის – დონეზე ტარდება. ქვემოთ მოყვანილია კლასიფიკაციები, რომლებშიც, ჩვენი აზრით, ყველაზე სრულადაა გათვალისწინებული ადრე გამოთქმული იდეები.

მასობრივი კომუნიკაციის ძირითადი ფუნქციები საზოგადოებაში:

I. საინფორმაციო ფუნქცია:

- მსოფლიოში და საზოგადოებაში ცხოვრების ხდომილებების და პირობების შესახებ ინფორმირება.
- ინოვაციურ პროცესთა საინფორმაციო უზრუნველყოფა.

II. სოციალური კავშირის ფუნქცია:

- ხდომილების, (მიმდინარე მოვლენების) ინტერპრეტაცია;
- არსებული ნორმებისა და სახელისუფლო ურთიერთობების მხარდაჭერა;
- სოციალიზაცია.
- სხვადასხვა მიმართულების მქონე სოციალური აქტივობის კოორდინაცია, საზოგადოებრივი თანხმობის ფორმირება _ ჩამოყალიბება.

III. მემკვიდრეობის უზრუნველყოფის ფუნქცია:

- მადომინირებელი კულტურის ნიმუშების გამოხატვა, ახალი კულტურული მიმართულებების, სუბკულტურების “გამოცნობა”.
- სოციალურ ღირებულებათა ერთობის მხარდაჭერა, შენარჩუნება.~

IV. რეკრეაციული ფუნქცია:

- დასვენებისა და გართობისთვის შესაძლებლობის შექმნა,
- სოციალური დაძაბულობის შემცირება და მოხსნა.

V. მობილიზაციის ფუნქცია:

- სოციალურ სფეროში, ეკონომიკასა და პოლიტიკაში აქტუალურ მიზნებთან დაკავშირებით კომპანიების ორგანიზება.

მხედველბაში უნდა ვიქონიოთ ის, რომ მოყვანილი კლასიფიკაცია მთლიანად ცხადი და ნათელი არ არის. ჩამოთვლილ ფუნქციათაგან მრავალი ერთმანეთს გადაკვეთს. მკს_ის საქმიანობის სტრუქტურაში ზოგიერთი ფუნქცია უფრო დიდი ხარისხითაა გამოთქმული, ზოგი კი არა. საეჭვოა შესაძლებელი იყოს მათ შორის რანგობრივი დამოკიდებულება _ მიმართების გამოვლენა. მხოლოდ კონტურებში შეიძლება მოვხაზოთ ის ფუნქციები, რომლებიც საზოგადოებაში სტაბილურობასთან ან ცვლილებებთან არის დაკავშირებული.

ინდივიდუალური ფუნქციებისა და დისფუნქციების კონცეფციებში მკს_ის საქმიანობა მათი აუდიტორიების კონტექსტში განიხილება. აქ ყურადღების ცენტრში ძირითადად ინდივიდის კომუნიკაციური ქცევა იმყოფება. განმსაზღვრელია ის გარემოება, რომ ინდივიდუალური აქტივობის მეთოდები მკს_თან მიმართებაში სოციალურ კონტექსტთან და, ამა თუ იმ ზომით, მთლიანად საზოგადოების სტრუქტურასთან არის დაკავშირებული.

მკს_ის ფუნქციები ინდივიდუალურ დონეზე ინდივიდის შემდეგი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას გულისხმობს:

I. საინფორმაციო ფუნქცია:

- უშუალო გარემოცვის, საზოგადოების, მთლიანად მსოფლიოს ცხოვრების ხდომილებებისა და პირობების შესახებ ინფორმაციის მიღება;
- სწავლება და თვითგანათლება;
- გადაწყვეტილებების მისაღებად რჩევების, აუცილებელი ინფორმაციის მოძიება. II.
- პიროვნული იდენტიფიკაციის ფუნქცია:
- ინდივიდუალურ ღირებულებათა განმტკიცება;
- ქცევისა და მოქმედების მოდელისა და ნორმების შესახებ მონაცემების მიღება;
- სხვების ღირებულებებთან იდენტიფიკაცია;
- საკუთარი თავის გაგების–შეცნობის მიღწევა;

III. საზოგადოებაში და ურთიერთობებში ინტეგრაციის ფუნქციები:

- სოციალური ურთიერთობებისათვის, დიალოგისათვის საფუძვლების ჩამოყალიბება.
- სოციალური როლების რეალიზაციაში, სხვისი მდგომარეობის, განცდის გაგებაში დახმარება.
- ოჯახთან, მეგობრებთან, საზოგადოებასთან ურთიერთობის შესაძლებლობა;

IV. გართობის ფუნქცია:

- ემოციური განტვირთვა;
- თავისუფალი დროის შევსება;
- ესკაპიზმი, პრობლემისაგან თავის დაღწევა, თავის არიდება;
- ესთეტიკური სიამოვნების მიღება;
- სექსუალური აღგზნება;

მკს_ს დისფუნქციებზე საუბრისას (ე.ი. სისტემის საქმიანობაში დარღვევებზე) მხედველობაში უნდა გვქონდეს ის, რომ ეს “ განზომილება” სხვადასხვა დონეზე განსაზღვრული ფუნქციების რეალიზაციის შეუსატყვისობის სიტუაციას ასახავს ე.ი საზოგადოების დონეზე წამოყენებული მიზნების სარეალიზაციოდ აუცილებელია მათი განსაზღვრული ფუნქციონალური შესატყვისობა

ინდივიდის დონეზე. მკს_ის საქმიანობაში დისფუნქციურობა შეიძლება გამოვლინდეს, მაგალითად, იმაში, რომ საინფორმაციო ფუნქცია შეიძლება “ ცნობიერების კონტროლის” ფუნქციად გადაგვარდეს; მობილიზაციის ფუნქციამ კი განსზღვრული პირობების არსებობისას ძალადობას შეუწყოს ხელი და ა.შ.

2. აკულტურაცია, როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის ფორმა.

ხალხთაშორის ურთიერთობების მნიშვნელოვან კომპონენტს კულტურული კონტაქტები წარმოადგენს. კულტუროლოგიაში კულტურათა შორის ურთიერთქმედებისა და ურთიერთგავლენის გამოსახატავად გამოიყენება ტერმინი „აკულტურაცია“. აკულტურაცია წარმოადგენს სხვადასხვა კულტურების ურთიერთზეგავლენის, ერთდოულად, პროცესსაც და შედეგსაც, რომლის დროსაც ერთი კულტურის (რეციპიენტი კულტურა) ყველა წარმომადგენელს ან მის გარკვეულ ნაწილს გადმოაქვს სხვა კულტურის (დონორი კულტურა) ნორმები, ფასეულობები და ტრადიციები.

აკულტურაციის პროცესში, დონორი-კულტურისა და რეციპიენტი-კულტურის რანგში ერთდოულად ებმევა ორი (ან მეტი) ურთიერთემოქმედი კულტურები. ამ კულტურების ზემოქმედება არაერთგაროვანია, ამასთან ერთი კულტურის წარმომადგენლებმა შეიძლება მთლიანად გადმოიღონ სხვა კულტურის ფასეულობები, ან საერთოდ უარი თქვან მათზე, ან სელექციურად, შერჩევით გადმოიღონ ისინი.

აკულტურაციის პროცესების კვლევას სათავე დაედო XIX – XX საუკუნეებში ამერიკული ეთნოგრაფიისა და კულტურანთროპოლოგიის საზღვრებში. მაშინ, ამერიკელმა ეთნოგრაფმა ჰოუმზმა, ტერმინი „აკულტურაცია“ ერთი კულტურის ელემენტების მეორე კულტურისათვის დამსგავსებისა და გადაცემის პროცესის აღსანიშნავად გამოიყენა. სამეცნიერო მიმოქცევაში ტერმინი დამკვიდრდა 1920-1930 წლებში - კულტურული ანთროპოლოგიის აყვავების პერიოდში, რაც შემდეგი მეცნიერების მოღვაწეობას უკავშირდება: ლინტონი, მიდი, ბოასი, მალინოვსკი, რედფილდი. თავდაპირველად, აკულტურაცია განიხილებოდა, როგორც ჯგუფების ხანგრძლივი კონტაქტის შედეგი, რაც გამოიხატებოდა მათი თავდაპირველი კულტურული მოდელების შეცვლაში. ითვლებოდა, რომ ამასთან კულტურები ერევიან ერთმანეთში და აღწევენ კულტურულ და ეთნიკურ ერთგვაროვან მდგომარეობას. რა თქმა უნდა, ამასთან ნაკლებად განვითარებული კულტურა მეტად განვითარებადი კულტურის მხრიდან უფრო მეტი ზეგავლენის ქვეშ ხვდებოდა და არა პირიქით.

1935 წელს რედფილდმა, ლინტონმა და ხერსკოვიცმა შემოგვთავაზეს აკულტურაციის კვლევის ახალი მეთოდი, რაც რეციპიენტ-კულტურასა და დონორ-კულტურას შორის კონტაქტების აღწერით მიიღება. მათ შეიმუშავეს კულტურათა ურთიერთქმედების შედეგების კლასიფიკაცია, რომელიც მოიცავს სამ ძირითად ტიპს: ასიმილაცია - ძველი კულტურის მთლიანად ახლით ჩანაცვლება; ადაპტაცია - ძველი კულტურის ნაწილობრივი შეცვლა; რეაქცია - ახალი კულტურის სრული უარყოფა.

თუკი ადრე აკულტურაცია განიხილებოდა როგორც მხოლოდ ინდივიდუალური ფენომენი, თანდათან დაიწყო მისი შესწავლა ინდივიდუალური ქცევის დონეზე, სადაც ითვალისწინებდნენ ინდივიდის ფასეულობათა ორიენტაციის ცვლილებებს, სოციალურ ქცევებსა და ასე შემდეგ.

დადგინდა, რომ აკულტურაციის პროცესში თითოეული ადამიანი ერთდროულად ორ უმნიშვნელოვანეს პრობლემას წყვეტს - ცდილობს საკუთარი კულტურული იდენტურობის შენარჩუნებას და ერთვება უცხო კულტურაში.

ამ პრობლემების გადაჭრის შესაძლო ვარიანტების კომბინაცია იძლეოდა აკულტურაციის შემდეგ ოთხ ძირითად სტრატეგიას:

- ასიმილაცია - აკულტურაციის ვარიანტი, რომლის დროსაც ადამიანი მთლიანად იღებს სხვა კულტურის ნორმებსა და ფასეულობებს, ამასთან უარს ამბობს საკუთარი კულტურის ნორმებზე და ფასეულობებზე.
- სეპარაცია - უცხო კულტურის უარყოფა საკუთარ კულტურასთან იდენტიფიკაციის შენარჩუნებით. ამ შემთხვევაში, არადომინანტური ჯგუფის წარმომადგენლები ამჯობინებენ მეტ-ნაკლები დოზით იზოლაციას დომინანტი კულტურებისგან. თუკი ასეთ იზოლაციას მოითხოვენ გამეფებული კულტურის წარმომადგენლები, ამას ეწოდება - სერეგაცია;
- მარგინალიზაცია - ეს არის ერთდროულად საკუთარ კულტურასთან იდენტურობის დაკარგვა და უმრავლესობის კულტურის იდენტურობის არ არსებობა. ასეთი შემთხვევა ხდება მაშინ, როცა შესაძლებელი არ არის საკუთარი კულტურული იდენტურობის მხარდაჭერა და ამასთან, ადგილი აქვს, სხვა იდენტურობის მიღებისკენ სწრაფვის სურვილის არ ქონას.
- ინტეგრაცია - იდენტიფიკაცია, როგორც ძველ, ასევე ახალ კულტურასთან.

მრავალრიცხოვანი გამოკვლევები ადასტურებენ, რომ ემიგრანტები, რომლებიც სხვა ქვეყანაში მუდმივ საცხოვრებლად არიან ჩასულები, როგორც წესი, ორიენტირებენ ასიმილაციაზე. ხოლო ლტოლვილები, რომლებსაც რაღაც მიზეზების გამო იძულებით მოუწიათ სამშობლოს დატოვება, ფსიქოლოგიურად ეწინააღმდეგებიან მასთან კავშირის გაწყვეტას და ამიტომ ასიმილაციის პროცესი მათში მიმდინარეობს უფრო ხანგრძლივად და ძნელად.

ჯერ კიდევ ცოტა ხნის წინ, მკვლევარები თვლიდნენ, რომ აკულტურაციის საუკეთესო სტრატეგიას წარმოადგენდა დომინანტ-კულტურასთან სრული ასიმილაცია. დღეს, აკულტურაციის მიზანია კულტურების ინტეგრაციის მიღწევა, რაც შედეგად გვამღევეს ბიკულტურალურ და მულტიკულტურალურ ადამიანს.

კულტურები ურთიერთზემოქმედებისას არა მარტო ავსებენ ერთმანეთს, არამედ შედიან რთულ ურთიერთობებში, რის დროსაც საკუთარ თვითმყოფადობასა და სპეციფიკას აღმოაჩენენ. ამიტომ, კულტურათა რეალური ურთიერთობებისას ვლინდება როგორც პოზიტიური (კულტურის გამდიდრება), ასევე ნეგატიური (მათი დაჩაგვრა, გაღარიბება - ეროზია) შედეგები.

ის ეთნიკური კულტურები, რომლებიც განიცდიან გარედან მასიურ ზემოქმედებებს, არ გააჩნიათ საკმარისად განვითარებული და მდგრადი კულტურული სისტემა, რითაც კულტურულ ექსპანსიას შეეწინააღმდეგებიან და ახალ ცხოვრებისეულ მოთხოვნებს ადეკვატურად უპასუხებენ, განიცდიან ეროზიას.

აკულტურაციის ხასიათზე მოქმედი ფაქტორებიდან გამოყოფენ შემდეგს:

- დიფერენციაციის ხარისხი მიმღებ კულტურაში - საზოგადოება, რომელსაც გააჩნია მორალის, კანონის, მხატვრული ლიტერატურის, ესთეტიკის, ფილოსოფიის განვითარებული სისტემები, მზად არის ადაპტირებისათვის ისე, რომ საკუთარი მთავარი სულიერი სტრუქტურა არ დაარღვიოს;
- კონტაქტის ხანგრძლივობა - დროში გაწელილი ზემოქმედება იწვევს არა შოკურ მდგომარეობას, არამედ შეჩვევასა და თანდათანობით მიღებას;
- ურთიერთქმედების პოლიტიკურ-ეკონომიკური პირობები - პოლიტიკური და ეკონომიკური ბატონობისა ან დამოკიდებულების სიტუაცია, უმეტესად, განსაზღვრავს კულტურული ურთიერთობის შინაარსს. დამოკიდებულება იწვევს კულტურული პროტესტის ზრდას, ჩაგრული ხალხების კულტურულ ინტეგრაციას, რასაც მოყვება საზოგადოების სულიერი ძალების მობილიზება მისი გაერთიანებისათვის და ჩაგვრის წინააღმდეგ საბრძოლველად.

თითოეული ამ ფაქტორთაგანი ახდენს აკულტურაციის პროცესის მოდიფიცირებას და აძლევს მას კულტურული ექსპანსიის, კულტურული დიფუზიისა ან კულტურული კონფლიქტის ფორმას.

3. სივრცე კულტურათაშორის კომუნიკაციებში. „პროქსემიკა“.

სივრცე კულტურათაშორის კომუნიკაციებში. ჰოლლმა სამეცნიერო ხმარებაში შემოიტანა ტერმინი „პროქსემიკა“, რომელიც კომუნიკაციის სივრცით ორგანიზაციასა და კულტურული სივრცის პიროვნებათაშორის ურთიერთობათა ხასიათზე განსხვავებული კულტურული ნორმებისა და სტერეოტიპების გავლენას ასახავს.

ცნობილია, რომ ლათინოამერიკელები და ევროპელები, ჩვეულებრივ გარემოში, ერთმანეთს სხვადასხვა მანძილზე ელაპარაკებიან. ლათინოამერიკელი საუბრისას, ჩვეულებრივ, ცდილობს სიახლოვეს იყოს მოსაუბრესთან, მაშინ როცა ევროპელმა მსგავსი სიტუაცია შეიძლება აღიქვას, როგორც მის პირადულ სივრცეში შეჭრა და შეეცდება უკან დახევას, პასუხად ლათინოამერიკელი უფრო მიუახლოვდება, რაც ევროპელისათვის აგრესიის გამოვლენად აღიქმება. ადამიანისათვის მიღებული სივრცითი საზღვრებიდან გამომდინარე ისინი ერთმანეთთან კონტაქტს აღიქვამენ ან მეგობრულად, ან აგრესიულად. ეს საზღვრები დამოკიდებულია არა მხოლოდ კულტურულად დადგენილ სტერეოტიპებზე, არამედ კონტაქტის მიმართ მის პირად დამოკიდებულებაზე.

ჰოლლმა კომუნიკაციის ოთხი ზონა გამოყო:

პირველი - „ინტიმური“ ზონა - ზონა განაცალკევებს (უფრო სწორად, აერთიანებს) საკმაოდ ახლობელ ადამიანებს, რომლებსაც არ სურთ საკუთარი ცხოვრება მესამე პირს გაუზიარონ. ინტიმური ზონა შემოიფარგლება დაახლოებით 0-დან 40-60 სმ-მდე საზღვრებით. ამით აიხსნება ის სტრესი, რომელსაც ქალაქში მცხოვრები ადამიანები საზოგადოებრივ ტრანსპორტში მგზავრობისას იღებენ - მის ინტიმურ ზონაში ტაქტიანად, სენსორულად და ვერბალურად უცხო ადამიანთა დიდი რაოდენობა იჭრება, ამიტომ კონფლიქტები ტრანსპორტში ჩვეულებრივი ამბავია.

მეორე - „პიროვნული“ ზონა - შემოიფარგლება დაახლოებით 45-დან 120 სმ-მდე საზღვრებით. სწორედ ამ ზონაში ხდება ინდივიდის ურთიერთობა სხვა ადამიანებთან, რადგანაც ეს საუბრისათვის ყველაზე მისაღები დისტანციაა. სოციოკულტურულ სტერეოტიპებიდან

გამომდინარე ეს ზონა შეიძლება გაიზარდოს ან შემცირდეს. შემჩნეულია, რომ ქალაქის მაცხოვრებელი ურთიერთობისას ცდილობს შეამციროს დისტანცია, ხოლო სოფლისა - პირიქით, გაზარდოს. ეს არც არის გასაკვირი, რადგანაც სოფლის შემთხვევაში სივრცე „სახლი“ გაცილებით დიდია, ვიდრე ქალაქში. სოფელში, ერთ ქუჩაზე მცხოვრებლებმა, საკმაოდ პირად საკითხებზე საუბარი შეიძლება გააზიან პირდაპირ საკუთარი ნაკვეთებიდან. ამიტომ არის, რომ სოფლიდან ქალაქში გადმოსული ადამიანი ნაცნობს გზის მეორე მხარეს არა მარტო დაუმახებს, არამედ საუბარსაც გაუბამს. ქალაქში ურთიერთობის წესების არცოდნა ხშირად ნეგატიურად („სოფელი“, „უზრდელი“, „უკულტურო“) ფასდება. ზუსტად ასევე ფასდება კონტაქტები კულტურათშორის ურთიერთობისას. კერძოდ, ტემპერამენტისანი ლათინო ამერიკელები ურთიერთობენ ზონაში, რომელიც მათთვის „პიროვნულია“, ხოლო ჩრდილო ამერიკელებისათვის იგივე ზონა - „ინტიმურია“. ამიტომ არის, რომ სამხრეთელები ჩრდილოეთელებს თავშეკავებულ და ცივ თანამოსაუბრეებად თვლიან, ხოლო ჩრდილოეთელები სამხრეთელებს - უცერემონიოსა და ძალზე აქტიურებად.

მესამე - „სოციალური“ ზონა - იგი განსაზღვრავს ფორმალური კონტაქტებისას ურთიერთობის დისტანციას (120-დან 260-300 სმ-მდე). ასეთი დისტანცია ძალზე ხელსაყრელია უცნობ ადამიანებთან ან ადამიანთა მცირე ჯგუფებთან ურთიერთობისას. ფორმალური ურთიერთობის სიტუაციაში შესაძლებელია პარტნიორის არა მარტო მოსმენა, არამედ დანახვაც. ასეთი დისტანცია რეკომენდირებულია საქმიანი შეხვედრებისას, თათბირებისას, პრეს-კონფერენციებისას და ა.შ. ვინაიდან სოციალური ზონა ესაზღვრება პიროვნულ ზონას, მთავარია შენარჩუნებულ იქნას დისტანცია, რადგანაც გაუმართლებელმა გადასვლამ სოციალური ზონიდან პიროვნულში, შესაძლოა კონტაქტზე ნეგატიური რეაქცია და კომუნიკაციის შეწყვეტა გამოიწვიოს.

მეოთხე - „საჯარო“ ზონა - კომუნიკაციის ეს ზონა იწყება 3-3.5 მეტრიდან და შემდეგ, ამ ზონას აგრეთვე უწოდებენ ღიას. ის გამოიყენება დიდ აუდიტორიასთან ურთიერთობისას, საჯარო ღონისძიებისას, მაგ., სახელმწიფო და რელიგიური ცერემონიებისას.

კომუნიკაციისას სივრცითი ფაქტორი შეიძლება ემსახურებოდეს ბატონობა-მორჩილების დამოკიდებულების გამოხატვას. მაგალითად, როცა პოლიტიკოსები ან რელიგიის მსახურები მიმართავენ ხალხს, მათ შორის ხშირად ბარიერების, გადაღობვისა და დაცვის საშუალებით ხელოვნურად ზრდიან დისტანციას. ეს იმიჯმეიკერების ცნობილი ხერხია: იმისთვის, რათა

„განადიდონ“ ვინმე, „გაზარდონ“ მისი სტატუსი, „წონა მისცენ“ მის სიტყვას, აუცილებელია შეიცვალოს კომუნიკაციის სივრცითი პარამეტრები. არის სხვა სიგნალებიც, რომლებიც მმართველი-ქვეშევრდომის დამოკიდებულებას გამოხატავს. მაგ., გერმანიასა და აშშ-ში ოფისის ზედა სართულები, როგორც წესი, განკუთვნილია ხელმძღვანელობისათვის, მაშინ როცა რუსეთსა და საფრანგეთში - ხელმძღვანელები ირჩევენ შენობის შუა სართულებს. ეს აიხსნება იმით, რომ აღნიშნულ ქვეყნებში მართვა და კონტროლი ხორციელდება ცენტრიდან.

ადამიანი ბავშვობიდან ითვისებს სივრცითი სიგნალების მნიშვნელობას, რომელიც დამახასიათებელია მისი კულტურისათვის. თუმცა სხვა კულტურის წარმომადგენლებთან ურთიერთობისას მას არ შეუძლია ყოველთვის სწორად აღიქვას უცნობი სივრცითი სიგნალები, რაც შეიძლება გაუგებრობისა და კონფლიქტის მიზეზი გახდეს. შესაბამისად, სხვადასხვა

კულტურებში, ხალხის რეაქცია ერთი და იგივე სივრცით სიგნალებზე თითქმის ყოველთვის განსხვავებულია. ქვეყნებში, სადაც ადამიანები კმაყოფილდებიან არც თუ ისე დიდი „პიროვნული“ სივრცით (სამხრეთ ევროპის ქვეყნები, ახლო აღმოსავლეთი), ჩვეულებრივი მოვლენაა ქუჩაში ერთმანეთის შეხება, ბიძგები და ხელის კვრაც კი, ხოლო ჩრდილოეთ ევროპასა და აშშ-ში - ადამიანები გაურბიან ახლო დისტანციასა და შეხებას.

4. პოლიტიკური კომუნიკაცია, მისი სამი წესი და საშუალება.

პოლიტიკური კომუნიკაცია, დემოკრატია, საზოგადოება

კომუნიკაცია სასიცოცხლოდ აუცილებელია ნებისმიერი სისტემისათვის. იგი თანამედროვე ორგანიზაციული სისტემის სწორი ფუნქციონირების ერთ-ერთი უმთავრესი პირობაა. კომუნიკაციათა ნაკადი განსაზღვრავს სოციალური განვითარების მიმართულებასა და დინამიკას. კომუნიკაციების სტრუქტურის, შინაარსისა და ნაკადის თვალსაზრისით შეიძლება გავანალიზოთ ყველა სოციალური პროცესი. ადამიანთა შორის კომუნიკაციის გარეშე თავად საზოგადოების არსებობაა შეუძლებელი. ამიტომ, შეიძლება ითქვას, რომ კომუნიკაციურ პროცესთა ანალიზი მთელი საზოგადოებრივი ცხოვრების შესწავლის ერთ-ერთი წესი და საშუალებაა. ფართო გაგებით, კომუნიკაცია საზოგადოებრივი ცხოვრების ყოვლისმომცველი ასპექტია.

ვიწრო გაგებით, კომუნიკაცია _ ესაა აზრის გადაცემა სიმბოლოების დახმარებით. მისი მეშვეობით ინდივიდი ან ჯგუფი აცნობებს მეორე ინდივიდს ან ჯგუფს თავის დამოკიდებულებას კონკრეტულ საკითხზე. კომუნიკაცია მრავალი გზით და საშუალებებით ხორციელდება _ იქნება ეს ფერწერის, მუსიკის ქმნილებები, მათემატიკური სიმბოლოები, ჟესტები თუ სახის გამომეტყველება და ა.შ., მაგრამ კომუნიკაციის ყველაზე ზოგად ფორმას საზოგადოებაში წარმოადგენს ზეპირი და წერიტი მეტყველება, ანუ ენობრივი კომუნიკაცია. ფართო გაგებით, კომუნიკაციის პროცესი მოიცავს ყველა იმ მეთოდს, რომელთა დახმარებითაც ერთ ინტელექტს შეუძლია მეორეზე გავლენის მოხდენა.

ხშირად სიტყვებს უფრო დიდი რეზონანსი აქვს, ვიდრე მოქმედებას, განსაკუთრებით დემოკრატიული პოლიტიკის სფეროში. უფრო მეტიც ინფორმაციის საშუალებების კონტროლი ხელისუფლების უმნიშვნელოვანესი ელემენტია დემოკრატიულ საზოგადოებაში. სწორედ მოთხოვნის გამოთქმა და არა ძალის გამოყენება აძლევს სტიმულს საპასუხო პოლიტიკურ რეაქციას, ამიტომ უფრო მისაღები იქნება თუ განვიხილავთ კომუნიკაციასა და პოლიტიკურ საქმიანობას შორის კავშირს. “პოლიტიკური კომუნიკაცია _ წერს რ. შვარცენბერგი _ არის პოლიტიკური ინფორმაციის გადაცემის პროცესი, რომლის წყალობითაც იგი მოძრაობს პოლიტიკური სისტემის ერთი ნაწილიდან მეორეში და ბრუნავს პოლიტიკურ სისტემასა და სოციალურ სისტემას შორის “ (1, ტ.1, გვ. 174). პოლიტიკურ კომუნიკაციაში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს მმართველებსა და მართულებს შორის ინფორმაციის გაცვლას გარკვეული კონსენსუსის მიღწევის მიზნით. ყოველი მმართველი ისწრაფვის მიაღწიოს იმას, რომ ხალხის ფართო მასები ეთანხმებოდნენ მის გადაწყვეტილებებს, ხოლო ნებისმიერი მართული ცდილობს გამოთქვას თავისი მოთხოვნები და ისწრაფვის, რათა ეს მოთხოვნები გაიგონ იქ, სადაც საჭიროა. მმართველებსა და მართულებს შორის ამგვარი თანხმობის მიღწევა შესაძლებელია მხოლოდ ინფორმაციის გაცვლით, კომუნიკაციების მეშვეობით. პოლიტიკური კომუნიკაცია პასუხობს

პოლიტიკური სისტემის ფუნდამენტურ მოთხოვნებებს. შეიძლება ითქვას, რომ პოლიტიკური სისტემებისათვის პოლიტიკური კომუნიკაცია იგივეა, რაც სისხლის მიმოქცევა ადამიანის ორგანიზმისათვის.

პოლიტიკური სისტემა ინფორმაციებს ღებულობს როგორც შიდა, ისე გარე წყაროებისაგან. პოლიტიკისა და მართვის ძირითადი ფუნქცია სწორედ ამ ინფორმაციების მიღება და გადამუშავებაა, რათა გადაწყვიტოს როგორი მოქმედებებია საჭირო, კოორდინაცია გაუკეთოს და წარმართოს ადამიანთა ძალისხმევა დასახულ მიზანთა მისაღწევად. პოლიტიკური სისტემის მიერ მიღებული ინფორმაციების გადამუშავების რეზულტატი – გადაწყვეტილებაა.

გადაწყვეტილებები, თავის მხრივ, იწვევს გარკვეულ რეაქციებს, რომელიც ზემოქმედებს მიზნების მიღწევაზე, ხოლო ის, მიღწეული იქნება ეს მიზნები, თუ მიუღწეველი, დამოკიდებულია იმაზე თუ რამდენად მზად არიან ადამიანები დაემორჩილონ ამ გადაწყვეტილებებს და რამდენად შესწევთ უნარი ეფექტურად განახორციელონ ისინი ცხოვრებაში. ამიტომ პოლიტიკური სისტემის მთავარი მიზანია გამოიწვიოს ადამიანებში საპასუხო რეაქცია და გადაწყვეტილებებისადმი დაქვემდებარების მზაობა, აგრეთვე წახალისოს პოლიტიკური გაერთიანების წევრები იმოქმედონ სასურველ მიზანთა მიღწევის დასაჩქარებლად. ამგვარ ძალისხმევათა გამოხატულებაა ხელმძღვანელობა და კონტროლი. ამიტომ პოლიტიკურ ხელისუფლებას სჭირდება მის მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებებსა და მათი შედეგების შესახებ ზუსტი უკუინფორმაცია, რათა შემდგომში ისეთი გადაწყვეტილებები მიიღონ, რომლებიც მიგვაახლოებენ დასახულ მიზნებს.

პოლიტიკური კომუნიკაციის როლსა და დანიშნულებას უკეთ გავიგებთ თუ გავაანალიზებთ იმ მეთოდებსა და საშუალებებს, რომელთა მეშვეობითაც მოძრაობს ინფორმაცია მმართველებსა და მართულებს შორის. მკვლევართა უმრავლესობა გამოყოფს კომუნიკაციის სამ წესსა და საშუალებას:

- კომუნიკაცია მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გზით;
- კომუნიკაცია ორგანიზაციების მეშვეობით;
- კომუნიკაცია არაფორმალური კონტაქტების დახმარებით.

პირველ შემთხვევაში ლაპარაკია მასობრივი ინფორმაციის ბეჭდვით (პრესა, წიგნები, პლაკატები და ა.შ.) ან ელექტრონულ (რადიო, ტელევიზია, ინტერნეტი და ა.შ.) საშუალებებზე. ისინი უდიდეს ზემოქმედებას ახდენენ ჩვენს მსოფლშეგნებასა და პოლიტიკური პოზიციების ჩამოყალიბებაზე. ეს ხდება არა იმდენად ჩვენ პოზიციებზე მათი სპეციფიკური ზემოქმედების გამო, არამედ რამდენადაც ისინი იქცნენ იმ ცოდნის მოპოვების საშუალებებად, რომლებზეც დამოკიდებულია საზოგადოებრივი ცხოვრება. მრავალი პოლიტიკური მოვლენის, მათ შორის საერთო ეროვნული არჩევნების ჩატარება შეუძლებელი იქნებოდა, რომ ინფორმაცია მიმდინარე პოლიტიკურ ხდომილებებზე, პარტიებსა და კანდიდატებზე არ იყოს ყველასათვის მისაწვდომი; იმ ადამიანებისთვისაც კი, ვისაც არ აინტერესებს პოლიტიკა და მასზე სუსტი წარმოდგენა აქვთ, რაღაცა ცნობილია ეროვნული და საერთაშორისო ცხოვრების მოვლენების შესახებ.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები არა მხოლოდ ცოდნას გვაწვდიან საზოგადოებრივი ცხოვრების მრავალი სფეროს შესახებ, არამედ გამოთქვამენ სხვადასხვა ინტერესსაც. ისინი

საზოგადოებრივი ჯგუფების წარმომადგენლებს საშუალებას აძლევს საჯაროდ გამოთქვან თავიანთი შეხედულებები, იპოვონ და გააერთიანონ თანამოაზრეები, შეკრან ისინი მიზნებისა და შეხედულებების ერთობის ძალით, ნათლად ჩამოაყალიბონ და შექმნან საზოგადოებრივი აზრი საკუთარი ინტერესების შესახებ.

მეორე შემთხვევაში. მმართველებსა და მართულებს შორის ინფორმაციების გადამცემ რგოლებს პოლიტიკური პარტიები და ზეწოლის ჯგუფები წარმოადგენენ. ასეთი ურთიერთობის დროს მთავრობა და ხელისუფლება გვევლინება როგორც კომუნიკაციური ბადე, რომელიც თავის მოქმედებებს მიღებული ინფორმაციის შესატყვისად წარმართავს. აღსანიშნავია ის, რომ ნებისმიერი მმართველი გადაწყვეტილებებს იღებს არა იმის მიხედვით, რაც ობიექტურად სწორი ან რეალურია, არამედ რაც მათ ინფორმაციის სახით მიეწოდებათ. ამიტომ გასაკვირი არ არის ლობისტთა საქმიანობის მნიშვნელობა. მაშასადამე, გადაწყვეტილებების მიღებაზე გავლენის მოხდენის ერთადერთი წესი გვასწავლის, რომ აუცილებელია ზემოქმედება იმათ წარმომადგენლებსა და შეხედულებებზე, რომლებიც ამ გადაწყვეტილებებს იღებენ. ამიტომ კომუნიკაცია ერთადერთი საშუალებაა ზეგავლენა მოვახდინოთ გადაწყვეტილებათა მიმღებ პირებზე ჩვენთვის სასურველი წესით. სხვაგვარად, ლობიზმის პროცესი მთლიანად კომუნიკაციური პროცესია.

მესამე შემთხვევაში. კომუნიკაცია გვევლინება არაფორმალური კონტაქტების ფორმით. ესაა კომუნიკაცია, რომელიც მიმდინარეობს უშუალო, პიროვნული, “პირის-პირ “ კავშირებისა და ურთიერთობების გზით. როგორც მკვლევარები აღნიშნავენ, მას დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა პრიმიტიულ და ტრადიციულ საზოგადოებებში, იგი დღესაც ინარჩუნებს მნიშვნელობას არა მხოლოდ ჩვენი ტიპის საზოგადოებაში, არამედ თვით განვითარებულ ქვეყნებშიც კი, სადაც მასობრივი საშუალებები გაცილებით მაღალ დონეზეა. პროპაგანდისა და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ეფექტის კვლევისას ამ ვითარებას ყურადღება ჯერ კიდევ პ. ლაზარსფელდმა მიაქცია. გაირკვა, რომ აუდიტორია არ აღიქვამს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, როგორც რაღაც არადიფერენცირებულ ბლოკს. ადამიანთა მასები, რომლებშიც ყალიბდება აზრები და შეხედულებები, წარმოადგენენ გარკვეულ სტრუქტურულ ერთობლიობას. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების ზემოქმედება მიმდინარეობს იმ სოციალური სტრუქტურის გზით, რომლის ჩარჩოში რეციპიენტი (ინფორმაციის მიმღები ინდივიდი) იკავებს თავის ადგილს. მასობრივი კომუნიკაციის არხებს, თუ შეიძლება ასე ითქვას, სწორედ ურთიერთდაკავშირებულ ინდივიდთა ქსელი წარმოადგენს. ამიტომ აუდიტორია არ უნდა გავიგოთ, როგორც განცალკევებულ ინდივიდთა მექანიკური ერთობლიობა.

მასმედიის ზემოქმედება ვრცელდება გარკვეული პირების შუამავლობის გზით, რომლებიც ამ პროცესში ინიციატორებისა და გადამცემების როლს თამაშობენ; ესენია “საზოგადოებრივი აზრის ლიდერები “, რომელთაგან თითოეული გავლენას ახდენს იმ პირველადი ანუ რეფერენტული ჯგუფის წევრებზე (ოჯახი, მეზობლები, სამუშაო ჯგუფი, მეგობართა წრე და სხვ.), რომელსაც თავად მიეკუთვნება. პ. ლაზარსფელდის აზრით, იდეები, ინფორმაციები საინფორმაციო საშუალებებისაგან ვრცელდებიან საზოგადოებრივი აზრის ლიდერებამდე, მათგან კი ნაკლებად აქტიურ სექტორებამდე. ინფორმაციის გავრცელება ხდება თანმიმდევრულ ნაკადად. ამგვარად, ინფორმაციის გავრცელებისას ორი თანმიმდევრული ტალღაა: პირველი

აღწევს “საზოგადოებრივი აზრის ლიდერებამდე“, მეორე კი მათგან მომდინარეობს და ვრცელდება სხვადასხვა არხის საშუალებით მათსავე აუდიტორიაში.

რ. მერტონი კიდევ უფრო ავითარებს ამ წარმოდგენას “საზოგადოებრივი აზრის ლიდერების“, როგორც რეციპიენტის შესახებ. იგი ერთმანეთს ადარებს იმ ადგილობრივი გავლენიანი პირების, რომლებიც პირველადი ჯგუფისა და გარკვეული სოციალური ერთობის ურთიერთობის ცენტრში იმყოფებიან და იმ “კოსმოპოლიტური გავლენიანი პირების“, რომლებიც სოციალური ერთობისა და გარე სამყაროს შორის დამაკავშირებელი რგოლია, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებით „დამუშავებს“. ჯერ კიდევ ჯ.მორენო წერდა, რომ ახალი ამბები, იდეები, ჭორები და ა.შ. გარკვეული სოციალური ქსელების გზით გადაიცემა, სწორედ ამ სოციალურ არხთა გზით ახდენენ ადამიანები ერთმანეთზე გავლენას და ურთიერთაღზრდას. ამგვარ ქსელებს იგი საზოგადოებრივი აზრის სამზარეულოს უწოდებს. ამგვარად, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების აუდიტორია ესაა ერთმანეთთან დაკავშირებული რეციპიენტთაგან შემდგარი მთლიანობა, რომელთა რეაქციები ინფორმაციებზე სწორედ ამ ურთიერთკავშირების ჩარჩოებში ყალიბდება.

ბილეთი #2

- მასობრივი კომუნიკაციის სოციოდინამიკური კონცეფცია
- კულტურული ექსპანსია, როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის ფორმა.
- დრო კულტურათშორისი კომუნიკაციაში. “ქრონემიკა“
- 3. ლასუელის ფორმულა: “ვინ აცნობებს, სახელდობრ რას, როგორი არხებით, ვის და როგორი ეფექტით“, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის მთელი სისტემის სოციოლოგიური პროგრამა.

1. მასობრივი კომუნიკაციის სოციოდინამიკური კონცეფცია

ფრანგმა კულტუროლოგმა აბრაჰამ მოლმა (1920-1992) მკს_ის ფუნქციონირების თავისებურებები კიბერნეტიკულ მიდგომაზე დაყრდნობით განიხილა. მოლი ამოვიდა იმისგან, რომ მის თანამედროვე “მოზაიკურ“ კულტურაში მსოფლიოს შესახებ ადამიანთა ცოდნა არა იმდენად განათლების წყალობით ყალიბდება, რამდენადაც მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების ხარჯზე. მკს_ის არხებით გავრცელებული ცნობებისა თუ მესიჯებისათვის (შეტყობინებისათვის) დამახასიათებელია შემდეგი ნიშანი – მათი “მოდრაობა” ხდება_ მიმდინარეობს ე.წ.” კულტურის ჩაკეტილ ციკლებში“. ამ უკანასკნელთ კი ახასიათებს მრავალგვარი უკუკავშირებისა და “კონტურების “არსებობა, რომლებიც კულტურის სხვადასხვა ელემენტებს და ქვესისტემებს აკავშირებს ერთმანეთთან. კულტურული ციკლების ჩარჩოებში გამოიყოფა წარმოებისა და მოხმარების მომენტები. კულტურის ციკლი მთელ სოციალურ პირამიდას მოიცავს, და საზოგადოებრივი გარემოს მიკრო და მაკრო ტიპების არსებობითაა განპირობებული.

“კულტურის ციკლი” იშლება – ვითარდება იდეების შემქმნელებისაგან (ფორმების, ნაწარმოებების შემქმნელებისაგან) მიკრო გარემოს მიმართულებით, რომელიდაც ინტელექტუალური სოციალური სივრცისაკენ. ციკლი გრძელდება “მიკრო_გარემო_მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების = რგოლის მეშვეობით, დახმარებით. ციკლის დამასრულებელი რგოლია დამოკიდებულება “.მასობრივი კომუნიკაცია – მაკრო გარემო.” მაკრო გარემო წარმოადგენს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების საქმიანობის პროდუქტს.

ავტორის აზრით, მასები მნიშვნელოვანი პასიურობით ხასიათდებიან. ძირითადად მათი როლი იმ შეტყობინებების “ ჩაყლაპვაში” მდგომარეობს, რომლებსაც მათ ტექნოკრატიული ორგანოების მეშვეობით აწვდიან, და რომელი ორგანოებიც მათი გავრცელების მექანიზმებს მართავენ.

მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების მუშაკები შემოქმედებსა და მასებს, მიკრო და მაკრო გარემოს შორის შუამავლებად გვევლინებიან. ეს სოციალური ჯგუფი თავის საქმიანობაში ორიენტირებულია არა იდეების როგორც ასეთის პროდუცირება_შექმნაზე, არამედ მათი გამოთქმის ფორმების შექმნაზე. კულტურის მასალები საზოგადოებაში არხთა ფართო სექტორის მეშვეობით ვრცელდება. არხთა ერთობლიობა ჩართულია ეკონომიკურ ურთიერთობათა ქსელში. ამგვარად, საზოგადოება პირდაპირ თუ ირიბად უკუხემოქმედებას ახდენს მასობრივ კომუნიკაციაზე.

მიუხედავად იმისა, რომ შეტყობინებათა სხვადასხვა სახეებს გამოთქმისა და უკუკავშირის თავისი არხები აქვთ, მაინც მუდამ არსებობს მწარმოებელსა და მომხმარებელს შორის “კავშირის

ჩაკეტილი კონტურის” თავისი ლოგიკით ერთიანი სქემა. სწორედ ეს ციკლური ასპექტი წარმოადგენს გლობალური მამტაბით “კულტურული” მოწესრიგების ფაქტორს.

მოლის თანახმად, არსებობს აუდიტორიაზე ზემოქმედების რამდენიმე ძირითადი ხერხი (წესი), რომლებიც განაპირობებენ რადიოსა და ტელევიზიის როგორც იდეების, ფაქტების, ნაწარმოებების გავრცელების საშუალებების ფუნქციონირებას. ამ ხერხებსა თუ წესებს შორის, რომლებსაც ავტორმა “დოქტრინები” უწოდა, გამოიყოფა დემაგოგიური, დოგმატური კულტურალისტური და დინამიური დოქტრინები.

დემაგოგიური დოქტრინის მიმართულება დაფუძნებულია (ემყარება) მომხმარებლური საზოგადოების ადამიანისთვის დამახასიათებელ ძალისხმევათა ყველაზე მცირე დანახარჯისაკენ მისწრაფებაზე (ინდივიდების ჩაძირვა რეკლამის ველში).

დოგმატური დოქტრინა ადამიანებში უცვლელი, “დასაბამიდან” მოცემული ღირებულებებისადმი დამოკიდებულებების და ერთგულების ფორმირებას გულისხმობს. პირველისაგან განსხვავებით დოგმატური დოქტრინა მიმართულია ადამიანთა ქცევების რეგულაციაზე პოლიტიკისა და იდეოლოგიის სფეროში.

კულტურალისტური დოქტრინის ჩარჩოებში ჰუმანიტარული ცოდნის სისტემისადმი ადამიანების ზიარება ხდება. ავტორი დადებითად გამოყოფს მკს_ის საქმიანობის ამ მხარეს, ადამიანთა უწყვეტ განათლებაზე მისი ორიენტირებულობის, გლობალური კულტურის პროგრესული ნიმუშებისადმი მათი ზიარების ძალით, ამის განვითარებას წარმოადგენს დინამიკური დოქტრინა, რომელიც მოწოდებულია უზრუნველყოს ადამიანები საზოგადოების მომავალი განვითარებისადმი დამოკიდებულების გამოსამუშავებელი მასალებით.

გამოკვლევაში მიღებული ანალიზის რაკურსი საშუალებას აძლევს მოლის კულტურული ცვლილების და მთლიანად კულტურის ხასიათზე მკს_ის საქმიანობაში გამოყენებული დოქტრინების გავლენის შესაძლებლობების პრობლემების კვლევაზე გავიდეს. თავისი შრომის დასკვნაში იგი წერდა; “ სოციალური ორგანიზმის კვლევაში კიბერნეტიკული მიდგომის გამოყენება ნებისმიერ უკუკავშირის მქონე სისტემაში “მართვის ბლოკის” არსებობას გულისხმობს, რომლის ფუნქციონირებაც ჩვენ არ გვსურს შემთხვევითობის ნების ამარა დავტოვოთ”. (გვ.371).

2. კულტურული ექსპანსია, როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის ფორმა.

კულტურული ექსპანსია, ეს არის დომინირებადი (ნაციონალური) კულტურის გავლენის სფეროების გაფართოება თავდაპირველ ან სახელმწიფო საზღვრებს გარეთ. თავისი შინაარსით ეს პროცესი ერთმიმართულია კულტურათშორის კომუნიკაციასთან. კულტურული ექსპანსია მკაფიოდ გამოვლინდა აზიისა და აფრიკის კოლონიალური დანაწილების პერიოდში. პოლიტიკურ-ეკონომიკურ კოლონიალიზმს შედეგად მოჰყვა კულტურული კოლონიალიზმი ანუ ერთი ერისა და მისი კულტურის დომინირება სხვა ერებზე და მათ კულტურებზე.

ამასთან, კოლონიალური რეჟიმების ევოლუცია შესაძლებელს ხდიდა, რომ სხვა ერებისა და რელიგიების განათლებული წარმომადგენლები დაახლოვებოდნენ ევროპული ცივილიზაციის

მიღწევებს, რადგანაც სწორედ იგი ითვლებოდა პროგრესის მატარებლად. „არაცივილიზებული“ თანდათან უნდა ზიარებოდნენ ცხოვრების ახალ სახესა და პრინციპებს.

ასეთ პოლიტიკას საკმაოდ „ჰუმანური“ დასაბუთება გააჩნდა: ცივილიზაციის კრიტერიუმს წარმოადგენს არა კანის ფერი ან თვალის ჭრილი, ამიტომ ნებისმიერ ერს შეუძლია გახდეს ცივილიზებული, თუ კი კულტურული განვითარების პროცესში ის უარს იტყვის საკუთარ ეროვნულ ტრადიციებზე.

XX საუკუნის მეორე ნახევარში კაცობრიობა მოწმე გახდა აშშ-ს უპრეცედენტო კულტურული ექსპანსიისა. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ იგი შეეხო სამხრეთ ევროპის ქვეყნებს, 1960 წელს - იაპონიას, 1970 წელს - ლათინური ამერიკის ქვეყნებს, 1990 წელს - რუსეთს.

დღეს კულტურული ექსპანსია ხორციელდება ძირითადად თანამედროვე აუდოვიზუალური საშუალებებით - ტელევიზია, კინო, რადიო. ამერიკული პროდუქცია ავიწროებს სამამულო კულტურის პროდუქციას მოხმარებისა და მასიური მხატვრული ნაწარმის სფეროში. ბევრ ქვეყანაში ტარდება პროტექციონისტური ღონისძიებები, რაც მიმართულია კულტურული ექსპანსიისაგან საკუთარი კულტურის დასაცავად. კერძოდ, შემოდის შეზღუდვები უცხოურ, პირველ რიგში ამერიკულ კინოპროდუქციაზე და სატელევიზიო ეთერზე.

3. დრო კულტურათაშორის კომუნიკაციაში. “ქრონემიკა“.

დრო კულტურათაშორის კომუნიკაციებში. დრო, ისევე როგორც სივრცე, სხვადასხვა კულტურებში სხვადასხვაგვარად აღიქმება. დროის შეგრძნება დაკავშირებულია საზოგადოების სოციოკულტურულ მახასიათებლებზე. კულტურათაშორის კომუნიკაციის თეორიაში ცხოვრების ტემპისა და რითმის თავისებურებებსა და დროის მსვლელობას, შეისწავლის ქრონემიკა.

ჰოლლის მიხედვით, კულტურულად გააზრებული დრო ცხოვრებისა და კომუნიკაციის მთავარ ორგანიზაციულ სისტემას წარმოადგენს, რამდენადაც ამ სისტემის საშუალებით ადამიანები გამოხატავენ საკუთარ გრძნობებს, საქციელისა და მოქმედებების მნიშვნელობას.

ყოველი კულტურისათვის დამახასიათებელია დროის საკუთარი აღქმა და გამოყენება. იმაზე, თუ როგორია კულტურაში დროის ფასი, დამოკიდებულია ცხოვრების ტემპი და რითმი, ადამიანთა ურთიერთობის ტიპები და ფორმები. რომ გავუგოთ პარტნიორს, საჭიროა იმის ცოდნა, თუ როგორ აღიქმება დრო მის კულტურაში. მაგ., თუკი დასავლური კულტურა მკაფიოდ აფიქსირებს დროს და დაგვიანება აქ დანაშაულადაც კი ითვლება, არაბულ ქვეყნებში, ლათინურ ამერიკასა და აზიის ზოგიერთ ქვეყნებში - დაგვიანება არავის არ უკვირს. ევროპული ქვეყნების საქმიანი ეტიკეტი მიუღებლად მიიჩნევენ მნიშვნელოვან შეხვედრებზე დაგვიანებას. უკიდურესი დროითი ინტერვალი - 7 წუთია, თუმცა ნაკლებად ფორმალურებულ შეხვედრაზე დასაშვებია 15 წუთით დაგვიანებაც (მაგ., თუ ლექტორი იგვიანებს ლექციაზე 15 წუთზე მეტს, სტუდენტებს აქვთ „კანონიერი“ უფლება დატოვონ აუდიტორია). ინდოეთში კი - ეტიკეტის მიხედვით დასაშვებია 40 წუთით დაგვიანება; არაბები ზუსტი ვადების დანიშვნას აღიქვამენ პირად შეურაცხყოფად; ეთიოპელები პრესტიჟულად თვლიან იმ საქმეს, რომელზეც დიდი დრო დაიხარჯა: რაც დიდხანს, მით უკეთესია.

პოლიტიკის მიხედვით, კულტურებს შორის ერთ-ერთი უმთავრესი განსხვავებაა - დროის მონოქრონულ და პოლიქრონულ აღქმასა და გამოყენებას შორის განსხვავება. დროის მონოქრონული აღქმა ნიშნავს, რომ დროის ერთი და იმავე მონაკვეთში შესაძლებელია მხოლოდ ერთი სახის მოღვაწეობა და მოქმედება სრულდება თანმიმდევრულად, ერთმანეთის მიყოლებით, როგორც ერთი ჯაჭვის რგოლები. დროის პოლიქრონული აღქმა კი პირიქით გულისხმობს, რომ დროის განსაზღვრული მონაკვეთის განმავლობაში შესაძლებელია რამდენიმე საქმის ერთდროულად კეთება. ასეთი განსხვავება ბადებს სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელთა ქცევის განსხვავებულ ტიპებს.

მონოქრონულ კულტურებში დრო წრფივია, იგი იყოფა მონაკვეთებად, რომელთა შევსებაც საგულდაგულოდ იგეგმება. ასეთი დრო შეიძლება დახარჯო, დაზოგო, გაფლანგო, დააჩქარო, შეანელო ან დაკარგო (საგულისხმოა, რომ სწორედ მონოქრონულ კულტურაში წარმოიშვა

ანდაზა „დრო - ფულია“). მონოქრონული კულტურა დამახასიათებელია ინდუსტრიულად განვითარებული ქვეყნებისთვის, ის ტიპურია გერმანიისთვის, აშშ-სა და ჩრდილოეთ ევროპის ქვეყნებისათვის.

პოლიქრონულ კულტურებში დრო აღიქმება არა როგორც წრფე, არამედ როგორც წერტილი, ამიტომ ის ნაკლებად საგრძნობია. ასეთი კულტურის წარმომადგენლები დროსთან მიმართებაში უფრო მოქნილნი არიან, დროის ზუსტ გამოყენებაზე ისინი არც კი ფიქრობენ, რადგანაც ის არ წარმოადგენს ღირებულს. ტიპურ პოლიქრონულ კულტურებს განეკუთვნება ლათინური ამერიკისა და ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნების კულტურები.

მონოქრონულ და პოლიქრონულ კულტურებს შორის განსხვავება შემდეგში მდგომარეობს:

- მონოქრონული კულტურის მატარებლები უპირატესობას ანიჭებენ ერთი და იმავე საქმის ერთი და იმავე დროის მონაკვეთში კეთებას, ისინი საკმაოდ ჩაკეტილები, მობილიზებულნი და კონცენტრირებულნი არიან თავიანთ სამუშაოზე, არ უყვართ, როცა მათ სწყვეტენ სამუშაო პროცესს, იცავენ ყველა შეთანხმებას, გააჩნიათ პასუხისმგებლობის გრძნობა, ცდილობენ სხვებს ხელი არ შეუშალონ, არიან პუნქტუალურები და უმეტესად, პიროვნებათშორის მოკლევადიანი კონტაქტების მომხრენი არიან; პატივს სცემენ სხვის საკუთრებას, იშვიათად სესხულობენ და ასესხებენ ფულს.
- პოლიქრონული კულტურის მატარებლებს, პირიქით, შეუძლიათ რამდენიმე საქმის ერთდროულად კეთება, ხშირად წყვეტენ სამუშაო პროცესს, ნაკლებ მნიშვნელობას ანიჭებენ შეხვედრებისას შეთანხმებებს. ისინი ხშირად და ადვილად ცვლიან საკუთარ გეგმებს, უფრო აინტერესებთ ადამიანი და მისი პირადი საქმეები, ვიდრე სამუშაო, ხშირად სესხულობ და ასესხებენ ფულს; მათი პუნქტუალურობა დამოკიდებულია ურთიერდამოკიდებულებაზე, ადამიანებთან ურთიერთობას ამყარებენ მთელი ცხოვრების მანძილზე.

როგორც წესი, მონოქრონულ და პოლიქრონულ კულტურებს შორის ურთიერთობებს ყოველთვის თან სდევს გართულებები. სხვისი დროით სისტემაზე მორგება იწვევს ნეგატიურ ემოციებს. მთავარია გვახსოვდეს, რომ სხვა დროითი სისტემის ადამიანთა საქციელზე არ შეიძლება ზუსტად ისე რეაგირება, როგორც საკუთარი დროითი სისტემის ადამიანთა ანალოგიურ ქცევაზე. მრავალ

მოქმედებას, მაგ., დაგვიანებას ან შეხვედრის უეცარ გადადებას, შეიძლება ქონდეს განსხვავებული, ხანდახან კი, საერთოდ საპირისპირო მნიშვნელობა.

4. 3. ლასუელის ფორმულა: “ვინ აცნობებს, სახელდობრ რას, როგორი არხებით, ვის და როგორი ეფექტით”, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის მთელი სისტემის სოციოლოგიური პროგრამა.

3. ლასუელი: “ვინ აცნობებს, სახელდობრ რას, როგორი არხებით, ვის და როგორი ეფექტით” (3, გვ. 233). შეიძლება ითქვას 3. ლასუელის ამ ფორმულაში მოცემულია მასობრივი კომუნიკაციის მთელი სისტემა, კ. დოიჩისეული “უკუკავშირის” მომენტის გარეშე. მასში გადმოცემულია მთელი სოციოლოგიური პროგრამა;

“ვინ” ამ სქემაში ნიშნავს მასობრივ კომუნიკატორთა სხვადასხვა სახის აღწერას, მათი მომზადების, კვალიფიკაციის, სოციალური და პიროვნული მახასიათებლების მიხედვით, იმის გარკვევას თუ როგორ წარმოუდგენია კომუნიკატორი აუდიტორიას, რამდენად ავლენს იგი თავის ჭეშმარიტ ბუნებას, რამდენად სიმართლესთან ახლოსაა მათ მიერ გადმოღებული ინფორმაციები, რამდენად ძალუძთ მათ იყვნენ ინფორმაციული მაუწყებლობის ხანგრძლივი ეფექტურობის წყარო.

“რა” ამ სქემაში ნიშნავს სხვადასხვა მეთოდით მასობრივი ინფორმაციის შინაარსის კლასიფიკაციას, თემებისა და სიმბოლოების გამოთვლას, ფართო პუბლიკის მიმართ გაკეთებული მოწოდებების საფუძველში მდებარე რიტორიკული ხერხებისა და წესების ანალიზს. ერთ-ერთი პრობლემაა მაუწყებლობისა და აუდიტორიის თანაფარდობის საკითხი. გასათვალისწინებელია ის, რომ ნათლად ფორმულირებული დასკვნების შემცველი ინფორმაციები უფრო ქმედითია, ვიდრე ისეთი ცნობები, რომლებსაც მიზნად აქვთ შეაგულიანოს აუდიტორია დამოუკიდებლად გააკეთოს დასკვნები. მაუწყებლობის შინაარსის კლასიფიკაცია, უწინარეს ყოვლისა, უნდა მოხდეს რეციპიენტის (მსმენელის, მკითხველის, მაყურებლის) მოქმედების თვალსაზრისით – შეამჩნია თუ არა მან გადმოცემული მასალა, წაიკითხა, მოისმინა თუ არა ბოლომდე, მოეწონა თუ არა და სხვა. ამის შემდეგ ვარკვევთ, თუ როგორ გამოიწვია რეციპიენტის მხრიდან მსგავსი რექციები მოცემული თემის გადაცემის ან განვითარების პროცესში გამოყენებულმა სიმბოლოებმა და მასალის განლაგებამ.

რაც შეეხება ინფორმაციის გავრცელების “არხებს”, აქ ძირითადად ლაპარაკია მასობრივი ინფორმაციის სხვადასხვა საშუალების გავლენისა და გავრცელების არეალის შესახებ. სტატისტიკურად ანალიზებენ რადიოსადგურებისა და ტელესადგურების, ტელევიზორების რადიომიმღებების, ვიდეოების, გაზეთებისა და ჟურნალების, გამოშვებული კინოფილმების ტირაჟს, თეატრებისა და კინოდარბაზების ტევადობასა და სხვა. იკვლევენ თითოეული მათგანისა და შესაბამისი აუდიტორიის კავშირს. ასევე საინტერესოა თითოეულ არხს შორის ურთიერთკავშირისა და კონკურენციის საკითხი. როგორც გამოკვლევებმა გვიჩვენეს, შესაძლებლობის შესაბამისად რეციპიენტთა

უმრავლესობა რეგულარულად უყურებს ერთ ან რამდენიმე ტელეარხს, რადიოსადგურს, გაზეთსა და სხვა.

3. ლასუელის ფორმულის მომდევნო პუნქტი “ვის “ ერთ-ერთი ყველაზე საინტერესო პრობლემაა სოციოლოგიური თვალსაზრისით, რამეთუ მოწოდებულია დაადგინოს, თუ სახელდობრ ვინ იღებს გადაცემულ ინფორმაციებს. აუდიტორია ამ შემთხვევაში შეიძლება აღიწეროს მრავალი ისეთი მახასიათებლით, როგორცაა: ეკონომიკური ჯგუფისადმი კუთვნილება, გეოგრაფიული რეგიონი, ოჯახის შემადგენლობა და სიდიდე, განათლება, აღმსარებლობა, პროფესია, ინდივიდუალური თავისებურებები და სხვა. მაგალითად, ამერიკელმა სოციოლოგებმა დაადგინეს, რომ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების გავლენის ქვეშ უფრო ადვილად ექცევიან ის ადამიანები, რომელთაც საკუთარი ღირსების სუსტად განვითარებული გრძნობა აქვთ. ასევე მნიშვნელოვანია, რომელიმე კონკრეტული არხისა თუ გადაცემის აუდიტორიის ანალიზი. მაგალითად, საინტერესოა ტელესერიალების მაყურებელთა და არამაყურებელთა დემოგრაფიული მონაცემები, საზოგადოებრივ ცხოვრებაში მათი მონაწილეობის, გონების თვალსაწიერისა და ინტერესების არეალის შედარებითი ანალიზი.

დაბოლოს, რაც შეეხება მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების “ეფექტურობას“, აღმოჩნდება, რომ გადაცემულ ინფორმაციას და აუდიტორიაზე მის ზემოქმედებას შორის არსებობს პირდაპირი და მარტივი კავშირი. გათვალისწინებულ უნდა იქნეს სოციალური ურთიერთქმედების უწყვეტი პროცესების არსებობა, რომლის ერთ-ერთ კომპონენტს თავად მასობრივი კომუნიკაცია შეადგენს; ასევე არსებითია ფსიქოლოგიური პროცესების გათვალისწინებაც. როგორც რ. მერტონმა შენიშნა, “პროპაგანდას არ ექნება მოსალოდნელი ეფექტი, თუ მისი შინაარსი არ იქნება აუდიტორიის ფსიქოლოგიური მოთხოვნილებების შესატყვისი “ (ციტ. 4. გვ. 619). ბ. ბერილსონის აზრით, “აუდიტორიაზე ზემოქმედება არ არის კომუნიკატორის განზრახვის ან მისი ინფორმაციის შინაარსის პირდაპირი შედეგი. ამგვარ სიტუაციაში დიდ როლს თამაშობს მკითხველის ან მსმენელის განწყობილება: მას შეუძლია აიცილოს ან შეცვალოს მოსალოდნელი ეფექტი ან მოახდინოს პირდაპირ საწინააღმდეგო ზემოქმედება “ (ციტ. 4. გვ. 619). ამგვარად, მხოლოდ მაშინ, როდესაც კომუნიკატორი ითვალისწინებს ფსიქოლოგიურ და სოციოლოგიურ ასპექტებს, მასობრივი კომუნიკაციის შედეგების წინასწარმეტყველება და გაანგარიშება დიდი სიზუსტითაა შესაძლებელი და ეფექტიც გაცილებით მაღალი.

ბილეთი #3

- მედია, როგორც სისტემური სტაბილურობის შენარჩუნების საშუალება.
- კულტურული დიფუზია, როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის ფორმა.
- კულტურათაშორისი განსხვავებების აღქმის ტიპები.
- კომუნიკატორი, რეციპიენტი და რეფერენტული ჯგუფები.

1. მედია, როგორც სისტემური სტაბილურობის შენარჩუნების საშუალება

ამ კუთხით საჩვენებელია ცნობილი ამერიკელი სპეციალისტის ელვინ დე ფლიუერის მცდელობა სისტემური მიდგომის მეშვეობით გამოიკვლიოს მკს-ი. ეს მოცემული კონცეპტუალური სქემა შემუშავებული იქნა XX-ის 60-იანი წლების ამერიკის მედიაში საქმიანობის კომერციული პირობებისა და ტრადიციების გასანალიზებლად.

ე. დე ფლიუერმა გამოიკვლია მასმედიის პროდუქციის შინაარსა და აუდიტორიის გემოვნებას შორის ურთიერთდამოკიდებულება. ამასთან ერთად მან მკს-ი განიხილა როგორც ავტონომიური (სოციალური) სისტემა, შემდგარი ქვესისტემისაგან. ამავე დროს აუცილებელია გავითვალისწინოთ, რომ მკს-ი “ჩაწერილია” რომელიღაც გარე სისტემაში, რომელიც სოციალურ, კულტურულ და ეკონომიკურ პირობათა ერთობლიობას წარმოადგენს.

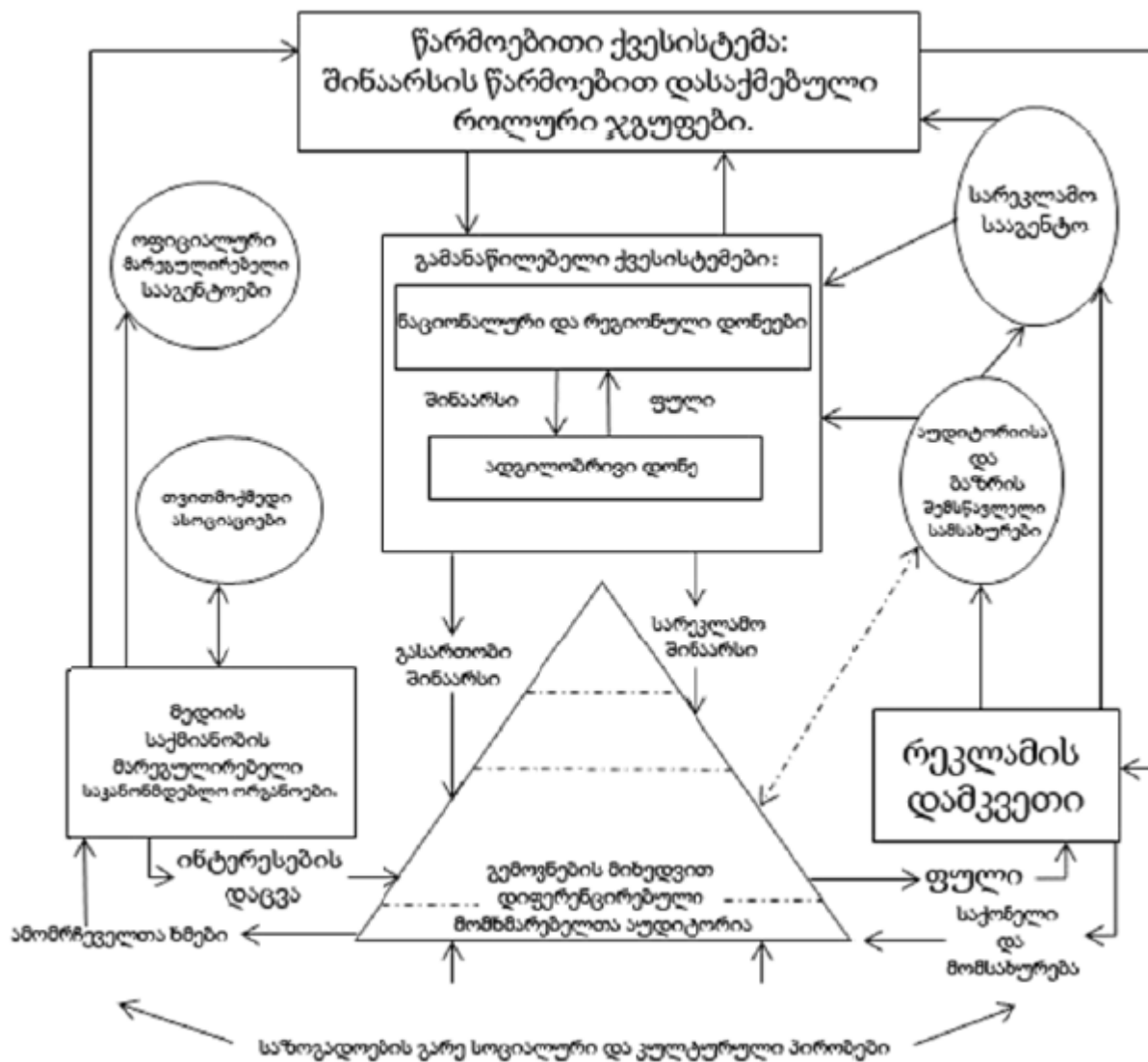
მასობრივი კომუნიკაციის სოციალური სისტემა შედგება რამდენიმე

მნიშვნელოვანი ასპექტისაგან-მხარისაგან: აუდიტორიისაგან, რომელიც გემოვნების

მიხედვით არის დეფერენცირებული, განათლების დონის, ასაკის მიხედვით და ა.შ.;

აუდიტორიის კვლევის ორგანიზაციებისაგან, მასობრივი კომუნიკაციის შინაარსის შემქმნელი და გამავრცელებელი ორგანიზაციებისაგან; სპონსორებისა და რეკლამის მიმცემთაგან,

სარეკლამო აგენტებისაგან. (ნახე სქემა 2.2)



ბუნებრივია, რომ როგორც ნებისმიერი სხვა სქემა, ისე შემოთავაზებული მოდელიც განსაზღვრულ გამარტივებებს გულისხმობს. კერძოდ მასობრივი კომუნიკაციის შინაარსი უწინარეს ყოვლისა განიხილება როგორც გასართობი. სწორედ მასალათა ეს ბლოკი შეადგენდა განსახილველ პერიოდში ამერიკული მედიის მასალათა უმეტეს ნაწილს. ერთის მხრივ, და ყველაზე მეტ აუდიტორიას იკრებდა მეორეს მხრივ.

გარდა ჩამოთვლილი ურთიერთდაკავშირებული კომპონენტებისა, აგრეთვე გამოიყოფა კონტროლის ქვესისტემა, საკანონმდებლო რომელიც მოიცავს:

სხვადასხვა დონის ორგანოთა ერთობლიობას, ნორმატიული აქტების კონტროლისა და დაცვის სააგენტოებს; თვითმოქმედ ასოციაციებს, რომლებიც ხელს უწყობენ კონტროლს.

მასობრივი კომუნიკაციის სისტემის ფუნქციონირების განმაპირობებელი შინაგან ზამზარასა და საბაზრო პირობას, დე ფლიუერის აზრით, ფინანსური პირობა შეადგენს. სისტემის შემადგენელი კომპონენტების უმრავლესობას წარმოადგენენ პროფესიონალური რეალური სტრუქტურები, რომლის პერსონალის მოტივაცია ფულის მეშვეობით მიიღწევა. ამასთან ერთად ყველანი ისინი

ამა თუ იმ ხარისხით დამოკიდებულია აუდიტორიაზე, როგორც სისტემის ცენტრალურ კომპონენტებზე.

მკს-ის ფუნქციონირების თვალსაზრისით გადამწყვეტი მნიშვნელობისაა აუდიტორიის უზრუნველყოფა “გასართობი” შინაარსით.

მასობრივი შინაარსი სწორედ იმიტომ გამოიყოფა, რომ მას უნარი შესწევს მიიზიდოს აუდიტორიის “გადამხდელუნარიანი” ნაწილის ყველაზე ფართო ფენები, გასართობი შინაარსის მოხმარება მჭიდრო კავშირშია ამათუ იმ პროდუქციათა თუ მომსახურებათა რეკლამის მოხმარებასთან. ამგვარად, მკს-ი ცხადია ხელს უწყობს იმას, რომ აუდიტორიის წარმომადგენლები აქტიურად ასრულებდნენ რეკლამირებული პროდუქტების მომხმარებლის როლს; და ამით, ხელი შეუწყონ მთელი სისტემის წონასწორობაში ყოფნას.

არსებობს განსაზღვრული მოთხოვნები, რომლებიც ამ კუთხით წაეყენება მკს-ის მასალებს. მასობრივი კომუნიკაციის მასალები აუდიტორიის ყურადღებას უნდა იქცევდეს, ხელს უნდა უწყობდეს სხვადასხვა საქონლის შეძენის აუცილებლობის რწმენას. ამასთან ერთად ეს მასალები მოთავსებული უნდა იქნენ არსებული მორალური ნორმებისა და სტანდარტების ჩარჩოებში. ეს საშუალებას მოგვცემს თავიდან ავიცილოთ მასალების მწარმოებელთა მიმართ არასასურველი სანქციების გამოყენება სისტემის მარეგულირებელი კომპონენტებისაგან.

მაყურებელთა ყველაზე მეტი რაოდენობის მიმზიდველი კონკრეტული შინაარსის შესახებ საუბრისას, დე ფლიუერი მიუთითებს, რომ პრაქტიკაში ასეთად გვევლინებიან ის მასალები, რომლებიც ორიენტირებულნი არიან მასობრივ, ხშირად, ნაკლებად მკაცრ, ნაკლებად მომთხოვნ გემოვნებაზე, საუბარია იმ ფილმებზე, სატელევიზიო დადგმებზე, გაზეთებსა და ჟურნალების მასალებზე, რომელშიც აქცენტი მარტივ იუმორზე, ბანალურ მელოდრამაზე, ხშირად კი ფიზიკურ ძალადობაზე, სიმკაცრეზე, სექსზე არის გაკეთებული, მსგავსი მასალების ფართო გავრცელება, ავტორის აზრით, იმით განისაზღვრება, რომ მათ 60-იანი წლების ამერიკულ საზოგადოებაში აუდიტორიის ყველაზე მრავალრიცხოვანი სეგმენტის ყურადღება მიიპყრეს და მიიზიდეს. ამავე დროს, აუდიტორიის ამ ნაწილმა თავისი მრავალრიცხოვნების ძალით გავლენა და მნიშვნელობა მოიპოვა საქონლისა და მომსახურების ბაზარზე.

ამგვარად, მასობრივი შინაარსი მედია სისტემის საკვანძო ელემენტია. აუდიტორიის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილის, რომელიც ამავე დროს ბაზრის ყველაზე დიდი სეგმენტია, გემოვნების ადექვატური მასალების ტრანსლაცია მთელი სისტემის ფინანსური სტაბილურობის უზრუნველყოფის საშუალებას იძლევა.

2. კულტურული დიფუზია, როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის ფორმა.

კულტურული დიფუზია წარმოადგენს ერთი საზოგადოებიდან მეორეში კულტურული ხასიათებისა და კომპლექსების ურთიერთ შეღწევას (დასესხებას) ამ საზოგადოებების ურთიერთშეხებისას (კულტურული კონტაქტისას). კულტურული ექსპანსიისგან განსხვავებით, რომელსაც უმეტესად ერთმიმართული ხასიათი აქვს, კულტურული დიფუზია - ორი ან მრავალმიმართულებიანი პროცესია, იმისდა მიხედვით, თუ რა რაოდენობის კულტურათა ურთიერთშემოქმედებას აქვს ადგილი, რომლებიც თავის ფასეულობებს სხვა კულტურებზე

ავრცელებენ. მის მექანიზმებს წარმოადგენს მიგრაცია, ტურიზმი, მისიონერთა მოღვაწეობა, ომები, ვაჭრობა, სავაჭრო გამოფენები და ბაზრობები, სამეცნიერო კონფერენციები და სხვა.

კულტურული დიფუზიისას ხალხებს ერთმანეთისგან გადმოაქვთ არა ყველაფერი, არამედ მხოლოდ ის, რაც პირველ რიგში - ახლოა მათ კულტურასთან ანუ რისი გაგება, შეფასება და შესაბამისად გამოყენება არის მათთვის შესაძლებელი; მეორეს მხრივ - გადმოაქვთ ისეთი ფასეულობები, რაც მათ მოუტანს აშკარა ან ფარულ სარგებელს, ასწევს მათ პრესტიჟს, მისცემს მათ სოციალური პროგრესის მაღალ საფეხურზე ასვლის საშუალებას; მესამეს მხრივ - პასუხობს მათ შინაგან მოთხოვნებს, ანუ ისეთ მოთხოვნებს, რომლებსაც ვერ იკმაყოფილებენ საკუთარი კულტურული არტეფაგებითა და კომპლექსებით.

როცა საზოგადოება წყვეტს ამა თუ იმ ფასეულობების, კულტურული და მეცნიერული მიღწევების, სოციალური ინსტიტუტების მიღება უღირს თუ არა, ის წინასწარ აწონდაწონის ყველა პლიუსს და მინუსს. თუ შემოსავალი (შემენა), რომელიც მიიღება რეციპიენტი-კულტურისაგან სიახლეების დანერგვით, აღემატება დანახარჯებს, მაშინ საზოგადოება წავა კულტურული დასესხების გზით. თუ კი, სიახლე კი არ ამსუბუქებს, პირიქით ამძიმებს პრობლემის გადაჭრას, მაშინ მასზე უარი უნდა ითქვას. სხვა სიტყვებით, კულტურული სიახლეების შემენისგან მიღებული მოგება უნდა აღემატებოდეს მისი უარყოფის შედეგად მიღებულ მოგებას.

ამ შემთხვევაში საუბარია კულტურული დიფუზიის მიზანმიმართულ და შეგნებულ პროცესზე, მაგრამ ამ პროცესს შეიძლება ჰქონდეს სტიქიური და უმართავი ხასიათიც, რომლის დროსაც არ ხდება კულტურული ინოვაციების შეგნებული შერჩევა.

კულტურული დიფუზია შეიძლება მიმდინარეობდეს არა მხოლოდ ხალხებსა და ქვეყნებს შორის, არამედ ჯგუფებს (სოციალური, დემოგრაფიული, პროფესიული და სხვა) შორისაც. ამიტომ განასხვავებენ მის ორ მიმართულებას:

ჰორიზონტალური - კულტურული სიახლეების ჰორიზონტალური გავრცელება შეიმჩნევა თანაბარი სტატუსის მქონე ჯგუფებს შორის, ამიტომ მას ჯგუფთაშორის კულტურული დიფუზიაც შეიძლება ვუწოდოთ (მაგ., ქალაქური კულტურის ელემენტების შეღწევა სოფლის დასახლებაში);

ვერტიკალური - კულტურის ელემენტების ვერტიკალური გავრცელება ხდება არათანასწორი სტატუსის მქონე სუბიექტებს შორის, მას ემახიან სტრატეგიკაციულ კულტურულ დიფუზიას (მაგ., არისტოკრატის მიერ უბრალო ხალხის ელემენტების დასესხება).

კულტურული დიფუზიის შედეგია კულტურული ინტეგრაცია, როცა ხდება ურთიერთზემოქმედი კულტურების გარკვეული ნაწილების თავმოყრა ერთ მთლიანობაში, რაც მათ ურთიერთკავშირს უზრუნველყოფს.

3. კულტურათშორისი განსხვავებების აღქმის ტიპები

„სხვაგვარის“ აღქმის თავისებურებები, კომუნიკაციის და ადაპტაციის მექანიზმები, ცვლილებები პიროვნების სტრუქტურაში, რომლებიც უცხო კულტურასთან შეხვედრის შედეგია, ადამიანის

შესაძლებლობათა განვითარება კომუნიკაციასთან მიმართებაში პოლიკულტურულ გარემოში - ეს არის საკვანძო პრობლემები, რომლებიც კულტურათაშორისი კომუნიკაციების სპეციალისტთა დაჟინებულ ყურადღებას იწვევენ.

დასავლეთელი მეცნიერების (ბენნეტი და სხვები) კულტურული კომუნიკაციის მრავალრიცხოვანი გამოკვლევების საფუძველზე სხვა კულტურაზე და მის წარმომადგენლებზე რეაქციის ექვსი ტიპი გამოიყო. განვიხილავთ მათ თანმიმდევრობით, უცხო კულტურასთან მიმართებაში, პოზიციის განვითარების პროგრესული მიმართულების ჩვენებით. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ აღქმის ნებისმიერი ტიპი არ შეიძლება განხილულ იქნას, როგორც ინდივიდის ერთმნიშვნელოვანი დახასიათება.

კულტურებს შორის განსხვავების უარყოფა - აღქმის ტიპი, დამყარებულია იმაზე, რომ მსოფლიოში ყველა ადამიანი იზიარებს (ან უნდა იზიარებდეს) ერთსა და იმავე მრწამსს, ქცევის ნორმებს, ფასეულობებს. ეს ტიპიური ობივატელის პოზიციაა, რომელიც დარწმუნებულია, რომ ყველამ უნდა იფიქროს და მოიქცეს ისე, როგორც თვითონ.

უარყოფა, როგორც უცხო კულტურაზე რეაქციის ტიპი, დროთა განმავლობაში ცვლილებებს განიცდის. საქმე ისაა, რომ ადამიანს ყოველთვის ჩაკეტილობის გამოვლენა არ შეუძლია, არც ახალი ფაქტებისგან ზეწოლის აცილება, არც სხვა კულტურის წარმომადგენლებთან ემოციური ურთიერთობის არიდება. ამ შემთხვევაში უარყოფა შეიძლება მოდიფიცირდეს დაცვით რეაქციაში.

საკუთარი კულტურული უპირატესობის დაცვა - აღქმის ტიპი, რომლის საფუძველში დევს სხვა კულტურების არსებობის აღიარება, ამასთან იქმნება მყარი წარმოდგენა, რომ უცხო კულტურის ფასეულობები და ადათ-ჩვევები ჩამოყალიბებული ცხოვრების წესისთვის საფრთხეს წარმოადგენენ. ეს საკმაოდ აქტიური, აგრესიულიც კი, პოზიციაა, რომელიც საკუთარი კულტურული უპირატესობების რეალიზაციას და უცხო კულტურების უგულვებელყოფას ახდენს.

დაცვითი რეაქციისას კულტურათაშორისი განსხვავებები არა მხოლოდ იგნორირდება, არამედ ისინი მკაფიოდ ფიქსირდება, როგორც სხვა კულტურის ნეგატიური სტერეოტიპები. ადამიანები გამოდიან დაყოფილები ნიშნით „ჩვენ“ (კარგები, მართლები, კულტურულები...) და

„ისინი“ (სრული საპირისპირო). ტიპიური სიტუაციები, როცა დაცვითი რეაქციის ფორმირება პრაქტიკულად გარდაუვალია, შემდეგია: სხვადასხვა რასის წარმომადგენლებს, გარეგნულად და ფიზიკურად განსხვავებულებს შორის კონტაქტი; ემიგრანტთა ჯგუფსა და ძირეულ მოსახლეობას შორის ურთიერთობა; გარკვეული „უცხოების“ ადაპტაცია ახალ კულტურაში - უცხოეთში სასწავლებლად მყოფი სტუდენტები და სპეციალისტები, უცხოელი მუშები, საერთაშორისო ორგანიზაციების წარმომადგენლები, უცხოური კომპანიები და სხვა.

შეიძლება მოგვეჩვენოს, რომ სხვადასხვა რასის, ეროვნების და კონფესიის ხალხს აუცილებლად მოეწონებათ ერთმანეთი თუ ისინი პირდაპირ კონტაქტში შევლენ, ახლოს გაიცნობენ ერთმანეთს. მაგრამ კულტურათაშორის კომპეტენტურობის დაბალ დონეზე, რომლითაც ხასიათდება უცხო კულტურის „დაცვითი“ აღქმა, ხდება საწინააღმდეგო - ნეგატიური სტერეოტიპები და აგრესიის

გამოვლენა მხოლოდ ძლიერდება. ქვევის და აღქმის დაცვითი მოდელის ფორმირება ხდება, როგორც უშუალოდ პიროვნებათაშორის ურთიერთობებისას, აგრეთვე სოციალური და პოლიტიკური ინსტიტუტების შუამდგომლობითაც.

კულტურული განსხვავებების მინიმიაზაცია - დასავლური საზომებით საკმაოდ წინასწარი წესია სხვა კულტურების აღქმაში. მისით ხასიათდება აღიარება, რომ შესაძლებელია უცხო კულტურული ფასეულობების არსებობა და გამაერთიანებელი ნიშნების ძებნა. ასეთი იყო ტიპური რეაქცია საბჭოთა ადამიანის ქვეყნის შიგნით კულტურათაშორის განსხვავებებზე, როცა ნაციონალური კულტურების, ეთნიკური და რელიგიოზური ჯგუფების ფასეული შინაარსი, დაფარული იყო საერთო საბჭოთა სტერეოტიპული სიმბოლოებით. (ამას მოწმობს ცნობილი ფორმულირება „ხალხთა ახალი ისტორიული ერთობა - საბჭოთა ხალხი“). უფრო იშვიათად, ზემოაღწერილი ტიპებისგან განსხვავებით, გვხვდება კულტურებს შორის განსხვავებების აღქმის საკმაოდ პოზიტიური ვარიანტები (სტაბილური სიტუაციებისას, მით უმეტეს კრიზისების დროს). კერძოდ, როცა ადამიანს შეუძლია მიიღოს სხვა თვითმყოფადი კულტურის არსებობა, მოახდინოს ადაფტირება და ინტეგრირდეს მასში.

კულტურათა შორის განსხვავების არსებობის მიღება - კულტურათაშორის აღქმის ტიპია, რომელიც ხასიათდება სხვა კულტურის ცოდნით, მთლიანობაში კეთილგანწყობილია ურთიერთობაში, ამასთან, უცხო კულტურის სფეროში აქტიურ შეღწევას არ გულისხმობს.

ახალ კულტურასთან ადაპტაცია (ადაპტირება) - სხვა კულტურებთან პოზიტიური ურთიერთობა, მისი ნორმებისა და ღირებულებების აღქმა, უნარი იცხოვროს და იმოქმედოს მისი წესებით და ამასთან ერთად, შეინარჩუნოს საკუთარი კულტურული იდენტურობა.

ინტეგრაცია მშობლიურში და ახალ კულტურებშიც - პოლიკულტურული პიროვნების რეაქციის ტიპი, რომელიც დაინტერესებულია უცხოკულტურული ნორმებით და ღირებულებებით იმ დონეზე, რომ მათ აღქმას იწყებს როგორც საკუთარის, მშობლიურის.

კულტურათაშორის განსხვავებებთან დადებითი დამოკიდებულება რომ გამოიწვევდეს, საჭიროა კულტურული ჩაკეტილობის გარღვევა, რომელიც ნეგატიურ რეაქციებს ბადებს. უცხო კულტურაში ადაპტირება და ინტეგრაცია ეფუძნება არა მარტო ენის, ნორმების, ადატ-წესებისა და ღირებულებების ცოდნას, არამედ მთავარია მისი ფასეულობებისა და მითითებების გაგების პირადი დაინტერესება, მის წარმომადგენლებთან მჭიდრო ემოციალური კონტაქტები. მიუხედავად ყველაფრისა, კულტურათაშორის ურთიერთობაში ჭეშმარიტი ურთიერთგაგების მიღწევა იშვიათია, რადგანაც ეს მოითხოვს არაორდინალურ პირადულ თვისებებს, უნარს ფაქიზად და შემოქმედებითად აღიქვან საკუთარი და სხვა კულტურის მემკვიდრეობა.

კულტურათაშორის კონტაქტების რეალური ფაქტების შესწავლით დადგენილია, რომ უცნობ კულტურებში მოხვედრილი ადამიანის აღქმის ევოლუცია სამ ეტაპად მიმდინარეობს. რიგ შემთხვევებში, როცა საუბარია ინდივიდუალურ აღქმაზე გამოყოფენ ნულოვან ეტაპს. მას ადგილი აქვს უშუალოდ კონტაქტის წინ და დაკავშირებულია სიტუაციასთან გაცნობის პროცესთან.

პირველი ეტაპი - „თაფლობის თვე“ (ნ.იკონნიკოვა), როცა უცხო კულტურასთან, მის მიღწევებთან და წარმომადგენლებთან გაცნობა ბადებს ოპტიმიზმს, ამაღლებულ განწყობას, დაჯერებულობას წარმატებულ ურთიერთმოქმედებაში.

მეორე ეტაპი - „კულტურული შოკი“ , ეს იმედების მსხვერვის პერიოდია, როცა დადებითი ემოციალური ხასიათი დეპრესიით და მტრული განწყობით იცვლება. შოკი, უპირველესად, ემოციონალურ სფეროში წარმოიშობა, თუმცა სოციალური ფაქტორებიც განსაკუთრებულ როლს თამაშობენ. კულტურული შოკის სიმპტომები ძალზედ განსხვავებულია: ჭურჭლის, თეთრეულის, წყლის ხარისხზე და საკვებზე გადაჭარბებული ზრუნვიდან - ფსიქომატიკურ აშლილობამდე: საერთო მღელვარება, უძილობა, შიში. მათ შეუძლიათ დეპრესიის გამოწვევა, ალკოჰოლიზმის ან ნარკომანიის და თვითმკვლელობისაც კი.

რა თქმა უნდა, კულტურულ შოკს დადებითი მხარეც გააჩნია: თანამედროვე მკვლევრები თვლიან, რომ ეს ნორმალური რეაქციაა და ახალ პირობებთან შეჩვევის პროცესის ნაწილია. უფრო მეტიც, ამ პროცესის მსვლელობისას ადამიანი მხოლოდ ახალი კულტურის ნორმებისა და ქცევების შესახებ ცოდნას კი არ იღებს, არამედ საკუთარ კულტურასაც ავითარებს, მიუხედავად იმისა რომ იგი განიცდის სტრესს.

მესამე ეტაპი ქცევათა სხვადასხვა სტრატეგიების გამომჟღავნებას გულისხმობს. ერთ შემთხვევაში, ეს არის „ადაპტაცია“, როცა სიტუაციის რეალისტური შეფასება ფორმირდება, ადექვატურად აღიქმება მიმდინარე მოვლენები. იქმნება საკუთარი მიზნების მიღწევის საშუალება. მეორე შემთხვევაში, „გაქცევა“ - ახალი კულტურის სრული უარყოფა და ამ შემთხვევაში გარდაუვალი უკანდახევა, გაქცევა გადატანითი და პირდაპირი მნიშვნელობით.

ეტაპთა მონაცვლეობა დამოკიდებულია კულტურული კონტაქტის ხანგრძლივობაზე. კულტურული მოგზაურობა ან ხანმოკლე მივლინება, როგორც წესი „თაფლობის თვის“ ფაზას არ აღემატება და ნათელ და სასიამოვნო შეგრძნებას ტოვებს. საზღვარგარეთ, ნახევარი წლით და მეტი ხნით ყოფნა ახალ კულტურასთან ახლო გაცნობისა და ადაპტაციის ფაზაში გადასვლის საშუალებას იძლევა. საზღვარგარეთ ყოფნა ერთიდან სამ თვემდე განსაკუთრებით ძნელი ვადაა კულტურული შოკიდან გამოსასვლელად. ამ დროს ადამიანებს სასწრაფოდ ფსიქოლოგიური და სოციალური დახმარება სჭირდებათ.

4. კომუნიკატორი, რეციპიენტი და რეფერენტული ჯგუფები.

კომუნიკატორი, რეციპიენტი და რეფერენტული ჯგუფები. სოციოლოგიური მიდგომის მიხედვით, ინდივიდი მასობრივ კომუნიკაციას აღიქვამს, როგორც გარკვეული ჯგუფის წევრი, რომელსაც მისთვის დიდი მნიშვნელობა აქვს. ადამიანებს, როგორც ჯგუფების წევრებს, მიდრეკილება აქვს დაეთანხმოს ჯგუფის სხვა წევრთა უმრავლესობის აზრს, მიუხედავად იმისა, შეესაბამება იგი ობიექტურ ჭეშმარიტებას თუ არა. შესაბამისად, ჯგუფის წევრთა თანხმობა გამოსადეგია ინდივიდთა მიერ გამოთქმული შეხედულებების თუ ორიენტაციების კრიტერიუმებად. ხშირად ინდივიდის მიერ ინფორმაციის აღქმა ან მასზე რეაქცია საოცარ მსგავსებას ავლენს მისი ოჯახის წევრების, მეგობრების, რეფერენტული ჯგუფების აღქმებსა და რეაქციებთან. ამ დროს მნიშვნელობა არა აქვს იმას, როგორ იღებენ ამ ჯგუფის წევრები ინფორმაციებს—ერთად თუ ცალ-ცალკე, აქვთ თუ არა საშუალება ერთად გამართონ კამათი

მოცემულ ინფორმაციებზე. შეხედულებათა ეს დამთხვევა გამოწვეულია ინდივიდსა და მისთვის მნიშვნელობის მქონე ანუ რეფერენტულ ჯგუფებს შორის უწყვეტი ურთიერთქმედებით. მას ჯგუფის წევრებთან აახლოვებს წარსული გამოცდილების მრავალი ელემენტის ერთიანობა; მათგან შეითვისა ინდივიდმა მრავალი უმთავრესი იდეა და წარმოდგენა იმის შესახებ, თუ რა არის ჭეშმარიტი, ესთეტიკური და ზნეობრივი. სწორედ ეს გამოცდილება და ღირსებები განსაზღვრავენ იმას, თუ რას და როგორ აღიქვამს მოცემული ინდივიდი.

ჯგუფი, სოციალური სისტემა საზოგადოდ, არა მხოლოდ აძლევს ინდივიდს რაღაც სტანდარტს, კრიტერიუმს, რომლის დამხარებითაც ინდივიდს შეუძლია საკუთარი თავისა და სხვების შეფასება, არამედ უფრო ნიშნელოვანია ის, რომ ინდივიდის ოჯახი, მეზობლები, თანამშრომლები, ერთი სიტყვით, ყველა ის ჯგუფი, რომლის დამოკიდებულებას ინდივიდისათვის მნიშვნელობა აქვს, აყალიბებენ მასში ღირებულებებს ისე, რომ ისინი ეთანხმებოდნენ ჯგუფის ღირებულებებს. ჯერ კიდევ ჯ. მიდი აღნიშნავდა, რომ ინდივიდი მთელი თავისი ცხოვრების მანძილზე სესხულობს და ითვისებს „სხვების“, ე.ი. ამ ჯგუფის წევრების მრავალ ძირითად ღირებულებებს; ინდივიდისათვის „სხვები“ ასრულებენ „შინაგანი ფორუმის“ როლს, სადაც იგი განიხილავს მის წინაშე მდგარ ალტერნატივებს. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ყოველთვის, როდესაც ინდივიდი ყოველდღიურ ურთიერთქმედებებში ჯგუფის წევრების გამოთქმებსა და ღირსებებს თავის ქცევებს უთანხმებს, ისინი იწონებენ და აჯილდოებენ მას. როდესაც იგი უპირისპირდება მათ, ჯგუფის წევრები უკმაყოფილებას გამოთქვამენ და უარყოფით სანქციებს იყენებენ მის წინააღმდეგ. ამიტომ თავის მოქმედებებში ინდივიდი ითვისებს „სხვების“ მოლოდინსა და რეაქციებს, რათა დაიმსახუროს მათი მოწონება.

ინდივიდთა მიერ ჯგუფის, როგორც ხელმძღვანელობისა და ორიენტაციების წყაროს, აღქმის ტენდენცია ერთგვაროვან განწყობებსა და ღირებულებებს აყალიბებს ჯგუფის წევრებში, შეიძლება ითქვას, ერთ პოზიციაზე აყენებს მათ. როგორც ცნობილია, ჯგუფის წევრები ურთიერთობებში, საუბრებისას ძლიერ კმაყოფილებას განიცდიან, როდესაც მათი შეხედულებები ერთმანეთს ემთხვევა, ამის შედეგად ისინი ზეგავლენას ახდენენ ერთმანეთზე ერთნაირი განწყობილებების შემუშავების მიზნით. მაშინაც კი, როდესაც ჯგუფის წევრთა შეხედულებებს შორის შეინიშნება განსხვავება, იგი ბადებს სურვილს ერთგვაროვნების აღდგენისაკენ, ხოლო თუ ეს შეუძლებელია, მაშინ ჯგუფისაგან სხვაგვარად მოაზროვნე წევრების ჩამოცილების მისწრაფებას.

ინდივიდი მრავალი ჯგუფის წევრია. თუ ამ ჯგუფთა მოლოდინები პრინციპულად მსგავსია, მაშინ მათ შეუძლიათ ერთმანეთი გააძლიერონ, ასეთ შემთხვევაში ინდივიდს შეუძლია ისინი ერთად გამოიყენოს თავისი შეხედულებებისა და მოქმედებების ორიენტაციების კრიტერიუმად, მაგრამ მათი ღირებულებები და ორიენტაციები ერთმანეთს ეწინააღმდეგება, მაშინ ინდივიდი განიცდის „როლების კონფლიქტს“ და „ჯვარედინი ზეწოლის“ ქვეშ იმყოფება, რაც ხშირად განაპირობებს მის მერყეობას გადაწყვეტილებების მიღებისას, ან საერთოდ მის მიღებაზე უარის თქმას. მასობრივი კომუნიკაციების ინდივიდუალური აღქმისა და მასზე რეაქციების საფუძველში დევს სოციალური სტრუქტურა, რომელიც იმ ინდივიდუალურ აღქმათა მრავალსახეობას ერთ მთლიანობად აქცევს. ნათელი ხდება, რომ ინდივიდი შერჩევით იღებს ინფორმაციებს, პროგრამებს; ამ არჩევნების ხასიათზე დიდ გავლენას ახდენს არა მხოლოდ ასარჩევი საგანი ან

მისი თანმხლები რეკლამა და პროპაგანდა, არამედ მისი გარემომცველი ადამიანები. ესა თუ ის ინდივიდი ხშირად წყვეტს შეიძინოს რაიმე ნივთი, ხმა მისცეს რომელიმე პარტიას, უყუროს რომელიმე სატელევიზიო პროგრამას, წაიკითხოს განსაზღვრული გაზეთი იმიტომ, რომ ასე იქცევიან ის ადამიანები, რომლებსაც იგი ენდობა და არა იმიტომ, რომ იგი უპირატესობას ანიჭებს მოცემულ ნივთს, კანდიდატს ან პროგრამას. ამგვარად, „მისი“ რეაქციები და აღქმები „სხვების“ რეაქციებთან მიმართებაში არ არიან შემთხვევით. მისი აღქმები და რეაქციები არის ჯგუფის ყველა წევრს შორის ურთიერთგაგებისა და ურთიერთორიენტაციების მოდელის შემადგენელი ნაწილი“ (4, გვ. 630)

მასობრივი კომუნიკაციის ინფორმაციებზე რეაქციებს განაპირობებს არა მხოლოდ ინდივიდის დამოკიდებულება რეფერენტული ჯგუფებისადმი, არამედ თავად ამ ჯგუფებისაგან შემდგარი სოციალური სტრუქტურაც. ინდივიდის მოქმედებას განსაზღვრავს არა მხოლოდ მისთვის მნიშვნელად, ანუ რეფერენტულ ჯგუფებთან დამოკიდებულება, არამედ ამ ჯგუფთა კავშირებისა და დაპირისპირებისაგან შემდგარი ფართო სოციალური სტრუქტურაც. ამგვარად, მასობრივი კომუნიკაცია დადის ინდივიდამდე, რომლის ჯგუფის წევრები და თვით ჯგუფური ორიენტაციები განსაზღვრულ ურთიერთკავშირსა და დამოკიდებულებებში იმყოფებიან.

კომუნიკაციის პროცესი, რეციპიენტის გარდა, მოიცავს კომუნიკატორსაც, ანუ იმას, ვინც ინფორმაციას გადასცემს. კომუნიკატორს კი არა აქვს მნიშვნელობა ინდივიდია იგი თუ ორგანიზაცია, უკავია გარკვეული ადგილი სოციალური ურთიერთობების სტრუქტურაში. ამიტომ მხოლოდ იმის შესწავლა, თუ როგორ ზემოქმედებს რეციპიენტზე გარემომცველი სოციალური სტრუქტურა და სოციალური პროცესი, არ იქნება საკმარისი. სოციალური თვალსაზრისით, აუცილებელია შევისწავლოთ თავად კომუნიკატორის მიმართულებისა და ორიენტაციების განმაპირობებელი ფაქტორებიც. რეციპიენტის მსგავსად კომუნიკატორი ფლობს შემეცნებით სტრუქტურას, რომლის მეშვეობითაც, იგი იხილავს თავის აღქმებსა და შერჩეულ ალტერნატივებს. მას ასევე ჰყავს მეგობრები და რეფერენტული ჯგუფები; იგი ასევე არის უფრო ფართო სოციალური სტრუქტურის ნაწილი. მაგალითად, საწარმოო ასოციაციების, პროფკავშირების, ფერმერული გაერთიანებისა თუ ვეტერანთა კავშირის და სხვა.

მასობრივი კომუნიკაციის ინიციატორზე გავლენის მომხდენი სოციალური სტრუქტურა შეიძლება გავიაზროთ შემეცნების სოციოლოგიის ტერმინებში. რ. მერტონის მიხედვით ესაა კვლევის სფერო, რომელიც მოიცავს კულტურის პროდუქტთა (იდეების, იდეოლოგიების, სამართლებრივი და ზნეობრივი შეხედულებების, ფილოსოფიის, მეცნიერების, ტექნიკის) მთელ ერთობლიობას და მისწრაფვის დაადგინოს: „...მოაზროვნე ადამიანის (კომუნიკატორის) პერსპექტივების განმსაზღვრელი სოციალური ფაქტორები, და ის, თუ როგორ მივიდა იგი თავის იდეებთან... მეცნიერი კი, რომელიც სწავლობს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებს, პირიქით დასაწყისიდანვე ძირითადად ინტერესდება აუდიტორიაზე მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებების ზემოქმედებით... ერთი ყურადღებას ამახვილებს წყაროზე, მეორე კი – შედეგებზე“ (4, გვ. 645).

რ. მერტონის მიერ გაანალიზებული “შემოქმედების სოციალური საფუძვლები”: სოციალური მდგომარეობა, კლასობრივი მიკუთვნებულობა, წარმოშობა, პროფესიონალური როლი, წარმოების წესი, ჯგუფური სტრუქტურა (უნივერსიტეტი, ჩინოვნიკები, აკადემიური დაწესებულებები, სექტები, პოლიტიკური პარტიები), “ისტორიული სიტუაცია”, ინტერესთა წრე,

საზოგადოება, სოციალური პროცესები (შეჯიბრება, კონფლიქტი) და სხვა, მთლიანად და სრულად შეიძლება გამოვიყენოთ მასობრივი კომუნიკატორის მოქმედების განმაპირობებელი მთავარი ჯგუფობრივი კავშირებისა და სტრუქტურული კონტექსტების განსაზღვრების მიზნით.

მაშასადამე, კომუნიკატორიცა და რეციპიენტიც გვევლინება უფრო ფართო სისტემის შემადგენელ ნაწილებად: კომუნიკატორი თავის ინფორმაციებს გადასცემს სხვა პირებისა და ჯგუფების მოლოდინებისა და მოქმედებების შესატყვისად, ოღონდ ერთი და იმავე სისტემის ჩარჩოებში. როგორც პოლიტიკურ კომუნიკატორს შეუძლია იმოქმედოს მხოლოდ მაშინ, თუ მას მხედველობაში აქვს თავისი პარტიის სხვა წევრები და თავისი ერის სხვა წარმომადგენლები. კომუნიკატორი მუდამ მოქმედებს რეციპიენტის შესატყვისად და რეციპიენტის მოსალოდნელი რეაქციის გათვალისწინებით. როგორც ჯ. მიდი ამტკიცებს, ორატორი, რომელსაც ძალუმს თავის აუდიტორიაზე ზემოქმედება, "...არა მხოლოდ შესაბამისი წესით განაწყობს მათ, არამედ თვითონაც იღებს მათ განწყობილებებს. იგი თითქოსდა თავის თავზე იღებს იმ სხვა ადამიანის როლს, რომელზეც სურს თავისი სიტყვით გავლენა მოახდინოს. სწორედ იმის წყალობით, რომ ორატორი იღებს თავის თავზე სხვა ადამიანის როლს, მას შეუძლია, კვლავ დადგეს საკუთარ პოზიციას და საჭირო მიმართულება მისცეს კომუნიკაციური ურთიერთობის საკუთარ პროცესს" (4, გვ. 645).

ამგვარად, მასობრივი კომუნიკაციის პროცესი ატარებს ურთიერთქმედების ხასიათს, ამიტომ მისი შემადგენელი ელემენტები – კომუნიკატორი და რეციპიენტი – უნდა განიხილებოდეს ერთმანეთთან კავშირში. ორივე კი, თავის მხრივ უნდა განიხილებოდეს როგორც უფრო ფართო ერთი და იმავე სოციალური სისტემის ასპექტების სახით. ამ შემთხვევაში ჩვენ შევძლებთ გავარკვიოთ, თუ როგორ გავლენას ახდენს კომუნიკაციის პროცესი სოციალურ სისტემაზე და პირიქით, სოციალური სისტემა რა გავლენას ახდენს თავად მასობრივი კომუნიკაციის პროცესზე.

ბილეთი #4

- მასობრივი კომუნიკაცია თვითრეფერენტულ სოციალურ სისტემაში.
- კულტურული კონფლიქტი, როგორც კულტურათაშორისი კომუნიკაციის ფორმა.
- ინფორმაციონალური კაპიტალიზმის კულტურული შედეგები.
- კომუნიკაცია და პოლიტიკური სისტემები.

1. მასობრივი კომუნიკაცია თვითრეფერენტულ სოციალურ სისტემაში

აქ ძირითადად ბჭობა იქნება ცნობილი გერმანელი თეორიტიკოსი სოციოლოგის ნიკლას ლუმანის (1927-1998) შრომაზე “მასმედიის რეალობა”. შრომა ლუმანისეული სოციალური სისტემების ზოგადი თეორიის ჩარჩოებშია შესრულებული და მასობრივი კომუნიკაციების ერთერთი ყველაზე საინტერესო კვლევათაგანია, რომელიც სისტემების_ფუნქციონირების მიდგომის ტრადიციებშია შესრულებული.

სანამ მედიის როლის ლუმანისეულ ხედვას გავაანალიზებდეთ, სასარგებლო იქნებოდა ლუმანის ზოგიერთ ზოგად თეორიულ პოზიციას თუ გავითვალისწინებთ. ძირითადად იგი ჩილელი ნეიროფიზიოლოგების ჰ. მატურანასა და ფ. ვარელას ბიოლოგიურ მსჯელობებსა და განაზრებებს ეყრდნობა. მათი კვლევის საგანი იყო ის, თუ როგორია სამყაროს შესახებ ჩვენი წარმოდგენების წარმოქმნისა და დაბადების მექანიზმი.

ავტორთა აზრით, რაიმეზე მითითებისას, ჩვენ ვიძლევიტ განსხვავების კრიტერიუმს. თანაც ეს კრიტერიუმი გვაძლევს კიდევ ობიექტის როგორც რომელიღაც ერთიანობის თვისებას. როდესაც ჩვენ ვლაპარაკობთ ერთიანობის, ზოგადობის შესახებ, ლატენტურად, ფარულად ვგულისხმობთ განსხვავების ოპერაციას, რომელიც შესაძლებელს ხდის კიდევ ამ ერთიანობა_ზოგადობას.

მატურანა და ვარელა ყველა ცოცხალ არსებას აუტოპოესისურ ერთიანობებს მიაკუთვნებს, ე.ი. თვითმწარმოებელ ორგანიზაციებს მიაკუთვნებენ (ტერმინი აუტოპოესისი თვითმწარმოებელ, თვითაღმწერ სისტემას ნიშნავს) აუტოპოესის იდეა აქცენტს იმაზე აკეთებს, რომ ცოცხალი არსებები ავტონომიურ ერთიანობებს წარმოადგენენ, რომლებიც უწყვეტ ურთიერთქმედებათა ქსელში არიან ჩართული და დაკავშირებული. ამ კონცეფციის თანახმად, ორგანიზმში არაფერია ისეთი, რაც არ იქნებოდა თვით ორგანიზმთან კავშირში, თავად ორგანიზმისეული, და ამ სახით არ იქნებოდა თავად ორგანიზმის მიერ წარმოებული. ე.ი. აუტოპოესისური ერთიანობის ყოფიერება (არსებობა) და შექმნა_განხორციელება ერთმანეთისაგან განუყოფელია და ამაში მდგომარეობს მხოლოდ მისთვის დამახასიათებელი ორგანიზაციის წესი.

ამ კონცეფციის მწვენილოვანი მომენტია ორგანიზმისა და გარემოს ურთიერთქმედების მატურანასა და ვარელასეული ინტერპრეტაცია. ავტორებს შემოქვეთ “სტრუქტურული შეუღლება_დაკავშირების” ცნება. მისი დახმარებით გვიხსნიან, აუტოპოესისურ ერთიანობასა და გარემოს შორის ურთიერთქმედება_შეფოთებებისაგან შედეგება. ამ ურთიერთქმედებაში გარემოს სტრუქტურა “უშვებს” სტრუქტურულ ცვლილებებს აუტოპოესისურ ერთიანობებში და პირიქით. ამგვარად, სტრუქტურული კავშირ_შეუღლება სისტემისა და გარემოს ურთიერთ სტრუქტურულ “დრეიფს” გულისხმობს. ეს კი თავის მხრივ, წინასწარ განსაზღვრავს ორგანიზმისა და გარემოს თანაფარდობით ცვლილებებს ე.ი. ონტოგენეზისს.

რთულ ორგანიზმში ნერვიული სისტემა ორგანიზებულია როგორც აქტიურ კომპონენტთა ქსელი. კომპონენტთა შეწყვილება ყოველი თავისი ადაპტაციის და ორგანიზაციის შენარჩუნების დროს ხდება. რთული ნერვიული სისტემის მქონე ორგანიზმების ურთიერთქმედებით რთული სტრუქტურული შეკავშირება_შეუღლებადობის მქონე სფერო იქმნება. ეს კი საშუალებას იძლევა, მატურანასა და ვარელის აზრით, ადამიანის სოციალური დინამიკა განვიხილოთ როგორც ბიოლოგიური ფენომენი. ადამიანური ჯგუფები როგორც სოციალური სისტემები კომპონენტთა მაქსიმალურ ავტონომიას გულისხმობენ. ამავე დროს სისტემის წევრთა სტრუქტურული პლასტიურობა და ურთიერთქმედებებში შეთანხმებულობა უწყვეტი სოციალური სწავლებითაა განპირობებული.

რამდენადაც ნებისმიერი სოციალური ორგანიზმი, როგორც რომელიღაც სოციალური ერთიანობის წევრი, ჩართულია მუდმივ სტრუქტურულ შეუღლება_შეკავშირებაში, ამრიგად მართლზომიერი იქნება თუ ქცევას განვიხილავთ როგორც კომპონენტთა შორის ურთიერთ კოორდინაციას. ამასთან დაკავშირებით, ავტორებს შემოაქვთ “კომუნიკაციის”, როგორც კოორდინირებული ქცევის ცნება, რომელსაც სოციალური ერთიანობის წევრები ერთმანეთს “უგზავნიან”. სხვა სიტყვებით, კომუნიკაციის ფენომენი დამოკიდებულია არა იმაზე, თუ რა გადაიცემა, არამედ იმაზე, თუ რა მოსდის იმათ, ვინც გადაცემულს იღებს.

ქცევის ანალიზის მიმართ ვარელა და მატურანა იყენებენ “დამკვირვებლის” ცნებას. ავტორთა თანახმად, ქცევა შეიძლება განვიხილოთ, როგორც დამკვირვებლის მიერ გარემომცველი სინამდვილის მიმართ სისტემის მდგომარეობის ცვლილებების_ცვალებადობის აღწერა.

სოციალური სისტემების სტატისტიკა, სხვათა შორის იმაშიც არის, რომ ენა საშუალებას აძლევს იმათ, ვინც მისი საშუალებით მოქმედებს, აღწერონ საკუთარი თავი ლინგვისტური განსხვავებების გზით. ენასთან ერთად წარმოიქმნება დამკვირვებელიც როგორც რაღაც “ენობრივი”_ არსება.

ამავე დროს საზრისი წარმოიქმნება როგორც ლინგვისტურ განსხვავებათა მიმართება_დამოკიდებულება. საზრისის მეშვეობით კი ხდება სისტემური ადაპტაციის უზრუნველყოფა.

სოციალურ სისტემათა ლუმანისეული თეორიის ერთერთი ძირითადი “კომპლექსურობის” ცნებაა. ყოველი სოციალური სისტემისათვის გარემომცველი სინამდვილე სისტემაზე გაცილებით უფრო რთულია. ამიტომ, სისტემის ჩამოყალიბება კომპლექსურობის შემცირებას (რედუქციას) გულისხმობს სისტემასა და გარემოს შორის საზღვრის გავლების საშუალებით. პირველადი სირთულის, უფრო მარტივით შეცვლა განისაზღვრება როგორც სირთულის რედუქცია. ე.ი. სისტემამ მუდმივად უნდა ამოირჩიოს ოპერაციათა სიმრავლისაგან და მუდმივად უნდა შეძლოს საკუთარი თავის კვლავწარმოება. სისტემის ეს თვისება განისაზღვრება როგორც თვითრეფერენტულობა_ ანუ ესაა სისტემის თავის თავზე რეაქციის გზით სინამდვილეზე რეაგირების უნარი.

მასმედია როგორც რეალობის კონსტრუირების საშუალება

კვლევის ცენტრალურ საკითხს ლუმანი შემდეგ ფორმულირებას უკეთებს: “როგორ აგებს მასმედია რეალობას, ანუ, უფრო, ზუსტად, როგორ აღწერენ სოციოლოგები მასმედიის მიერ რეალობის კონსტრუირების რეალობას?”

ლუმანის აზრით, მკს_ის ფენომენი თანამედროვე საზოგადოებას ფუნქციონალური დიფერენციაციის პროცესის ერთერთი შედეგია. ეს იმ გარემოებით განისაზღვრება, რომ თანამედროვე საზოგადოებას რეგულარულ საფუძვლად ზოგიერთი მასტაბილირებული ფუნქციონალური მექანიზმი გააჩნია. მასმედია სწორედ, რომ ერთერთი ასეთი მექანიზმია.

“მასმედიის” ცნება მოიცავს საზოგადოების იმ ინსტიტუტებს, რომლებიც კომუნიკაციის მასალების (ტექსტების) გასავრცელებლად “კოპირების”_(გამრავლების) ტექნოლოგიებს იყენებს. აქ გავრცელების ტექნოლოგია დაახლოებით იგივე როლს თამაშობს, რასაც ფული ეკონომიკაში.

მასმედიის როგორც სოციალური სისტემის აღწერისას, ლუმანი მედია რეალობის ორ ასპექტს გამოყოფს. პირველი, ესაა მას მედიის “რეალური რეალობა”_ანუ ქმედებათა ფართო კომპლექსი, რომლის გარეშეც თანამედროვე მასობრივი კომუნიკაცია შეუძლებელია. მაგალითად, ტირაჟირება, გაგრძელება, კითხვა, ნახვა, ყურება და ა.შ. მაგრამ აქ არის ჩართული საკუთრივ “რკინა_რკინეული” ანუ მედიის მატერიალური ნაწილი. სხვა სიტყვებით, მასმედიის “რეალური რეალობა”_ესაა საკუთრივ კომუნიკაციები, რომლებიც მათ შიგნით და მათივე გზით ხორციელდება.

მეორე, მედიის რეალობას წარმოადგენს ის, რაც მას მედიის საშუალებით წარმოიდგინება და გვევლინება. ავტორის თვალსაზრისით, მასმედია არის არა ოპერაციათა თანმიმდევრულობა, არამედ დაკვირვებათა (ანუ დამკვირვებლური ოპერაციების) თანმიმდევრულობა. ამასთან დაკავშირებით ლუმანი მიუთითებს, რომ მასმედია “ტრანსცენდენტალურ ილუზიას” აწარმოებს.

ეყრდნობა რა აუტოპოესისურ სისტემებში კომუნიკაციის ცნებას, ავტორის მიერ გამოიყოფა დაკვირვების ორი დონე, რომლებსაც მკს_ი ახორციელებს. პირველი რიგის დაკვირვება ფაქტებთან მუშაობას, ხოლო მეორე რიგის დაკვირვება კი “ დამკვირვებელზე დაკვირვებას” გულისხმობს.

მედია რეგულარულად გვაუწყებს რაიმეს რაღაცის ან საკუთარი თავის შესახებ. ამგვარად, ჩვენ საქმე გვაქვს სისტემასთან, რომელიც პასუხს აგებს თვით _ რეფერენციულობასა (self- refezence) და სხვაზე რეფერენციულობას (othez-refezenia- სხვა_რეფერენციულობას) შორის “განსხვავებაზე”. ის რისი დაკვირვებაც უხდება მკს_ს არის რეალობის “გაორება”. სხვა სიტყვებით, მას მედიის სისტემა სწორედ რომ “მეორადი რეალობის”სურათს უზრუნველყოფს (გვამღვეს). ამ სახით მას მედია ახდენს საკუთარი თავისადმი ან სხვებისადმი მიკუთვნების დაყოფას, დიფერენცირებას და უზრუნველყოფას. საბოლოო ანგარიშით, მას მედია აგებს რეალობას, რომლებიც თავისი საკუთარი რეალობისაგან განსხვავებულია.

ამასთან დაკავშირებით კიდევ ერთხელ გავიხსენოთ ამ კონცეფციის ამოსავალი წანამდღვარი. მასმედია როგორც დაკვირვების სისტემა იძულებულია გაატაროს განსხვავება საკუთარ

თავისადმი მიკუთვნებასა და სხვებისადმი მიკუთვნებას შორის. ფაქტობრივად, მედია იძულებულია თავისი საკუთარი რეალობისაგან განსხვავებული რეალობა ააგოს.

ლუმანის მიერ გაზიარებული ოპერაციონალური კონსტრუქტივიზმი არ უარყოფს რეალობის არსებობას. ამასთანავე, კონცეფციაში იგულისხმება რომ რეალობა წარმოადგენს არა ობიექტს როგორც ასეთს, არამედ რაღაც “ჰორიზონტს” ფენომენოლოგიური თვალსაზრისით. სხვა სიტყვებით, რეალობა მიუწვდომელია, შეუცნობადია. აქედან, ლუმანის თანახმად, არ არსებობს სხვა შესაძლებლობა გარდა რეალობის კონსტრუირებისა და დამკვირვებლებზე დაკვირვებისა, იმაზე დაკვირვებისა თუ როგორ იქმნება რეალობა.

ლუმანი მასმედიის ფუნქციების შესახებ

ლუმანის აზრით, მას მედიის ფუნქციები სოციალური სისტემების თვითდაკვირვების “წარმართვაში” მდგომარეობს. ამასთან დაკავშირებით ავტორი მიმართავს სისტემის “მეხსიერების” ფუნქციის ცნებას – რომელიც უზრუნველყოფს მთელი შემდგომი კომუნიკაციისათვის რეალობის (შეფასებების, ინტერპრეტაციების) საფუძველს. აქ სოციალური სისტემის მეხსიერება განისაზღვრება რეალობის როგორც რაღაც მოცემულობის, რომელიც შემდგომი_მომდევნო კომუნიკაციის მსვლელობაში არ მოითხოვს ახალ დასაბუთებას, მახასიათებელზე დაყრდნობის შესაძლებლობა.

სხვა სიტყვებით, მას მედია ქმნის რაღაც “ამოსავალ რუქას,” რეალობის ინტერპრეტაციის ფუნდამენტს კომუნიკაციის შემდეგი აქტების_ინდივიდუალური შეხედულებების გამოთქმის, მომავლის პერსპექტივების შეფასების და ა.შ განსახორციელებლად. ამავე დროს კომუნიკაციის მომდევნო აქტები კვლავაც “მდიდრდება” მას მედიის დახმარებით.

დამახასიათებელია, რომ დაკვირვების ატრიბუტების განუსაზღვრელობის და განსხვავების ფორმირება, არ გულისხმობს “სამყაროს ერთიანობის” რომელიღაც წინასწარ მოცემული კატეგორიების გამოყენებას. შემდგომი კომუნიკაციის სტიმულები თავად სისტემის როგორც ასეთის შიგნით გამომუშავდებიან და შეუძლებელია ახსნილი იქნან ანთროპოლოგიური საფუძვლებიდან ამოსვლით – მაგ: ცოდნისაკენ მისწრაფებით, ცნობისმოყვარეობით და ა.შ.

მასმედიის ფუნქციებს უნდა მივაკუთვნოთ საზოგადოებაში “გალიზიანებისა” და “გამოწვევის” თვისებების ფორმირება და შენარჩუნება. ავტორის აზრით, მასმედიის ფუნქციები არ არის მხოლოდ ინდივიდთა ცოდნის ზრდის, სოციალიზაციის ან განათლების უზრუნველყოფა და მიღწევა არსებული ნორმების შესაბამისად. სამყაროსა და საზოგადოების აღწერა ციკლური_წრებრუნვის ხასიათის მქონე პროცესია. ეს პროცესი რომელიღაც კონკრეტულ მომენტზე მიჯაჭვული ინფორმაციის საშუალებით “გამოწვევის” მდგომარეობის ფორმირებასა და ინტერპრეტაციას გულისხმობს.

საჭიროა იმის გათვალისწინება, რომ “გამომწვევა” როგორც აუტოპოესისურ სისტემათა ერთი ყველაზე ზოგადი სტრუქტურული მახასიათებელი ყალიბდება არა მხოლოდ მასმედიის, არამედ ოჯახის, განათლებისა და სხვა სისტემებშიც. გამოწვევა, აღგზნებადობა, როგორც სისტემათა თვისება, რომლის უმნიშვნელოვანესი ატრიბუტი მეხსიერებაა, აღმოჩნდება სისტემის ოპერაციებში ჩართული და ამგვარად, უზრუნველყოფს ბალანსის შეცნობასა და

შენარჩუნება_დაცვას. ეს სხვა არაფერია თუ არა რეალობის “გენერირების” უნარი.სისტემათა ფუნქციების მზარდი დიფერენციაცია განაპირობებს იმას, რომ სწორედ მასმედია აანალიზებს “განგაშის_შფოთვის” ისეთ სპეციფიკურ მდგომარეობას (ტვინის მსგავსად ორგანიზმში), რომელიც თავიდან გვაცილებს მათ ძალიან ხისტი კავშირს ფორმირებულ სტრუქტურებთან.

არსებითად, მას მედია მომხმარებელს უზრუნველყოფს აწმყოს ისეთი ხედვით, რომელიც მიიღება მთელი საზოგადოების მიერ და ნაცნობია ყველა ადამიანისთვის. სწორედ ეს პარამეტრები შეიძლება ავიღოთ ათვლის წერტილიდან სისტემის წარსული მდგომარეობის აქტუალური საკითხების განხილვისას ან პერსპექტიული გადაწყვეტილებების შერჩევის დროს. ეს, სხვათა შორის, სხვა სისტემებთან თავისი სპეციფიკური კავშირებისა და დამოკიდებულების რეალიზაციის საფუძველს შეადგენს.

მთლიანობაში მასმედია არის მემკვიდრეობის უზრუნველყოფის საშუალება უკვე შემდგარ კომუნიკაციის შედეგებთან ახალი კომუნიკაციების მიმატების, დამატების გზით. ფაქტობრივად, თანამედროვე საზოგადოებაში მასმედია რომელიღაც სახის “დამჭერებს” _ ახალი ოპერაციების განსახორციელებლად აუცილებელ სტაბილურ კოგნიტურ, ნორმატიულ და შეფასებით კოორდინატებს აწარმოებს. მასმედიის სისტემა როგორც რაღაც თანმიმდევრულობა ისე მოქმედებს _ კომუნიკაცია მომავალშიც გაგრძელდება: ეთერში გასული პროგრამა მომდევნოს გასვლას გულისხმობს. მას მედიის ოპერირება არასდოს არ არის ერთჯერადი.

კომუნიკაციის აქტუალობაც მას მედიის განუყოფელი ატრიბუტია. სწორედ იგი აძლევს საშუალებას მასმედიას უზრუნველყოს რეალობის სტრუქტურული “გაორება” “გაორმაგება” სხვა სოციალურ დომენებში შეღწევის ხარჯზე. მასმედია ეხება ისეთ თემებს, რომლებიც საზოგადოების ყველაზე განსხვავებული ნაწილების მოცვას უზრუნველყოფენ საზოგადოებაში მედიის წარმატება მიიღწევა იმით, რომ მათ მიერ წამოყენებული თემები მიიღება _ არ აქვს მნიშვნელობა შემოთავაზებულ ინფორმაციაზე პოზიციურ თუ ნეგატიურ გამოხმაურებებს აქვს ადგილი,_(მთავარია გამოხმაურება).

ლუმანის ნააზრევში ერთერთი მნიშვნელოვანი მომენტია პუბლიკის (საზოგადოების) იდეა, რომელსაც იგი საზოგადოებრივი აზრის შესახებ არსებულ წარმოდგენებს უპირისპირებს. ამოდის რა ზოგადი სისტემური წარმოდგენებისაგან, ლუმანი დაუინებით იცავს იმ აზრს, რომ სწორედ პუბლიკა (საზოგადოებრიობა) წარმოადგენს მას მედიის ფუნქციონირებისათვის აუცილებელ თავისებური სახის “გარემოს”.

2. კულტურული კონფლიქტი, როგორც კულტურათშორისი კომუნიკაციის ფორმა.

იგი ითვალისწინებს განსხვავებული კულტურული ფასეულობებისა და ნორმების მქონე სუბიექტთა კულტურების შეჯახებას. კულტურული კონფლიქტების მიზეზი ხდება ხალხებს შორის ან თვით საზოგადოებების შიგნით კულტურული განსხვავებები, რომლებმაც შეიძლება კულტურული წინააღმდეგობებისა ან აშკარა შეჯახებების სახე მიიღოს. რამდენადაც თანამედროვე საზოგადოება კულტურული თვალსაზრისით არაერთგვაროვანი წარმონაქმნია, მასში ყოველთვის წარმოიქმნება დამაბულობა და კონფლიქტები ნორმათა და ფასეულობათა სხვადასხვა სისტემებს შორის.

კულტურული კონფლიქტების რამდენიმე სახეს გამოყოფენ:

- ✓ კონფლიქტები განსხვავებულ ეთნიკურ ჯგუფებსა და მათ კულტურებს შორის (რუსებსა და კავკასიური ეთნოსის წარმომადგენლებს შორის, სომხებსა და აზერბაიჯანელებს, ამერიკელებსა და ინდიელებს შორის);
- ✓ კონფლიქტები რელიგიურ ჯგუფებსა, განსხვავებული რელიგიების ან რელიგიის შიგნით სხვადასხვა მიმდინარეობის წარმომადგენლებს შორის (რელიგიური ომები ევროპაში, კონფლიქტი კათოლიკებსა და პროტესტანტებს შორის ჩრდილოეთ ირლანდიაში, სუნიტებსა და შიიტებს შორის მუსლიმანებში და ა.შ.);
- ✓ სუბკულტურის მატარებელ თაობებს შორის (მამებისა და შვილების კონფლიქტი);
- ✓ დომინანტი კულტურის ერთიანი ნორმატიული სისტემის სხვადასხვა ნაწილებს შორის (მაგ., ერთი და იმავე საზოგადოების შიგნით შეიძლება თანაარსებობდნენ ჯგუფები, რომლებსაც განსხვავებული შეხედულება აქვთ განქორწინების დაშვება - არ დაშვებაზე, ქორწინებამდელ სქესობრივ კავშირზე, აბორტზე და ა.შ.);
- ✓ კონფლიქტი კულტურაში ტრადიციებსა და ნოვაციებს შორის (ასეთი კონფლიქტები დამახასიათებელია სწრაფად ცვალებადი საზოგადოებებისათვის, ასეთებს შეიძლება თანამედროვე რუსეთი მივაკუთვნოთ. მოსახლეობის დიდი ნაწილი, ახალგაზრდობის გამოკლებით, სოციალისტური ფასეულობების მატარებელს წარმოადგენს, რომლებიც კაპიტალისტური მორალის ნორმებთან წინააღმდეგობაშია);
- ✓ კონფლიქტები განსხვავებულ ლინგვოკულტურულ თანამეგობრობებსა და მათ ცალკეულ წარმომადგენლებს შორის, რომლებიც ენობრივი ბარიერებისა და ინტერპრეტაციული შეცდომების შედეგად წარმოიქმნება.

კულტურული კონფლიქტები შეიძლება წარმოიშვას არა მხოლოდ ჯგუფების, არამედ ინდივიდუალურ დონეზეც, რადგანაც კულტურის უშუალო მატარებელს წარმოადგენს ადამიანი.

ცხადია, რომ კონფლიქტების დაძლევა და კულტურათშორის კომუნიკაციის ეფექტურობის ამაღლება, სხვადასხვა კულტურის მქონე ადამიანთა ურთიერთობა, დამოკიდებულია როგორც პარტნიორის ენის ცოდნაზე, ასევე სოციოკულტურული ფაქტორის გაგებასა და გათვალისწინებაზე. საუბარია არა მხოლოდ ენის ღრმა და გულმოდგინე შესწავლაზე, არამედ პარტნიორის ცხოვრებისეული სამყაროს, ეროვნული ხასიათის, მენტალიტეტისა და სხვათა გაგებაზე.

ბოლოს, მხედველობაში მისაღებია ის, რომ კულტურათშორის კონფლიქტების მიზეზი შეიძლება გახდეს არა მხოლოდ კულტურული განსხვავებები. ამ განსხვავებების უკან ხშირად დგას ხელისუფლების ან სტატუსის კითხვები, სოციალური ფენების წარმოქმნა, ქონებრივი დიფერენციაცია, თაობათა კონფლიქტი და სხვა. ამიტომ არ უნდა შეგვექმნას იმის ილუზია, რომ მართო კულტურული განსხვავებების ცოდნა საკმარისია კულტურათშორისი კონფლიქტების გადასაჭრელად. ყოველთვის უნდა გავითვალისწინოთ, რომ კომუნიკაციის დარღვევა შეიძლება გამოწვეული იყოს კომუნიკანტების ქცევისა და მიზნების არასწორი გაგებით.

3. ინფორმაციონალური კაპიტალიზმის კულტურული შედეგები

წიგნის The Rise Of The Network Society - ის დაახლოებით შუაში კასტელსი გადადის ტექნოლოგიური ცვლილებების კულტურული შედეგების განხილვაზე. იგი არ განიცდის შფოთსა

და მდელვარებას ქსელში არსებული ინფორმაციის შინაარსთან დაკავშირებით და მას ნაკლებ აშინებს და აინტერესებს კომპიუტერული პორნოგრაფიებისა და ნეოფაშისტური გვერდებიდან (საიტებიდან) მომდინარე საფრთხეები. კასტელსი იკტ-ს დანერგვის უფრო ღრმა შედეგებს განსაზღვრავს, რითაც პატივს მარშალ მაკლუჰანს მიაგებს, რომელმაც დაინახა, რომ ტელევიზიას მიყვავართ ბეჭდური (დაზგური) კულტურის („გუტენბერგის გალაქტიკის“) განადგურებასთან და წინამდებარე კულტურული ფორმების დათრგუნვასთან. კასტელსის მიერ მოყვანილი საბუთები თუ მტკიცებულებები დაიყვანება შემდეგზე: როგორც ტელევიზია პოლიტიკაში მთავარ როლს თამაშობს, არა კონკრეტული შინაარსის გამო, არამედ იმიტომ, რომ შეუძლებელია დღეს ეწეოდე პოლიტიკას, თუ საქმე და მისადგომი არ გაქვს ტელევიზიასთან, ასევეა ქსელთა როლიც _ არა მათ შინაარსში უნდა ვეძიოთ, არამედ ქსელების ხელმისაწვდომობის თავად ფაქტში, ე.ი. რამდენად შეგწევთ უნარი ჩაერთოთ ქსელში. თუ თქვენ არა ხართ ქსელში, თქვენ არ შეგიძლიათ სრულფასოვნად მიიღოთ მონაწილეობა ქსელური საზოგადოების ცხოვრებაში. კომპიუტერული ქსელი, თავის მხრივ, ბოლოს მოუღებს კომუნიკაციის ისეთ მასობრივ საშუალებას, როგორც ტელევიზიაა (ცენტრალიზებული წარმოება და მაუწყებლობა ჰომოგენური აუდიტორიისათვის), რამდენადაც ისინი ახდენენ კომუნიკაციების ინდივიდუალიზაციას და მას ინტერაქტიულს ხდიან. ამიტომ კულტურისათვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ხდება ქსელის მისადგომობა _ მისაწვდომობის საკითხი, ვინაიდან მხოლოდ იგი გვაძლევს ვისთანაც გვინდა და როდესაც გვინდა კომუნიკაციისა და ინტერაქტიული ურთიერთობის შესაძლებლობას.

კასტელსი შემფოთებულია ინტერნეტის გავრცელების წინამორბედი ტექნოლოგიური განვითარების ზოგიერთი ასპექტითა თუ მხრით, რადგან ისინი ხელს უწყობენ იმ ზოგად ტენდენციას, რომელიც საზოგადოების ფრაგმენტაციაზეა მიმართული და ეს აზრი კასტელსის მთელ წიგნს წითელ ზოლად გასდევს. მაგალითად, ახლახანს წარმოქმნილი საკაბელო და თანამგზავრული ტელევიზიას მიზნობრივი აუდიტორია ჰყავს და ამიტომ თითოეული მათგანი იღებს წინასწარ შერჩეულ ინფორმაციას, აცალკევებს რა მაყურებლებს, ვთქვათ MTV-ისა და Sky Sport-ის არხების მიხედვით. ამასთან დაკავშირებით კასტელსი ახდენს მაკლუენის ცნობილი განსაზღვრების პერიფრაზირებას და წერს, რომ message is the medium [(საშუალება თავად არის გზავნილი (მესიჯი)], რამდენადაც მედია ეწევა იმის ტრანსლირებას, რასაც ითხოვენ, როგორც ივარაუდება, აუდიტორიის განსხვავებული სეგმენტები. ეს ხდება სატელევიზიო რესურსების გლობალური ინტეგრაციის შედეგად და ამის თვალსაჩინო დემონსტრირებას მერდოკის News Corporation წარმოადგენს, რომელიც აუდიტორიის განსხვავებულ ბაზრებს უზრუნველყოფს კასტომიზირებული და დივერსიფიცირებული პროგრამებითა და არხებით. კასტელს განსაკუთრებით აღელვებს ის, რომ იზრდება ცხოვრების საშინაო წესი, რაც დასვენებასა და გართობაზე ორიენტირებული მსგავსი ტექნოლოგიების დანერგვასთან არის დაკავშირებული. ეს გვემუქრება საერთო კულტურის დაკარგვით, რომელსაც იცავდა და ამაგრებდა საერთო ეროვნული ტელემაუწყებლობა, და ასევე ნიშნავს, რომ „თუმცა მედია

... ახლა ერთმანეთს შორის გლობალური მასშტაბით არის დაკავშირებული, ჩვენ უკვე ვცხოვრობთ არა გლობალურ სოფელში, არამედ იზოლირებულ, გამოყოფილ, კასტომიზირებულ კოტეჯებში, რომელთა წარმოებაც და განაწილებაც ლოკალიზებულია (გვ. 341).

მაგრამ, არსებობს საპირისპირო ტენდენციებიც, რომლებსაც ფესვები ტექნოლოგიურ სფეროებში აქვთ გადგმული. კასტელსისათვის ინტერნეტი „ტექნოლოგიურად და კულტურულად დამახასიათებელ ინტერაქტიულობისა და ინდივიდუალიზაციის თვისებებს“ ფლობს (გვ. 358). ამით მას შეუძლია ხელი შეუწყოს ელექტრონული საზოგადოებების შექმნას, რომლებიც უფრო დააკავშირებენ ადამიანებს, ვიდრე გაცალკევებს და გაყოფთ მათ. ეს გვაგონებს ჰოვარდ რეინგოლდის (Reingold, 1993) ენთუზიაზმს „ვირტუალური თანასაზოგადოებების“ თაობაზე, რომლებიც შეიძლება შეიქმნას ქსელში.მის კვალდაკვალ კასტელსიც (Castells, 1995) ამტკიცებს: „ინტერნეტი ელექტრონულ აგორად იქცევა“ (გვ. 357), რაც „ინტერაქტიული საზოგადოების“ შექმნის მაუწყებელია.

კასტელსი ძალიან გატაცებულია პოტენციალური „ვირტუალური თემის, თანასაზოგადოების“ იდეით, თუმცა *The Rise of the Network Society* – ის მეორე გამოცემაში (Castells, 2000d) იგი რამდენამდე ამცირებს თავის ადრინდელ ოპტიმიზმს, აღიარებს რა, რომ „მატერიალურად დაინტერესებული საშუალოობა“ ახალი ტექნოლოგიების

„კეთილშობილურ მიზნებს“ ეწინააღმდეგება და უპირისპირდება. (გვ. 398). მე მუდმივად ვსარგებლობ ელექტრონული ფოსტით, იგი ძალიან მეხმარება იმ ადამიანებთან ურთიერთობაში, რომლებიც ჩემს ინტერესებს იზიარებენ, მაგრამ ეს უბრალოდ მიმოწერის მოსახერხებელი ფორმაა და მეტი არაფერი. თემის, თანასაზოგადოების როგორც ასეთის საზრისი ისაა, რომ იგი მთლიან ადამიანს მოიცავს, და არა შეზღუდულ კომუნიკაციას, რომლებიც ბიტებით იზომება, აი ეს კი შეადგენს სწორად იმ ურთიერთობების არსს, რომლებიც ხორციელდება ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით (ვან მორისონის განცხადებათა ელექტრონული დაფა, პროფესიონალური ლისტინგი, საქმიანი ურთიერთობები, ვაჭრობა ინტერნეტით) და შეიძლება შეწყდეს, როდესაც მათდამი ინტერესი იკარგება. (Talbot, 1995). და მართლაც არის რაღაც საგანგებო ონლაინურ ურთიერთობებში, რომლებიც შეიძლება შეწყდეს უბრალოდ დილაკზე ხელის დაჭერით. მსგავსი ზედაპირული, არაფრის მქადაგებელი, ეგოისტური ურთიერთობები არ იმსახურებენ „საზოგადოების“ სახელს, რომელიც სულ მცირე მის სხვა წევრებთან ურთიერთქმედებებს გულისხმობს რეალურ დროსა და რეალურ ადგილზე. რეალურ საზოგადოებას, ჯგუფს, რასაკვირველია შეუძლია მხარი დაუჭიროს ჩამოყალიბებულ აზრებსა და ცრურწმენებს, მაგრამ მას ასევე შეუძლია გამოწვევა ესროლოს ქცევისა და რწმენის განსაზღვრულ ტიპს, ისე რომ არ დაიმალოს კომპიუტერის გამოსართავი დილაკის უკან (Cray 1997). როგორც უკვე ვთქვით, კასტელსი ფიქრობს, რომ ქსელში ჩართულობა – თანამედროვე საზოგადოების ცხოვრებაში სრულფასოვანი მონაწილეობის პირობაა. ამით მტკიცდება, რომ იკტ-ს მისაწვდომობა და პირველ რიგში ინტერნეტში ჩართულობა, ინფორმაციულ (საზოგადოებაში) ეპოქაში მოქალაქეობის უფლებას განსაზღვრავს. ადამიანებს შორის კავშირების მზარდი შესაძლებლობების თაობაზე თავისი ენთუზიაზმის მიუხედავად, კასტელსს აშინებს ის, რომ თუ ამ ურთიერთობების მთავარი შემადგენელი ფართობა გახდება, მაშინ ეს იმის მაჩვენებელი იქნება, რომ ადამიანები თვითონ არ იქნებიან ამ ინტერაქტიული ურთიერთობების ხელშემწყობნი, მისი წარმართველნი ცენტრალიზებული ძალები იქნებიან. უფრო მეტიც კასტელსი ამტკიცებს, რომ „სისტემაში ჩართვის ფასი გახდება მისი ლოგიკისადმი, ენისადმი, მისი „გამსვლელი ქულისადმი“, მისი კოდირებისა და დეკოდირებისადმი ადაპტაციის მოთხოვნა“. (Castells 1996, გვ. 374). ეს მტკიცება კვლავ გვაბრუნებს ჩვენ მაკლუჰანთან, რამდენადაც კასტელსი ვარაუდობს, რომ იკტ-ს დანერგვის კულტურული ეფექტი გაცილებით სერიოზული აღმოჩნდება, ვიდრე უფრო დემოკრატიული

კომუნიკაციის მარტივი შესაძლებლობაა. იგი წერს „რეალური ვირტუალურობის“ შესახებ, რათა ერთიანად მოიცვას ტექსტის, აუდიო და ვიზუალური ფორმების ის შენადნობი, რომელსაც წარმოგვიდგენს მულტიმედია და გაიგოს თუ რას ნიშნავს იგი ქსელურ საზოგადოებაში. იგი ვარაუდობს, რომ თვით მაშინაც კი, როდესაც ვიმყოფებით დამაბულ ქსელურ ურთიერთობებში და შესაბამისად შევდივართ ურთიერთობებში სხვებთან, ჩვენ გამოცდილებით ვიყენებთ ერთადერთ რეალობას – მედიის რეალობას.

ამგვარად, ესაა სისტემა, რომელშიც თავად რეალობა... მთლიანად მოცულია და ჩაფლულია ვირტუალურ სახეებში, გამოგონილ სამყაროში, რომელშიც გარეგანი ანარეკლები ეკრანზე არა მხოლოდ გვამცნობენ რომელიღაც გამოცდილების შესახებ, არამედ თავად იქცევიან გამოცდილებებად” (Castelss, 1996, გვ.373). ეს ღრმად პოსტმოდერნისტულ ფანტაზიებთან გვაახლოებს, რომლებიც ძალზე გაწელილი და გაჭიანურებულია. კასტელსი კულტურის ამ ახალი თვისებების დემონსტრირებას დენი კუეილის მაგალითზე „საპნის ოპერისა“ და პოლიტიკური ცხოვრების შერევის აღწერით ახდენს. 1992 წელს მაშინდელმა აშშ-ის ვიცე-პრეზიდენტმა საარჩევნო კომპანიის დროს

„საპნის ოპერიდან“ გამოიყენა პერსონაჟი, რათა თვალსაჩინოდ ეჩვენებინა ოჯახური ღირებულებებისადმი თავისი ერთგულება და სიყვარული. კუეილის სიტყვის შემდეგ მომდევნო სერიაში ჩართეს შესაბამისი ეპიზოდი. თითქოსდა აქ ფაქტი და რეალობა ერთმანეთში იღრევა, რაც კასტელსისთვის ვირტუალური რეალობის მაგალითად იქცა, რომელსაც ახალი მედია აწარმოებს. კრიტიკოსთა აზრით, ეს არასაკმარისია, რათა დავრწმუნდეთ, რომ თითქოს ჩვენ რაღაც სრულებით ახალ სიტუაციაში აღმოვჩნდით. საუკუნეზე მეტი ხნის წინათ ჩარლზ დიკენსმა გამოაქვეყნა რომანები გაგრძელებებით „ოლივერ ტვისტი“ და „პიკვიკური კლუბის ჩანაწერები“ და რეალურმა ცხოვრებამ ხშირად ისესხა ხასიათები გამონაგონიდან („იგი ნამდვილი ურია გიპია“). მარტივად, რომ ვთქვათ, მხატვრული გამონაგონი გვამლევს ჩვენ მრავალნაირ შესაძლებლობას სოციალური ცხოვრების შესახებ ბჭობისათვის და ამიტომ შეიძლება მოგვეჩვენოს, თითქოს საზღვრები ფაქტებსა და გამონაგონს შორის იშლება. და ეს ასე იყო ძალიან დიდი ხნის წინათ, როდესაც არ არსებობდა არა მხოლოდ მულტიმედია, არამედ ტელევიზიაც კი. მსგავს ხერხებს თუ იღეთებს ახალი კულტურული ფორმებიც იყენებენ, ისინი შეიძლება მიღებული ან უკუგდებული იქნან, მაგრამ ზოგიერთი კრიტიკოსი დარწმუნებულია, რომ ადამიანებს არცთუ ისე ძლიერ გვიჭირს ფაქტისაგან სახის, გამონაგონის განსხვავება. (Slouka, 1995). მსგავსი ნივთების, როგორც ვირტუალური რეალობის შეფასება, ვებსტერის აზრით ნიშნავს „ძალიან ადვილად ჩავარდეთ პოსტმოდერნისტულ ფანტაზიებში“.

ნაკადთა სივრცე

კასტელსის იდეები „ნაკადთა სივრცის“ შესახებ ნაცნობი აღმოჩნდება იმ მკითხველისათვის, ვინც იცნობს მის უფრო ადრეულ წიგნს The Informational City (1989). The Informational Age – ში იგი ინარჩუნებს „ადგილის სივრცისა“ და „ნაკადთა სივრცის“ ადრეულ დაყოფას, ქსელური საზოგადოებისათვის კი აქცენტს „ნაკადთა სივრცეზე“ აკეთებს. რამდენადაც ინფორმაციული ნაკადები თანამედროვე საზოგადოების ორგანიზაციაში ცენტრალური როლის თამაშს იწყებენ. ამდენად, რეგიონები და ლოკაციები, რომლებსაც სერიოზული მნიშვნელობა აქვთ „ინტეგრირებული აღმოჩნდებიან ყველაზე დინამიური სექტორების გამაერთიანებელ საერთაშორისო ქსელებში“ (Castelss, 1996, გვ. 381). კასტელსი ხაზს უსვამს, რომ რეგიონებს და

ლოკაციებს მნიშვნელობა აქვთ, მაგრამ იგი არ ამტკიცებს, რომ ჩვენ „გეოგრაფიულ გათიშულობა_განცალკევებულობას“ განვიცდით, რომელიც დადგენილი კავშირების დეზორგანიზაციას იწვევს. ინოვაციათა ახალი გარემო განსაზღვრავს მომავალში იმას, თუ რომელი რეგიონი განვითარდება და რომელი დაეცემა, მაგრამ ისინი ყველანი ქსელურ საზოგადოებაში შევლენ.

ქალაქები, ძირითადად კი ისინი, რომლებიც უფრო ფართო ქსელების „საკვანძო წერტილებად“ იქცნენ, განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენენ და განსაკუთრებული ხასიათიც აქვთ. მტკიცებისას, რომ „გლობალური ქალაქი ადგილი კი არა, არამედ პროცესია“ (გვ. 386), რომელიც ინფორმაციის ნაკადთა მიმდინარეობა_გამტარობას უზრუნველყოფს, კასტელსი თავის თვალსაზრისს ასაბუთებს იმით, რომ მეგაპოლისები (ლონდონი თუ ბომბეი) განვითარების ძრავას შეადგენენ (გვ. 409), რომლებიც ერთდროულად „გლობალურად დაკავშირებულნიც და ლოკალურად გათიშულნიც არიან, როგორც გეოგრაფიულად ისე სიტუაციურად“ (გვ. 404). რაც სავსებით ცხადია თითოეულისათვის, გარდა ყველაზე დაუკვირვებელი ტურისტებისა. კასტელსი ასევე განიხილავს „მადომინირებული მმართველების“ თემას, რომლებიც საკვანძო მნიშვნელობის როლებს თამაშობენ ქსელებში. ისენი კოსმოპოლიტები არიან და იმავე დროს მათ უნდა შეინარჩუნონ ლოკალური კავშირები, რათა არ დაკარგონ ერთიანობა ჯგუფთან, რაც სერიოზულ ფიზიოლოგიურ დამაბულობას ბადებს. ამ ადამიანებს გლობალური კავშირები და ცხოვრების ერთიანი წესი აქვთ (ერთნაირი ტიპის ოტელები, დროის გატარების ერთი ტიპი) და რაც ყველა მათგანისთვისაა დამახასიათებელი, ისინი ცდილობენ გამოეყონ ქალაქს, რომელშიც ცხოვრობენ, ხშირად იყენებენ ტექნოლოგიურ სისტემებს, რათა თავიანთ თავს იზოლირება გაუკეთონ მეზობლად მცხოვრებ „საშიში კლასებიდან“. მაგრამ კასტელსი ამ ჯგუფს კლასად არ აქცევს. იგი ლაპარაკობს, რომ „გლობალური კაპიტალისტური კლასი არ არსებობს“, თუმცა არსებობს „უპიროვნო კოლექტიური კაპიტალისტი“ (გვ. 474), ამის შესახებ შემდეგ ვილაპარაკებთ.

დროისგარეშე დრო

დროისგარეშე დროის ცნების შემოტანისას, კასტელსი მიმართავს თანამედროვე სამყაროში დროისა და სივრცის შეკუმშვის შესახებ კარგად ცნობილ არგუმენტს, რომელიც მიმოქცევაში შემოტანილი იქნა ენტონი გიდენსისა და ძირითადად დევიდ ჰარვეის მიერ, იმის ხაზის გასასმელად, რომ ქსელური საზოგადოება ცდილობს „მარადიული სამყაროს“ შექმნას, რომელშიც დროითი შეზღუდვები სულ უფრო და უფრო მოიხსნება. კასტელსი დამაჯერებლად აჩვენებს, თუ როგორ ეწევიან დროით მანიპულირებას „კაპიტალის ელექტრონულად მართული გლობალური ბაზრები“ (ჩასტელსს, 1996. გვ. 437) და თუ როგორ აისახება ეს სამუშაო დროზე, რომელზედაც ასევე ხდება ზემოქმედება („მოქნილი გრაფიკი“) მაქსიმალურად ეფექტური გამოყენების მიზნით.

გარდა ამისა, ქსელურ საზოგადოებას „ცხოვრების წესთა შორის განსხვავების წაშლასთან მიყვავართ, (გვ. 445) და ამ პროცესის დამახასიათებელი ნიშანი

„რიტმულობის მსხვრევა“ ხდება (გვ. 446), თანაც იმ ზომითა და ხარისხით, რომ მანიპულირებას ექვემდებარებიან ადამიანის ცხოვრების ბიოლოგიური ფაზებიც კი. ჩვენ უკვე ვიცით, რომ ორმოცდაათი წლის ქალები ბავშვებს შობენ, ხოლო პარალელურად ადგილი აქვს „ცხოვრებიდან სიკვდილის გამორიცხვის“ სერიოზულ მცდელობებს (კრიონიკა და ა. შ.). შემდეგ კასტელსი გადადის გენურ ინჟინერიაში არსებულ გარღვევებზე, რომლებსაც იგი ინფორმაციისა და

კომუნიკაციის პრობლემებს უკავშირებს და რომლებშიც აგრეთვე დროისგარეშე კულტურის წინწაწევის საშუალებას ხედავს.

შესაძლოა, კასტელსი უფრო დამაჯერებელი „წამიერი ომების“ საკითხებშია. ასე უწოდებს იგი ომებს, რომლებსაც „ცივ ომში“ გამარჯვების შემდეგ დასავლეთის სახელმწიფოები აწარმოებენ მოკლე გაბედული დარტყმებით და იყენებენ ყველაზე თანამედროვე ტექნოლოგიებს და რომელსაც მასმედია „სტერილური“ სახით წარუდგენს მთელ მსოფლიოს (სხვა, მკაცრი და მრისხანე ომები, რასაკვირველია გრძელდება, მაგრამ პერიფერიებში). ამის შესახებ ყველასთვის ცნობილია, მით უფრო 1992 წლის სპარსეთის ყურეში ომის შემდეგ და სერბიის 1998 წლის ნატოს დამანგრეველი ოპერაციის შემდეგ (Robins and Web, 1999, თავი 7), მაგრამ კასტელსი იმ გარემოებიდან, რომ დადგა ტრაგიკული ომების დასასრული, შორს მიმავალ დასკვნებს აკეთებს. იგი ამბობს, რომ თითქმის მთელი ისტორიის მანძილზე, უკიდურეს შემთხვევაში ევროპაში ომი იყო „გადასვლის აუცილებელი ჩვეულება – წესი“ და მისი აზრით, წარმოადგენდა მუდმივ შეხსენებას ადამიანის მოკვდაობის შესახებ, და აგრეთვე ათვლის წერტილს ცოცხლად გადარჩენილთათვის. ახლა ეს წარსულს ბარდება, რისგანაც კიდევ უფრო მყარდება დროის გარეშე დროის კულტი, სადაც ახლა ჩვენ მუდმივ აწმყოში ვცხოვრობთ. გარდა ამისა, ქსელურ საზოგადოებას თავისი წამიერი კომუნიკაციებით ძალუმს მოიპოვოს და გადასცეს ინფორმაცია მთელს დედამიწაზე ჰიპერმედიის დახმარებით, რომლებიც ისტორიაში „ამოჭრას, ამოძვრენას“ ახორციელებენ, იმით, რომ ისტორიულ ფაქტს არ ათავსებენ ისტორიულ კონტექსტში, და გვტოვებენ რა „დროისგარეშე მენტალურ ლანდშაფტში.“ და ყველაფერი ეს ქსელური საზოგადოების კულტურაში იყრის იყრის ერთად თავს, რომელიც “სისტემურ არეულობა-უწყესრიგობას, მუდმივ წამიერობას, კონტინუუმის არარსებობას და სპონტანურობას ნიშნავს. “

4. კომუნიკაცია და პოლიტიკური სისტემები.

ნებისმიერი პოლიტიკური სისტემა თავის შესაძლებლობებისა და ეკონომიკური განვითარების დონის შესაბამისად, ავითარებს პოლიტიკური კომუნიკაციის საკუთარ ქსელს. პირდაპირი კავშირი არსებობს ეკონომიკური განვითარებისა და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების განვითარების დონეს შორის, უფრო ფართო თანაფარდობა, პოლიტიკურ განვითარებასა და კომუნიკაციას შორის – კომუნიკაციის სტრუქტურები პოლიტიკური სისტემების პარალელურად ვითარდება.

იმის მიხედვით, თუ რამდენად ავტონომიურია და თავისუფალი კომუნიკაციური სტრუქტურები, შეიძლება ვიმსჯელოთ ლიბერალურ-დემოკრატიული სისტემის ავტორიტარულისა და ტოტალიტარული სისტემისაგან განსხვავებაზე. ბოლო ორი სისტემა ისწრაფვის გულმოდგინედ და დაწვრილებით გააკონტროლოს პოლიტიკური კომუნიკაცია, რათა მათთვის სასურველი მიმართულება მისცენ საზოგადოებრივ აზრს. ასეთი პოლიტიკა საბოლოოდ ხელს უწყობს საზოგადოებისა და საზოგადოებრივი აზრის როლის ნულზე დაყვანას, უკეთეს შემთხვევაში კი, საზოგადოებრივი აზრის ოფიციალურ და არაოფიციალურ ნაწილებად გახლეჩას. ისეთი მოვლენები, როგორცაა: ინფორმაციის შერჩევითობა, ცალმხრივობა, ინფორმაციული უკუკავშირის შეზღუდვა, კომუნიკაციის სხვადასხვა წყაროს გამოუყენებლობა, პოლიტიკურ სისტემას, სახელმწიფოს აკარგვინებს რეალობის გრძნობას საზოგადოებასთან მიმართებაში.

პოლიტიკურ სისტემასა და საზოგადოებას შორის ინფორმაციის გაცვლის თავისუფლების შეზღუდვა, ხელისუფლებას ჩაკეტილ წრეში აქცევს და საზოგადოებასთან ურთიერთობის გაწყვეტის საშიშროების წინაშე აყენებს.

პოლიტიკური სისტემის ეფექტურობას განაპირობებს მისი მუდმივი მზაობა _ ყურადღებით აღიქვას საზოგადოების მოთხოვნილებები და განვითარების ტენდენციები. სხვაგვარად იგი სწორ რეაგირებას ვერ მოახდენს მისგან მომდინარე იმპულსებზე და ვერ უპასუხებს მის მოლოდინებს. პოლიტიკურ სისტემასა და საზოგადოებას შორის ინფორმაციათა გაცვლას კომუნიკაციისა და დიალოგის ფორმით უზრუნველყოფს დემოკრატიული რეჟიმი, ამიტომ მას ხშირად “საზოგადოებრივი აზრის მთავრობასაც “ ეძახიან. თავად დემოკრატიული- ლიბერალური სისტემა წარმოუდგენელია თავისუფალი ინფორმაციის გარეშე. მ. როკარის აზრით, „არ არსებობს დემოკრატია თავისუფალი ინფორმაციის გარეშე, არ არსებობს თავისუფალი ინფორმაცია დემოკრატის გარეშე. მათი განვითარება იმდენადაა ურთიერთდაკავშირებული, რომ ერთი მოუაზრებელია მეორეს გარეშე“(5, გვ. 131).

დემოკრატიის ამოსავალი დებულებაა, რომ ხალხი საკმაოდ განათლებული და ინფორმირებულია იმისათვის, რათა შეძლოს თავისი ხელმძღვანელების არჩევა. არჩევანის უფლების რეალიზება კი შესაძლებელია ინფორმაციის თავისუფალი გავრცელებისა და საყოველთაო საარჩევნო უფლების პირობებში. თუ ადრე ინფორმაციის გავრცელება პრესის მეშვეობით მიზნად ისახავდა სისტემის ფუნქციონირებისადმი ხელის შეწყობას, დღეს ინფორმაციის მოქმედების ველი უფრო და უფრო ფართოვდება, მისი გადაცემის საშუალებების სიძლიერისა და სისწრაფის წყალობით. ამიტომ დღეს უკვე ჩვეულებრივ ლაპარაკობენ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალების სისტემაზე, როგორც „მეოთხე ხელისუფლებაზე“. თანამედროვე დემოკრატიულ სისტემებს, ეფექტური ფუნქციონირების მიზნით, აუცილებლად ესაჭიროებათ საზოგადოებრივი აზრის მხარდაჭერა. ამას აკეთებს სწორედ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები. მათი მეშვეობით პოლიტიკოსები პირდაპირ კონტაქტებს ამყარებენ მოსახლეობასთან. ტელევიზიის მეშვეობით მთავრობის წევრები შეიძლება საკუთარი თვალით დავინახოთ, ხოლო საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის მექანიზმი კი საშუალებას გვაძლევს მუდმივად შევამოწმოთ, მხარს უჭერს თუ არა საზოგადოებრიობა მთავრობის მიერ გატარებულ პოლიტიკას. ამის შედეგად ცნობილი ხდება უთანხმოება, რომელსაც იწვევს რომელიმე მიმართულება პოლიტიკაში და შესაბამისად შეფასებაც. ადამიანთა საპირისპირო მოსაზრებები შეიძლება ყურად იღოს მთავრობამ მანამ, სანამ ისინი დემონსტრაციის, გაფიცვების და ძალისმიერი აქტების ფორმას მიიღებდეს. ინფორმაციის ამგვარი გაცვლა და მასზე დროული რეალიზება პოლიტიკურ სისტემასა და სოციუმს შორის, ხელს უწყობს საზოგადოების განვითარებაში ძალადობის როლის შემცირებას. როდესაც საზოგადოებას სრული ინფორმაცია აქვს საკუთარ თავზე, ყველა სხვა ჯგუფისა თუ კორპორაციული ორგანიზაციის ინტერესებს იგი ვიწრო და შეზღუდულ ფორმად მიიჩნევს. დღეს სწორედ ინფორმაციული დემოკრატია წარმოადგენს საზოგადოების ორგანიზაციის ყველაზე თანამედროვე სახეს. დღეს მსოფლიოში დიდი მნიშვნელობის გლობალურ ტრანსფორმაციულ პროცესებს აქვს ადგილი. ადამიანთა სულ უფრო დიდი რაოდენობის ცხოვრება შედარებით სიმყარისა და წინასწარგანსაზღვრულობის, სტაბილურობის ხასიათს კარგავს. ავტორიტარული მმართველობა მეტად აღარ შეესაბამება, ცხოვრების ახალ პირობებს, მათ შორის ყველაზე მეტად მოქნილობას და დინამიზმს, რომელიც ასე აუცილებელია გლობალურ ელექტრონული ეკონომიკის ჩარჩოებში მაღალი ნაყოფიერებისა

და კონკურენტუნარიანობის მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. ავტორიტარულ საკომანდო სისტემაზე დამყარებულ პოლიტიკურ ხელისუფლებას უკვე აღარ ძალუძს მორჩილებისა და პატივისცემის ტრადიციულ ფაქტორს დაეყრდნოს. როგორც სწორად შენიშნავს ე. გიდენსი, „ინფორმაციების აქტიურ გაცვლაზე დამყარებულ მსოფლიოში, ხისტი ხელისუფლება _ მხოლოდ „ზემოდან“ მოქმედი ხელისუფლება თავის ძალას კარგავს“. (1, გვ.86) ეს უპირველეს ყოვლისა ავტორიტარულ პოლიტიკურ სისტემებსა და რეჟიმებს ეხება. ამის კლასიკური მაგალითია ყოფილი საბჭოთა კავშირი, რომელმაც ფეხი ვერ აუწყო მსოფლიოში მიმდინარე გლობალურ ეკონომიკურ პროცესებს, რაც სარკისებურად პოლიტიკურ სფეროშიც აისახა. საბჭოთა კავშირის ავტორიტარული პოლიტიკური სისტემის საფუძველში მდებარე ინფორმაციული მონოპოლია განწირული იყო გლობალური კომუნიკაციების ღია სტრუქტურების პირობებში.

ინფორმაციულ-კომუნიკაციურმა რევოლუციამ „ახალი, უფრო აქტიური, მოაზროვნე მოქალაქის დაბადება გამოიწვია“(1, გვ.87) დღეს შეიძლება ითქვას პოლიტიკური ტრადიციები ძალას კარგავენ, და პოლიტიკოსებს თავიანთი საქმიანობის გასამართლებლად უკვე აღარ ძალუძთ ადრინდელ ფორმებს – პომპეზურ და საზეიმო ცერემონიებს მიმართონ. ტრადიციული პოლიტიკური პროცესები აჩვენებენ იმას, თუ რამდენად არიან პოლიტიკოსები დაშორებული იმ ცვლილებათა ნაკადს, რომელიც ადამიანთა ცხოვრებაში მიმდინარეობს. სწორედ ინფორმაციულ-კომუნიკაციური რევოლუცია იწვევს იმას, რომ დღევანდელ გლობალურ მსოფლიოში არა მხოლოდ ავტორიტარულ პოლიტიკურ სისტემებს თუ რეჟიმებს აღარ ძალუძთ ეფექტურად მოქმედება, არამედ თვით ტრადიციულ დემოკრატიულ რეჟიმებს, რომლებიც მუდმივად და უწყვეტად არ მუშაობენ დემოკრატიული პროცესების გაღრმავებაზე. დემოკრატიის გაღრმავება კი იმიტომაა აუცილებელი, რომ „მმართველობის ადრინდელი მექანიზმები უბრალოდ არ მუშაობენ საზოგადოებაში, რომლის მოქალაქენი იმავე ინფორმაციულ გარემოში ცხოვრობენ, რომელშიც ისინიც, ვინც მათ მართავენ“ (1, გვ. 89). დღევანდელი მოქალაქენი, არა მხოლოდ განვითარებულ დემოკრატიულ ქვეყნებში, არამედ ნებისმიერ თვით ყველაზე ჩაკეტილ და დახურულ საზოგადოებაშიც კი უფრო ინფორმირებულნი არიან, სწორედ ამ კომუნიკაციური რევოლუციების შედეგად, და საკმაოდ მაღალ დაინტერესებებს ავლენენ პოლიტიკის მიმართ, ამის კარგი მაგალითია ჩვენს ქვეყანაში 2007 წლის ნოემბერისა და 2008 წლის იანვრის მოვლენები, რომლებმაც აჩვენეს თუ როგორი მაღალი პოლიტიკური დაინტერესებითა და ინფორმირებულობით გამოირჩევა ქართული საზოგადოება, რომელმაც ხელისუფლებას არ აპატია სწორედ პოლიტიკური მართვის ტრადიციულ-ავტორიტარული მეთოდების გამოყენება, ხალხის ფართო მასების ყოველდღიური ცხოვრებისეული პრობლემებისგან მოწყვეტა. ღია ინფორმაციული საზოგადოების პირობებში მრავალი მოვლენა თუ პრობლემა უფრო შესამჩნევი და გამჭვირვალე, ხოლო ადამიანები უფრო აქტიურნი, რეფლექსური გახდნენ, ვიდრე ეს ადრე იყო. ისინი აქტიურად მონაწილეობენ სხვადასხვა ჯგუფებისა და გაერთიანებების საქმიანობაში. ასევე იზრდება ნებაყოფლობით ორგანიზაციათა მონაწილეების რაოდენობა.

დემოკრატიის დემოკრატიზაცია ესაჭიროება არა მხოლოდ განვითარებულ დემოკრატიულ სახელმწიფოებს. მას შეუძლია ხელი შეუწყოს დამოკრატიული ინსტიტუტების შექმნას იქ, სადაც ისინი სუსტია და დისტროფიას განიცდიან. მაგალითად საქართველოში. სადაც ჯერ კიდევ ძლიერია ავტორიტარული ობერტონები. როგორც დასავლური გამოცდილება გვასწავლის, შეუძლებელია „ზემოდან“ ავაგოთ ღია და დემოკრატიული საზოგადოება, აუცილებელია იგი შევქმნათ ქვემოდან, „მოქალაქეობრივი კულტურის“ გაძლიერებისა და აღორძინების მეშვეობით.

ბუნებრივია, ინფორმაციულ ეპოქაში, მასმედიას უფრო სწორად მულტიმედიას, განსაკუთრებით ტელევიზიასა და ინტერნეტ დემოკრატიის განვითარებასთან უშუალო კავშირი აქვს.

უკანასკნელი სამი ათწლეულის მანძილზე სწორედ ტელევიზიის წყალობით მსოფლიოში მოხდა კომუნიკაციური აფეთქება, რომლის არსს ყველაზე უკეთ მ. მაკლუენის ხატოვანი გამოთქმა გამოხატავს: „საშუალება არის შეტყობინება (ინფორმაცია)“. მანუელ კასტელსის აზრით: „განვითარების რამდენიმე წელიწადში ტელევიზია ჩვენი საზოგადოებების კულტურულ ეპიცენტრად იქცა; კომუნიკაციის სატელევიზიო უნარი სრულიად ახალი უნარია, რომელიც თავისი მაცდუნებელი თვისებებით: რეალობის სენსორული იმიტაციით, მინიმალური ფსიქოლოგიური ძალისხმევითა და აღქმის სიმსუბუქით ხასიათდება“ (2, გვ. 402)

ტელევიზიის რეალური ძლიერება და ძალაუფლება ისაა, რომ იგი ამზადებს სცენას ყოველი პროცესისათვის, რომლის შესახებაც ინფორმაცია საზოგადოებას დაწყებული პოლიტიკიდან ბიზნესამდე და სპორტიდან ხელოვნებამდე უნდა მიეწოდოს. შესაბამისად, ტელევიზია არის სწორედ ის საშუალება, რომელიც „სოციალური კომუნიკაციის ენის სტრუქტურირებას ახდენს.“ (2, გვ. 399).

დღეს, ტელევიზიას იმდენად დიდი გავლენა აქვს დემოკრატიულ პროცესებზე, განსაკუთრებით არჩევნების პროცესებზე, რომ თამამად შეგვიძლია მ. კასტელსთან ერთად ვთქვათ: „პოლიტიკოსებს და პოლიტიკას, რომელთა განვითარებულ საზოგადოებაში (და არა მხოლოდ განვითარებულ საზოგადოებაში ა. ბ.) ხელი არ მიუწვდება ტელევიზიაზე, ძალიან მცირე შანსი აქვთ მოსახლეობის მხარდაჭერა მიიღონ, რამდენადაც ადამიანები ინფორმაციებს მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებით იღებენ, სადაც ტელევიზიას წამყვანი ადგილი უჭირავს“ (2, გვ. 422). მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებები, ჩვენი კულტურის, ჩვენი მენტალიტეტის გამოხატვაა, ჩვენი კულტურა კი ძირითადად იმ მასალებით მუშაობს, რომლებსაც მასმედია აწვდის. ამიტომ „მოქალაქეობრივი კულტურის“ ჩამოყალიბება, რომელიც დემოკრატიზაციის ერთ-ერთი უმთავრესი ფაქტორია, მასმედიის მუშაობაზე, მის დამოუკიდებლობასა და ობიექტურობაზე დიდადაა დამოკიდებული. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ თავისუფალი ინფორმაცია და დემოკრატია ერთმანეთს განაპირობებენ და ერთმანეთის გარეშე არ არსებობენ. მათ გარეშე კი ნამდვილი მოქალაქეობრივი კულტურის მატარებელ სუბიექტთა ფართო ფენების არსებობა წარმოუდგენელია, რაც თავის მხრივ დემოკრატიზაციის პროცესების გაღრმავებას წარმოუდგენელ რაიმედ აქცევს ნებისმიერ საზოგადოებაში.

მაგრამ ტელევიზიას დღეს ორმაგი დამოკიდებულება აქვს დემოკრატიულ პროცესებთან, ერთის მხრივ იგი ხელს უწყობს თავისუფალი აზრისა და დისკუსიების განვითარებას, მეორეს მხრივ კი სპობს დიალოგისათვის აუცილებელ საჯარო სივრცეს. ე. გიდენსის თქმით:

„გლობალური ინფორმაციული საზოგადოების არსებობა უკვე ძლიერ მადემოკრატიზირებულ ძალას წარმოადგენს. მეორეს მხრივ, ტელევიზია და მასმედიის სხვა საშუალებები თვითონვე სპობენ დიალოგისათვის აუცილებელ თავისავე მიერ შექმნილ საჯარო სივრცეს პოლიტიკური საკითხების განუწყვეტელი გამარტივებისა და პერსონალიზაციის მეშვეობით“. (1, გვ. 92)

უფრო მეტიც, გიგანტური ტრანსნაციონალური მედია-კორპორაციების არსებობა ნიშნავს, რომ საქმიანი სამყაროს არავის მიერ არჩეულ მაგნატებს, ძალუბთ უზარმაზარი ძალუფლებისა თუ

ძლიერების მოპოვება, რაც თავის დაღს ასვამს მასმედიისა და დემოკრატიის ურთიერთობებზე. მაგრამ ამგვარი სიტუაციიდან გამოსავალი გლობალურ ეპოქაში გლობალური უნდა იყოს. ესაა ტრანსნაციონალური სტრუქტურები, (მაგალითად ევროკავშირი), რომლებსაც გლობალიზაციის პირობებში აქტიურად შეუძლია ხელი შეუწყოს დემოკრატიის განვითარებას, როგორც სახელმწიფოს შიგნით, ისე სახელმწიფოთა შორის ურთიერთობებში. სწორედ ასეთი ტრანსნაციონალური სტრუქტურები იქნებიან იმის გარანტი, რომ მასმედიამ არ ჩაახშოს ის საჯარო სივრცე, რომელსაც თვითონვე უწყობს ხელს და იქცეს ღია ინფორმაციული საზოგადოებისა და დემოკრატიის არსებობის ერთ-ერთ ფუნდამენტად.

თუ XX ს-ის უკანასკნელ მეოთხედამდე არსებულ პოლიტიკურ და სოციალურ სიტუაციებს გავიაზრებთ, შეიძლება მოგვეჩვენოს, რომ დემოკრატია და თავისუფალი მედია არსებობს მხოლოდ იქ, სადაც ამისათვის განსაკუთრებით ნაყოფიერი და გულდასმით დამუშავებული ნიადაგია. მსგავსად იმისა, რომ საზოგადოებაში, სადაც არ არსებობს ძველი, დიდი ხნის დემოკრატიული ტრადიციები, იგი ღრმად ვერ იდგამს ფესვებს და მისი აღმოფხვრა ადვილია. ასე იყო ადრე, ახლა კი ყველაფერი იცვლება, დგება ახალი ინფორმაციული ერა, სადაც სწორედ ინფორმაციის ღიაობას, გამჭვირვალობას, გენერირებას და გამოყენებას და დამუშავებას,

„ცოდნით ახალი ცოდნის“ მოპოვებას პრინციპული მნიშვნელობა აქვს; დემოკრატია ძალიან მწირ ნიადაგშიც შეუძლია ფესვები გაიდგას. უპრიანი იქნება თუ ამ სტატიას ე. გიდენსის სიტყვებით დავასრულებთ: „ყველა დონეზე დემოკრატიის განმტკიცებისათვის ბრძოლა ღირს და ეს მიზანი სავსებით მიღწევადია. ჩვენს მსოფლიოს მეტი მართვა ესაჭიროება – ამის უზრუნველყოფა მხოლოდ დემოკრატიულ ინსტიტუტებს ძალუძთ“ (1, გვ. 95).

ბილეთი. #5.

- ინფორმაციულ-ტექნოლოგიური რევოლუცია და მისი კულტურული და სოციალური შედეგები.
- კულტურული განსხვავებების მინიმიაზაცია
- პოსტმოდერნიზმი და ინფორმაცია
- საჯარო სფერო და ცვლილებები ინფორმაციის სფეროში

1. ინფორმაციულ-ტექნოლოგიური რევოლუცია და მისი კულტურული და სოციალური შედეგები.

მეოცე საუკუნეში მეცნიერებაში მომხდარმა სამმა დიდმა კვანტურმა, ბიომოლეკულურმა და კომპიუტერულმა რევოლუციამ მსოფლიოს სამი დიდი “აღმოჩენა” - ატომი, გენი და კომპიუტერი შესძინა. მაგრამ თავისთავად აღმოჩენა შეიძლება “წმინდად აკადემიური” იყოს, დარჩეს აბსტრაქციისა და თეორიის სფეროში და უმნიშვნელო გავლენა იქონიოს დანარჩენი მსოფლიოს ყოველდღიურ ცხოვრებაზე. საკმარისია მეცნიერული აღმოჩენის ტექნოლოგიად ქცევა და ყოველდღიურ ცხოვრებაში მისი გამოყენება, რომ მან უზარმაზარი სოციალური და პოლიტიკური აზრი შეიძინოს. ასევე დაემართა აზროვნებისა და ინფორმაციის სფეროში მომხდარ რევოლუციას. ინფორმაციულმა (კომპიუტერულმა) რევოლუციამ შექმნა ციფრული სამყარო, რამაც ადამიანი თანამედროვე ინფორმაციულ ტექნოლოგიებამდე მიიყვანა, ახალმა ტექნოლოგიებმა კი კომუნიკაციების წარმოდგენელი შესაძლებლობები შექმნა, ისე, რომ მეცნიერული ფანტასტიკა და რეალობა თითქმის გააიგივა. ინფორმაციულ-ტექნოლოგიური რევოლუცია ისევე და იმდენადვე დიდი ისტორიული მოვლენაა, როგორც 18-ე საუკუნის ინდუსტრიული რევოლუცია, რომელმაც გარდატეხა გამოიწვია საზოგადოების, ეკონომიკისა და კულტურის საფუძვლებში.

ტექნოლოგიურ რევოლუციას ისტორია გვიჩვენებს, რომ ისინი ყოვლის მომცველი გავლენით ხასიათდებოდნენ – იჭრებოდნენ რა ადამიანური საქმიანობის ყველა სფეროში, ისინი გარეგან ზემოქმედებას კი არ ახდენდნენ, არამედ იქცეოდნენ იმ ქსოვილად, რომელშიც ასეთი საქმიანობაა ჩაწული. ანუ, ახალი პროდუქტების ინდუცირების (წარმოების) გარდა იგი თავად პროცესზეა ორიენტირებული.

ინფორმაციული ეპოქისა და განვითარების ინფორმაციული წესის მკვლევარის მანუელ კასტელსის აზრით “ყველა სხვა სახის ტექნოლოგიური რევოლუციისაგან განსხვავებით, იმ ტრანსფორმაციების – ცვლილებების ბირთვი, რომლებსაც დღეს მსოფლიო განიცდის - ინფორმაციისა და კომუნიკაციის დამუშავების ტექნოლოგიებთანაა დაკავშირებული“. (3, გვ.147)

ელექტრონიკაზე დაფუძნებული ინფორმაციული ტექნოლოგიები მეხსიერების შეუდარებელ მოცულობას, ინფორმაციული ბითის შერწყმისა და გადაცემის შეუდარებელ სისწარმეს ფლობს. ვისაც კი Word- პროცესორზე უმუშავია, ყველა აღიარებს, რომ სწორედ ელექტრონული ტექსტი გვაძლევს ტექსტის უკუკავშირების, ურთიერთქმედების და გადამუშავება-გარდაქმნის დიდ და არსებით მოქნილობას, ანუ სხვაგვარად, რომ ვთქვათ თავად კომუნიკაციის პროცესს ცვლის.

ინფორმაციული რევოლუციისათვის ინფორმაციული ტექნოლოგია იგივეა, რაც ენერჯის ახალი წყაროები იყო ინდუსტრიული რევოლუციისათვის. მაგრამ ინფორმაციული ტექნოლოგიის

არსებითად უმნიშვნელოვანესი როლის შესახებ მტკიცებას ხშირად ურევენ იმასთან, რომ დღეს მიმდინარე რევოლუცია არსებითად ახალი ინფორმაციასა და ცოდნაზეა დამოკიდებული. ეს ნაწილობრივ მართალია მხოლოდ მაშინ, როდესაც ტექნოლოგიური ცვლილებების მიმდინარე პროცესზე ვსაუბრობთ, მაგრამ მ. კასტელსის სწორი შენიშვნებით, ასეთი რამ დამახასიათებელი იყო წინამორბედი პირველი და მეორე ინდუსტრიული რევოლუციებისათვის. “დღეს მიმდინარე ტექნოლოგიურ რევოლუციას ახასიათებს არა ინფორმაციის და ცოდნის ცენტრალური როლი, არამედ ასეთი ცოდნისა და ინფორმაციის გამოყენება ისეთი ცოდნისა და მოწყობილობების გენერირებისათვის, რომლებიც ამუშავებენ ინფორმაციებს და ახორციელებენ კომუნიკაციებს ინოვაციებსა და ინოვაციების გამოყენების მიმართულებებს შორის უკუკავშირის კუმულაციურ ყულფში.” (3, გვ.57)

ეს იმას ნიშნავს, რომ გამომყენებლები არა მხოლოდ სწავლობენ ტექნოლოგიებს, არამედ ქმნიან მათ, ამდიდრებენ და გარდაქმნიან ქსელებს, თავად პოულობენ გამოყენების ახალ სფეროებს. ახალი ტექნოლოგიების შემოყვანას, მის გამოყენებასა და ახალ სფეროებში წინ წაწევას შორის უკუკავშირი ახალ ტექნოლოგიურ პარადიგმაში ძალიან სწრაფად მიმდინარეობს. შედეგად კი ვიღებთ იმას, რომ ტექნოლოგიის გავრცელება უსასრულოდ აფართოებს მის ძლიერებას იმ ზომით, რა ზომითაც ეს ტექნოლოგიები აითვისება და ახლებურად განისაზღვრება მისი მომხმარებლის მიერ.

ამგვარად ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიები უბრალოდ გამოსაყენებელი ინსტრუმენტები კი არ არიან, არამედ წარმოადგენენ პროცესებს, რომელთა შემუშავებაა საჭირო. ასეთ შემთხვევაში მომხმარებელი და გამომგონებელი (შემქმნელი) ერთ პიროვნებაში შეიძლება გაერთიანდეს. მაგალითად, როგორც მ. კასტელსი შენიშნავს, მომხმარებელმა შეიძლება ხელში ჩაიგდოს ტექნოლოგიებზე კონტროლი, როგორც ეს ინტერნეტის შემთხვევაში მოხდა. (3, იხილეთ V თავი). ინფორმაციულ-კომუნიკაციური რევოლუციის შედეგად შეიძლება თამამდ ითქვას, რომ პირველად კაცობრიობის ისტორიაში ადამიანის აზრი უშუალო საწარმოო ძალა გახდა და არა უბრალოდ წარმოების სისტემის გადამწყვეტი მნიშვნელობის ელემენტად დარჩა.

ამგვარად, კომპიუტერები, საკომუნიკაციო სისტემები, გენეტიკური დეკოდირება და პროგრამები – ადამიანური აზრის გაძლიერებას და გაფართოებას ემსახურება. ის, რასაც ჩვენ ვფიქრობთ და როგორადაც ვფიქრობთ გამოხატულებას საქონელს, მომსახურებასა და ინტელექტუალურ პროდუქციაში – იქნება ეს საკვები, ბინა, სატრანსპორტო თუ საკომუნიკაციო სისტემები, კომპიუტერები, რაკეტები, განათლება, ჯანმრთელობის დაცვა თუ გამოსახულებები – პოულობს.

როგორც მ. კასტელსი შენიშნავს, ინფორმაციულ-ტექნოლოგიური რევოლუციის შედეგად მანქანებსა და აზრებს შორის მზარდი ინტეგრაცია, დნმ-ის მექანიზმის ჩათვლით, აუქმებს და ლიკვიდაციას უკეთებს, “მეოთხე განზომილებას” ანუ განხეთქილებას ადამიანებსა და მანქანებს შორის, ამგვარი ინტეგრაცია კი ფუნდამენტურად ცვლის იმას თუ როგორ ვიბადებით, ვცოცხლობთ, ვსწავლობთ, ვმუშაობთ, ვქმნით, ვაწარმოებთ, მოვიხმართ, ვიბრძვით თუ ვკვდებით.

ამ ახალ ტექნოლოგიურ სისტემებს საკუთარი მყარი ლოგიკა აქვს, რომელიც მასში შეტანილი მთელი ინფორმაციის საერთო ინფორმაციულ სისტემაში გადაყვანის და ასეთი ინფორმაციის

პოტენციურად ყოვლისმომცველ საძიებო და გამანაწილებელ ქსელში მზარდი სისწრაფით დამუშავების, მზარდი ძლიერებითა და კლებადი დანახარჯებით ჩართვის უნარით ხასიათდება.

ყველაზე დამახასიათებელი ნიშანი, რომელიც ამ ახალ ინფორმაციულ-ტექნოლოგიურ რევოლუციას ახასიათებს: ესაა საკუთარი თავის განვითარებისათვის მის მიერვე შექმნილი ტექნოლოგიების დაუყოვნებლივ გამოყენება, რითაც მსოფლიოს ერთიან მთელად აკავშირებს. რასაკირველია, მსოლიოში ჯერ კიდევ რჩება დიდი სფეროები და მოსახლეობის მნიშვნელოვანი სეგმენტები, რომლებიც არ არიან ჩართულნი ახალ ტექნოლოგიურ სისტემაში, მაგრამ დედამიწის დომინანტური ტერიტორიები, ფუნქციები და სოციალური ჯგუფები, მკვლევართა აზრით, უკვე 1990 წლების შუა ხანებში ჩართულნი იყვნენ ახალ ტექნოლოგიურ სისტემებში, რომლებმაც ფორმირება მხოლოდ 1970-იან წლებში დაიწყო.

ამგვარად, ინფორმაციულ-ტექნოლოგიურ რევოლუციის საფუძველზე ინფორმაციული ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ ბიძგი მისცა ისეთი სოციალური ურთიერთობების განვითარებას, ისეთი საზოგადოების ფორმირებას, რომლის განვითარების ძალა გახდა არა მატერიალური პროდუქციის, არამედ ინფორმაციული პროდუქციის წარმოება. მატერიალური პროდუქცია სულ უფრო მეტი ინფორმაციისა და თეორიული ცოდნის მომცველია, რაც ინოვაციების, დიზაინის და მარკეტინგის წილის გაზრდას ნიშნავს მის ღირებულებებში.

ინფორმაციულ-კომუნიკაციური რევოლუციის შედეგად არა მხოლოდ წარმოება, არამედ თვით ადამიანთა ცხოვრების წესი, ღირებულებათა სისტემა იცვლება, იზრდება კულტურული, პოსტ-მატერიალისტური ღირებულებების მნიშვნელობა მატერიალურ ღირებულებებთან შედარებით. მის საფუძველზე ყალიბდება ახალი სოციალური სისტემა – ინფორმაციული საზოგადოება, სადაც პრიორიტეტულია არა საქონლის წარმოება და მომსახურება, არამედ ცოდნისა და ინტელექტის წარმოება და მოხმარება, რასაც გონებრივი შრომის წილის გაფართოებასთან მივყავართ. ინფორმაციული საზოგადოება სადაც ადამიანისაგან მოითხოვება შემოქმედების უნარი, და იზრდება ცოდნაზე მოთხოვნილება.

ყალიბდება საზოგადოების ახალი ფორმა და სტრუქტურა, სადაც ადამიანთა საქმიანობა ძირითადად ინფორმაციის დაუშვებაზე იქნება მიმართული. ინფორმაციულია საზოგადოება – სადაც დასაქმებულთა უმრავლესობა ინფორმაციის და განსაკუთრებით მისი უმაღლესი ფორმის – თეორიული ცოდნის გენერირებით, შენახვით, გადამუშავებითა და რეალიზაციითა დასაქმებული.

ინფორმაციული ტექნოლოგიების გავრცელება არაორდინალურად სწრაფად მიმდინარეობს მთელს მსოფლიოში. ბევრ დასავლურ ქვეყანაში ის ყოველდღიური ცხოვრების ნაწილი გახდა სულ ცოტა 20 წლის განმავლობაში. თუ გავითვალისწინებთ Word wide web არ იყო შექმნილი 1991 წლამდე, მაშინ როდესაც ის უკვე მოიხმარება მსოფლიოს 180 ქვეყანაში და მხოლოდ ამერიკის შეერთებულ შტატებში 100 მილიონზე მეტი მომხმარებელი ყავს.

ახალი თაობისათვის, დღეს შეიძლება თვით ჩვენთანაც საქართველოშიც კი ამ თაობას ქსელური თაობა ვუწოდოთ, პერსონალური კომპიუტერით სარგებლობა და ინფორმაციული ტექნოლოგიები უკვე ბუნებრივი პროცესია. ეს თაობებს შორის უზარმაზარ სივრცეს წარმოშობს, რადგან ბავშვებს აქვთ უამრავი ინფორმაცია, რომელიც მათმა მშობლებმა და მასწავლებლებმა

შეიძლება არც კი იცოდნენ. “მომხმარებელთა “ უმრავლესობა არიან ახალგაზრდები, მამაკაცები და მდიდარი ოჯახის შვილები. მათ ხშირად “ციფრულ ბავშვებსაც “ კი უწოდებენ. თუმცა დღეს ქალებიც აქტიურად ერთვებიან ამ პროცესებში, უფრო მეტად საქართველოში დღეს შეიძლება კომპიუტერული მომსახურებით უფრო მეტი მდებრობითი სქესის წარმომადგენლები სარგებლობენ, განაკუთრებით მოზარდები. კომპიუტერები და ინფორმაციული ტექნოლოგიები ყველგან და ყოველთვის გვხვდება. თამამად შეიძლება ითქვას, რომ ისინი სოციალური ცხოვრების მნიშვნელოვანი შემადგენელი ელემენტები გახდნენ.

კულტურული და სოციალური ცვლილებების თვალსაზრისით სოციოლოგები რამდენიმე მნიშვნელოვან ცვლილებაზე საუბრობენ:

- “დიגיტილიზაცია – ანუ ენა შეცვლილია ანალოგიური ციფრული სისტემით, რომელიც ყველგან მუშაობს, ყველაფერს აქვს თავისი კოდი და ინფორმაცია. მალე ისიც გახდება შესაძლებელი, თუ უკვე არ გახდა, რომ ჩვენი სხეულიც კოდირებული იქნას – მაგალითად ჩვენი თვალების დასკანერება აეროპორტში პასპორტის ნაცვლად.
- პერსონალური კომპიუტერი უკვე ყველგან შეიძლება შეგვხვდეთ სახლში, სამსახურში, სამხარეულოსა და აბაზანაშიც კი. ეს რა თქმა უნდა განვითარებულ ქვეყნებს ეხება.
- ყველა სისტემა ემსგავსება ერთმანეთს, რადგან ყველა მათგანი ერთნაირად მუშაობს.
- კომპიუტერის ეკრანი გახდა ის საგანი, რომელსაც ყველაზე ხშირად ვუყურებთ, ის არის ჩვენი დროის მეტაფორა.
- მსოფლიო ნაკლებ დამოკიდებული ხდება ფიზიკურ რეალობაზე. ხდება დროისა და სივრცის სხვაგვარი აღქმა. ვირტუალური რეალობა უკვე წარმოიშვა.
- იცვლება სოციალური ჯგუფების ბუნებაც (6, გვ. 619) “

ინფორმაციული ტექნოლოგიების სოციალური გავლენა.

ქვემოთ ჩამოთვლილი ცვლილებები, რომლებსაც ახლა განვიხილავთ გავლენას ახდენენ ცხოვრების ყველა სფეროზე, ჯანმრთელობასა და განათლებაზე, პოლიტიკაზე და ა.შ. მართალია ძნელი მისახვედრი არ არის, დავინახოთ, რომ ინფორმაციული ტექნოლოგიები არის რისკის საზოგადოების ნაწილი, მაგრამ ჯერ კიდევ არ შეგვიძლია განვაცხადოთ თუ რა შედეგებს მოიტანს ციფრული სამყარო. მსოფლიო დღეს გახდა უფრო სწრაფი, რადგან არსებობს ელექტრონული ფოსტა, ვებ-გვერდები, მობილური ტელეფონები და ა.შ. ასევე აღსანიშნავია, რომ ბევრ ქვეყანაში ინფორმაციული საზოგადოების საფრთხე უკვე გაჩნდა, ამიტომ ასეთ ქვეყნებში ინტერნეტით სარგებლობის შესაძლებლობა მეტ-ნაკლებად შეიზღუდება.

- ციფრული ეკონომიკა. მოხდა ეკონომიკის ელექტრონიზაცია. ისიც ციფრული გახდა. გლობალური ფინანსური ეკონომიკა მთლიანადაა დამოკიდებული ინფორმაციულ ტექნოლოგიებზე. როგორც მ. კასტელსმა აღნიშნა:

კომპიუტერის მართვა ხდება საათივით გლობალურად ინტეგრირებულ ფინანსურ ბაზარზე, როგორც ისტორიაში პირველად მუშაობას ასე: მილიონობით დოლარის ღირებულების ტრანსაქცია ხდება ელექტრონულად სულ რამდენიმე წამში. ამის კარგი მაგალითია ერაყ-კუვეიტის ომი, როდესაც კუვეიტის ბანკებმა სულ რამდენიმე წამში გადაისროლეს თავიანთი აქტივები მსოფლიოს სხვა ბანკებში.

ინფორმაციული რეოლუცია ცვლის როგორც სამუშაო ადგილს, ასევე თვითონ მუშაობასაც, შრომასაც. ეს ცვლილებები მკვლევართა აზრით, გამოიხატება შემდეგში:

- სულ უფრო მეტ “გადაწყვეტილებებს იღებს” კომპიუტერული მოდელი, რომელიც წყვეტს შეიძინოს თუ არა კომპანიამ ესა თუ ის პროდუქტი.
- სამუშაო და შრომა უფრო აბსტრაქტული ხდება. თუ ინდუსტრიულ საზოგადოებაში მუშებს მეტი კონტაქტი ჰქონდათ თავიანთი პროდუქტებთან, მაშინ პოსტ-ინდუსტრიულ-ინფორმაციულ ერაში ამას აგვარებს აბსტრაქტული სიტყვები და სიმბოლოები დახვეწილი კომპიუტერის მეშვეობით.
- სამუშაო ადგილზე ინტეგრაცია იზღუდება, ინფორმაციულმა რევოლუციამ ხალხი კომპიუტერს მიაჯაჭვა, რაც ნიშნავს, რომ მათ საკუთარი თავის წარდგენა კომპიუტერისათვის უწევთ და შესაბამისად ნაკლები კონტაქტები აქვთ ერთმანეთთან.
- კომპიუტერის საშუალებით ზედამხედველს შეუძლია მუდმივად აკონტროლოს მუშები, ამიტომაც კომპიუტერს აღარ თვლიან სოციალურად ნეიტრალურ რაიმედ, უფრო მეტიც ის განსაზღვრავს სოციალურ წესრიგს, აყალიბებს იერარქიულ დამოკიდებულებას დამქირავებელსა და დაქირავებულს შორის.

- ციფრული დემოკრატია, პოლიტიკა ნელ-ნელა იღებს ფორმას. სხვადასხვა სოციალური მოძრაობები გავლენას ახდენენ პოლიტიკაზე, ეს მოძრაობები კი ქსელის საშუალებით ყალიბდება. ჩვენ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ვებ-სივრცე ცვლის სოციალურ სფეროს, უფრო და უფრო მეტი ადამიანი იწყებს საუბარს მისთვის საინტერესო თემებზე ჩჰატ-ში და ა.შ.

- ციფრული ურთიერთობები. გაცნობის ახალი საშუალებები ჩნდება მობილური ტელეფონის, ელექტრონული-ფოსტისა და ინტერნეტის მეშვეობით. ამის ერთი ასპექტი არის ონ-ლაინ პაემანის გაჩენა. არსებობს უამრავი ვებ-გვერდები გაცნობისა და ინტერესების მიხედვით პარტნიორის შერჩევისათვის. ეს სექციები უკვე ანგრევენ საუკუნეების გამძლე ტრადიციებს: “როდესაც გოგობს ინტერეტით ელაპარაკები მნიშვნელოვანი ხდება ის თუ რას გრძნობს რას ფიქრობს და არა ის, თუ რამდენი გაქვს ფული, არც ის სიმბოლოები და სტატუსებია მნიშვნელოვანი, რომლებიც ასე დიდ როლს თამაშობს გარე-სამყაროში “. განაცხადა ერთერთმა სტუდენტმა.

- ინტერნეტში ახალი კულტურებისა და სოციალური სამყაროს შექმნა. ინტერნეტის, ვებ-გვერდების და ელექტრონული ფოსტის სოციოლოგებისთვის ყველაზე შემაშფოთებელი არის ის ფაქტი, თუ როგორ აყალიბებს ის ახალი კომუნიკაციის ქსელებს და ახალ კულტურებს. ყველზე მარტივად, რომ ვთქვათ პერსონალური ვებ-გვერდები ხდება საკუთარი თავის პრეზენტაციის ახალი საშუალება. ადამიანებს შეუძლიათ გაუკეთონ თავიანთ ვებ-გვერდებს ისეთი დიზაინი, როგორც მათ სურთ. ინტერნეტის ჯგუფებს უკვე გააჩნიათ საკუთარი ვებ-გვერდები როგორც სხვადასხვა ჰობის, ისე სერიალებსაც კი. მსახიობებს შეუძლიათ საკუთარი შრომის ვებ-გვერდებზე წარმოჩენა – არა მხოლოდ ფოტოები – არამედ სადისკუსიო სივრცეც მსახიობებს შორის. დიდი რაოდენობით იქმნება სექსუალური ინტერესების მქონე ვებ-გვერდები, წარმოუდგენლად მრავალფეროვანი მიმდინარეობებით, ყველანაირი გამოცდილებისათვის. მსოფლიოს ყველა წამყვან რელიგიას და აგრეთვე ახალ რელიგიურ მიმდინარეობებს, აბსოლუტურად ყველას გააჩნია საკუთარი ვებ-გვერდი, სადაც საკმაოდ დეტალურადაა ყველაფერი აღწერილი. სულ პატარა ტომებსაც კი აქვთ საკუთარი ვებ-გვერდები, რათა უკეთ წარმოაჩინონ საკუთარი იდენტურობა და გაამდიერონ ტომობრივი კავშირი. ასე ჩნდება

ვირტუალური რეალობა ანუ ციფრული სამყარო, სადაც კომუნიკაცია, რელიგია და პოლიტიკა მჭიდროდაა გადაჯაჭვული ერთმანეთზე. ციფრული სამყაროს რისკი:

რა რისკების გამოწვევა შეუძლიათ ამ ტექნოლოგიებს? ეს რისკები განსხვავდება წარსული დროის რისკებისაგან, რასაც ბუნებრივი კატასტროფა წარმოადგენდა. ჩვენ არ ვიცნობთ ამ რისკებს, ისინი ბუნდოვანი და დაფარულია. მოკლედ რომ ვთქვათ რა შედეგს მოიტანს ეს ტექნოლოგიური სამყარო? დღეს სულ უფრო და უფრო მეტი ადამიანი ატარებს მეტ დროს ტექნოლოგიებთან “ურთიერთობაში”, ხომ არ შეცვლის ეს მათ ინდივიდუალურობას, კომუნიკაციებს, წერის მანერასაც კი? იგი, ხომ, წიგნის და პრესის ჩამნაცვლებელიც კი ხდება.

ძალაუფლება, კლასები და სტრატეგიკაცია ციფრულ სამყაროში.

- ერთი სცენარის მიხედვით ესაა სტრატეგიკაცია, რომელიც მიმდინარეობს მათ შორის ვისაც “აქვს” ან “არ აქვს” ინფორმაცია. ჩვენ უკვე შეგვიძლია ამის დანახვა ქართულ სინამდვილეშიც კი, სადაც მოხუცები, რომლებიც არ იცნობენ კომპიუტერულ ტექნიკას, ისე კარგად როგორც მათი შვილები ან შვილიშვილები თავს უკვე გარიყულად გრძნობენ საზოგადოებისაგან. თუმცა მიუხედავად იმისა, რომ ამ ტექნოლოგიებმა მსოფლიოს ყველა ქვეყანაში შეაღწია მას მაინც არ მიუღწევია 6 მილიარდი მოსახლეობის ყველა წევრთან. არსებობს გლობალური ციფრული დაყოფა-გახლეჩა. მიუხედავად იმისა, რომ ციფრული სამყარო ხელს შეუწყობს დემოკრატიის განვითარებას, იგი მაინც გამოიწვევს ციფრულ კლასებს, ანუ სტრატეგიკაციას, რომელიც დამოკიდებული იქნება ინფორმაციის “ქონა-არ ქონის” მაგალითზე.

საქმე ისაა, რომ ციფრული სამყარო დასავლური განვითარებული საზოგადოებების გარდა ძალიან პატარა ჯგუფისთვისაა ხელმისაწვდომი. კომპიუტერის მომხმარებელთა 84%-ი ჩრდილოეთ ამერიკასა და ჩრდილოეთ ევროპაში ცხოვრობს. აქედან 69% მამაკაცია, რომელთა საშუალო ასაკი 33 წელია, შემოსავალი (ოჯახის) კი შეადგენს 60.000 დოლარს წელიწადში პირველი ოცეული კომპიუტერების მოხმარების საკითხში წარმოდგენილია უმეტესად ჰომოგენური ქვეყნებით. დედამიწის მოსახლეობის 80%-ი ჯერ კიდევ კომუნიკაციების გარეშეა, აზიაში, 1.5 მილიონი მომხმარებელია, რაც იაპონიის მომხმარებელთა 1/3 ერთ მესამედს შეადგენს. მანჰეტენზე სატელეფონო ხაზი უფრო მეტია, ვიდრე საჰარის აფრიკის ქვეყნებში, აშშ-ში ას კაცზე 35 კომპიუტერზე მეტი მოდის, იაპონიაში 60, ტაივანში 9, განაში კი 1 კომპიუტერი 1000 კაცზე. ჯერ კიდევ ადრეა იმის თქმა თუ რას მოგვითმის ციფრული სამყარო, მაგრამ საინტერესოა იმით სპეკულირება, თუ საით მივყავართ ციფრულ სტრატეგიკაციას. (6. გვ.)

- ინფორმაციით გადატვირთვა. მეორე სცენარს წარმოადგენს ფაქტი, რომ ახალი საზოგადოება გადატვირთულია ინფორმაციით. ინტერნეტის მეშვეობით ვიღებთ არა მხოლოდ ინფორმაციის, არამე ძალიან ბევრ ინფორმაციას. კვლევის შედეგად, შეიძლება წავაწყდეთ მილიონობით ვებ-გვერდს და მივიღოთ უამრავი ინფორმაცია. საჭიროა ახალი უნარები იმისა, რომ შეძლო ამ უზარმაზარი ინფორმაციიდან საჭირო მასალების ამოკრეფა, თორემ სხვა შემთხვევაში ჩვენ გადავიტვირთებით ინფორმაციით.

- ციფრული დანაშაულობები. – ყალიბდება ახალი ციფრული კრიმინალური – ჰაკერობა (კომპიუტერულ სისტემაში პატრონის ნებართვის გარეშე შესვლა).

- ახალი ვირუსები შექმნით მსოფლიო კომუნიკაციის სისტემის პარალიზება.

- ნარკოტიკების, ბავშვებისა და ხალხის ყიდვა-გაყიდვის შესაძლებლობა. უმეტესობა “ვირტუალურია” - შესაბამისად მათი გაკონტროლება და მართვა გაცილებით რთულია.

ციფრული სამყაროს კიდევ ერთი ფუნქცია – ციფრული სამყაროს მიერ გამოწვეული ზოგიერთი ცვლილება გაცილებით ღრმა სოციალური ხასიათისაა. დღეს ბევრი ლაპარაკობს “პოსტ-ადამიანურ საზოგადოებაზე”. ადამიანები სცილდებიან საკუთარ ადამიანობას. ჩვენ ვქმნით ცხოვრების ახალ ფორმებს – დროის შეგრძნების ახალ-ახალ ფორმებს: “უდროო დრო, “ ვანგრევთ კლასიკური ცხოვრების რიტმს. ინტერნეტის მეშვეობით შესაძლოა, რომ არავინ იცოდეს თუ ვინ ხარ სად ხარ, რამდენი წლის ხარ და ა.შ. ზოგიერთისთვის ეს არის რეალური სამყაროდან გაქცევის, დამალვის, საკუთარი თავის შენიღბვისა და ახალ ცხოვრებაზე გადასვლის შესაძლებლობა.

1. რადგან მთავარი ხდება ქსელში ჩართულობა, ამდენად კომპიუტერული ქსელი თავის მხრივ ბოლოს მოუღებს კომუნიკაციის ისეთ მასობრივ საშუალებას როგორც ტელევიზია (ანუ ცენტრალიზებული მაუწყებლობა ჰომოგენური აუდიტორიისთვის). ვინაიდან მათი მეშვეობით კომუნიკაციები ინდივიდუალური და ინტერაქტული ხდება. ამიტომ კულტურისათვის ყველაზე მნიშვნელოვან ქსელის მისაწვდომობა ხდება. ვინაიდან იგი გვაძლევს ვისთანაც გვინდა კომუნიკაციისა და ინტერაქტული ურთიერთობების შესაძლებლობას.

2. ინტერნეტი ხელს უწყობს საზოგადოების ფრაგენტაციას, თვით დღეს არსებული საკაბელო და თანამგზავრული ტელევიზია მიზნობრივ აუდიტორზეა მორგებული და წინასწარ შერჩეული ინფორმაციით აცალკევებს მაყურებლებს. საშუალება თავად იქცევა მესიჯად (გზავნილად) ხდება აუდიტორიის განსხვავებული ბაზრების უზრუნველყოფა კასტომიზირებული და დივერსიფიცირებული პროგრამებითა და არხებით.

3. შემაშფოთებელია ისიც, რომ იზრდება და ყალიბდება ცხოვრების საშინაო წესი, რომელიც დასვენებასა და გართობაზეა ორიენტირებული მსგავსი ტექნოლოგიების დანერგვასთან არის დაკავშირებული, ეს გვემუქრება საერთო კულტურის დაკარგვით, რომელსაც იცავს და ამაგრებს ეროვნული ტელემაუწყებლობა, მიუხედავად იმისა, რომ ახლა მედია ერთმანეთს შორის გლობალური მასშტაბით არის დაკავშირებული, ჩვენ ვცხოვრობთ არა გლობალურ სოფელში, არამედ იზოლირებულ, გამოყოფილ, კასტომიზირებულ კოტეჯებში, როლმელთა წარმოებაც და განაწილებაც ლოკალიზებულია.

4. არის მეორე ტენდენცია ინტერნეტი (ინტერაქციებისა და ინდივიდუალიზაციის) ხელს უწყობს ელექტრონული საზოგადოებების შექმნას, რომლებიც უფრო დააკავშირებენ ადამიანებს ერთმანეთთან, ვიდრე გააცალკევებენ. ხდება “ვირტუალური თანასაზოგადოებების” შექმნა ქსელში.

5. ყალიბდება “რეალური ვირტუალურობა”, რომელიც მოიცავს ტექსტის, აუდიო, ვიდეო, ვიზუალური ფორმების შენადნობს, ანუ მულტიმედიას. ფაქტობრივად, როდესაც ჩვენ ვიმყოფებით დამაბულ ქსელურ ურთიერთობებში, და შესაბამისად შევდივართ ურთიერთობებში სხვებთან, ჩვენ გამოცდილებით ვიყენებთ ერთადერთ რეალობას – მედის რეალობას. ამგვარად, ეს სისტემა, რომელშიც თავად რეალობა ... მთლიანად მოცულია და ჩაფლულია ვირტუალურ

სამყაროში, გამოგონილ სამყაროში, რომელშიც გარეგანი ანარეკლები არა მხოლოდ გვამცნობენ, რომელღაც გამოცდილების შესახებ, არამედ თავად იქცევიან გამოცდილებად. “ (3, გვ. 345).

XXI საუკუნეში პროგრესის მთავარი მამოძრავებელი ძალა, ცოდნა და ინფორმაციის გენერირების, გაცვლის, განაწილებისა და მოხმარების ტექნოლოგიები ე.წ.

“ინტელექტუალური “ ტექნოლოგიები გახდა. ახალი მსოფლიო – ეს კომპიუტერებისა და ინტერნეტის, მობილური ტელეფონებისა და ფაქსების სამყაროა, ქსელებისა და ტელევიზიის მსოფლიოა, რომელთა გამოყენების მასშტაბებსა და ეფექტურობაზე პირდაპირაა დამოკიდებული ხალხების (ერების) და სახელმწიფოების კეთილდღეობა. დღეს იგებს ის, ვინც ინფორმაციისა და ცოდნის წარმოებაზე აკეთებს აქცენტს.

ძველი დროებისაგან განსხვავებით ცოდნა, ახალ-ახალი ინფორმაციების მოპოვება და გაცვლა აღარ არის რჩეულთა პრივილეგია. სახელმწიფოს ძლიერება და სიმდიდრე განისაზღვრება არა ცოდნის იმ ჯამით, რომელიც “მკვდარ ტვირთად “ დევს სადღაც ფუნდამენტალური მეცნიერებების საფუძველში, არამედ ამ ცოდნისა და ინფორმაციის მაქსიმალურად ფართო დაუფლების შესაძლებლობებით და მაშასადამე, მათი გავრცელების სიჩქარით; სხვაგვარად რომ ვთქვათ, კომუნიკაციის ქსელთა ქმედითუნარიანობით. რაც უფრო მაღალია ინფორმაციის (ცოდნის) წარმოების, განაწილების და გავრცელების ტემპები, რაც უფრო სწრაფად გარდაიქმნებიან ისინი ახალ ტექნოლოგიებად, სასარგებლო გამოგონებებად, მით უფრო მაღალია ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური ინტეგრაციის ზრდის ტემპები.

ყველაზე მნიშვნელოვანი კი ჩვენი თემისათვის ისაა, რომ კომუნიკაციის სისტემებისა და კავშირების ახალი საშუალებები ამცირებენ ადამიანთა გამთიშველ მანძილსა თუ სხვა ხელოვნურად შექმნილ ბარიერებს. უფრო მეტიც, მათ არ იციან (არ ცნობენ) ქვეყნებისა და ხალხების გამყოფი საზღვრები. ახალი ინფორმაცია, ახალი ცოდნა წარმოებული ერთი ინტელექტის მიერ, მყისიერად ხდება ყველას მონაპოვარი და მისადგომი რამ (ალბათ ხელმისაწვდომი). მსოფლიო ჯერ კიდევ არასდროს არ ყოფილა ამდენად ერთნაირი. იგი

“გლობალურ სოფელს “ ემსგავსება, სადაც ყველამ ყველაფერი იცის ყველას შესახებ. ყალიბდება გლობალური ინფორმაციული საზოგადოება, რომლის ერთიანობა უზრუნველყოფილია თანამედროვე ინტელექტუალური ტექნოლოგიებით. ინფორმაციულია საზოგადოების განვითარების ეტაპი, რომელზეც ინფორმაცია და მეცნიერული ცოდნა საზოგადოებრივი ცხოვრებისა და წარმოების ნაყოფიერების განმსაზღვრელი ფაქტორი ხდება. ცოდნის მოცულობის ექსპონენტური ზრდა, ცოდნის გაორმაგების დროის სწრაფი შემცირება; (თუ ჩვენი წელთაღრიცხვის დასაწყისიდან ცოდნის გაორმაგებას დასჭირდა 1750 წელი, მაშინ მეორე გაორმაგება უკვე 1900 წელს, ხოლო მესამე – 1950 წელს მოხდა). დღეს ინფორმაციის მოცულობა უკვე ყოველწლიურად ორმაგდება, ადგილი აქვს

“ინფორმაციულ აფეთქებას “, მაგრამ მთავარი მხოლოდ ინფორმაციის რაოდენობრივი ზრდა არ არის, მთავარია ის ახალი ინტელექტუალური ტექნოლოგიები, რომლებიც ყოველწლიურად არევილუციონირებენ საკუთარ თავს და “ცოდნით ცოდნის “ მოპოვების გზით ინფორმაციას და ცოდნას აქცევენ ერთერთ ისეთ მთავარ სოციალურ ღირებულებად, რომელიც საზოგადოებას აერთიანებს და მას წარმოების ძირითად პროდუქტად და საქონლად აქცევს.

თავისი განმსაზღვრელი თვისებით – რაც კომუნიკაციურობით გამოიხატება, ინფორმაციული სფერო უპირისპირდება სხვა სფეროებს (ეკონომიკურს, პოლიტიკურს, სამხედროს და ა.შ.). ამ სფეროში ადამიანური საქმიანობის მთავარი დანიშნულებაა – ინფორმაციის გავრცელება, ან მისი გადაცემის დაუშვებლობა სივრცეში, დროში (შენახვა), ადამიანთა ჯგუფებში და წრეში(გავრცელება), აგრეთვე ინფორმაციის დამუშავება მითითებული ქმედებების ეფექტების ასამაღლებლად. კომუნიკაციური მხოლოდ ის ინფორმაციაა, რომელიც ექვემდებარება გადაცემას, შენახვას და დამუშავებას. სწორედ ამით შეესატყვისება იგი თანამედროვე ინფორმაციული საზოგადოების მოთხოვნებს.

ჩვენ ძალიან კარგად გვესმის, რომ ეს ახალი გლობალური სოფელი – სულაც არ არის ახალი ედემი და სამოთხე. ინფორმაციული და კომუნიკაციური ტექნოლოგიების და ახალი ინფორმაციული მაგისტრალების განვითარება არა მხოლოდ აერთიანებს მსოფლიოს, არამედ აცალკევებს კიდევ მას და უფრო მეტიც, ერთი ქვეყნის შიგნითაც კი იწვევს სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფებსა და რეგიონებს შორის გათიშვას, რასაც

“ციფრული განხეთქილების“ ცნება უკეთ გამოხატავს – მაგრამ, ეს სხვა საკითხია და უშუალოდ ჩვენს თემას არ უკავშირდება. მე აქ მინდა ყურადღება გავამახვილო ისეთი კომუნიკაციური საშუალების შესახებ, როგორც ინტერნეტი. ეს მსოფლიო აბლაბუდა მის ყველა წევრს თუ მას კომპიუტერი აქვს, ყოველგვარი სახელმწიფოებრივი ჩარევისა და ცენზურის გარეშე შეუძლია იკონტაქტოს ერთმანეთთან, შექმნან ვირტუალური საზოგადოებები, დაუახლოვდნენ, მოხსნან გაუცხოება ერთმანეთში, გაერთიანდნენ საერთო ინტერესებისა და ღირებულებების ირგვლივ. ინფორმაციული ტექნოლოგიების გავრცელება არაორდინალურად სწრაფად მიმდინარეობს მთელს მსოფლიოში. ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში ისინი ყოველდღიური ცხოვრების ნაწილი გახდა სულ ცოტა 20 წლის განმავლობაში.. თუ გავითვალისწინებთ, რომ წორლდ წიდე წებ 1991 წლამდე არ იყო შექმნილი, დღეს კი იგი მსოფლიოს 180 ქვეყანაში მოიხმარება, მარტო აშშ-ი მას 100 მილინზე მეტი მომხმარებელი ყავს. მართალია ჩვენი ქვეყანა ტოლს ვერ დაუდებს განვითარებულ ქვეყნებს, მაგრამ კომპიუტერიზაცია და ინტერნეტიზაცია საკმაო სწრაფი ტემპებით მიდის, ეს განსაკუთრებით ბოლო ხუთი წლის მანძილზე შეიმჩნევა; ახალი თაობისათვის პერსონალური კომპიუტერის და ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება უკვე ბუნებრივ პროცესად იქცა. თინეიჯერები უკეთ ამყარებენ კავშირებს სხვა ადამიანებთან ამ ტექნოლოგიების მეშვეობით, ვიდრე უფროსი თაობის ადამიანები, სწორედ ეს ქმნის იმის შესაძლებლობას, რომ ხელოვნური ბარიერებით გათიშულმა ახალგაზრდებმა დაამყარონ ერთმანეთთან კავშირი და შექმნან ვირტუალური საზოგადოებები, რომლებიც საერთო ღირებულებებისა და ინტერესების საფუძველზე ჩამოყალიბდება. ინტერნეტი ხელს უწყობს პოლიტიკაზე გავლენის შემძლე სოციალური მოძრაობების წარმოშობას, ვინაიდან ეს მოძრაობები სწორედ რომ ქსელის საშუალებით ყალიბდება. ჩვენ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ვებ-სივრცე ცვლის სოციალურ სფეროს, უფრო და უფრო მეტი ადამიანი იწყებს საუბარს მისთვის საინტერესო თემებზე ცჰატ-ში? და ა.შ. დაახლოებისა და გაცნობის ახალი საშუალებები ჩნდება მობილური ტელეფონის, ელექტრონული ფოსტისა და როგორც უკვე ვთქვით ინტერნეტის მეშვეობით. არსებობს უამრავი ვებ-გვერდი გაცნობისა და ინტერესების მიხედვით პარტნიორების შერჩევისათვის. სწორედ ამ სექციების გამოყენებითაა შესაძლებელი ახალი “ბერლინის კედლების“ დანგრევა და გაუფასურება. ჩვენი ახალგაზრდობა, განსაკუთრებით სტუდენტობა, მართალია ნელა, მაგრამ მაინც ახერხებს კომუნიკაციების დამყარებას აფხაზ თუ ოს

თანატოლებთან. მართალია, ჯერ ეს მხოლოდ დასაწყისია, მაგრამ ამ ონ-ლაინ ურთიერთობებს ბევრი რამის გაკეთება შეუძლია ჩვენი ახალგაზრდების დაახლოების და ურთიერთგაუცხოების მოხსნის საქმეში. სწორედ ინტერნეტის მეშვეობითაა შესაძლებელი აფხაზეთსა და შიდა ქართლში ჯერ კიდევ საკმაოდ ბევრ დარჩენილ ნათესავთან, მეგობართან, ყოფილ მეზობელთან თუ უბრალოდ ნაცნობთან დაკავშირება და საერთო უნდობლობის დაძლევა და არა მხოლოდ აფხაზეთთან და ოსებთან, არამედ ამიერკავკასიის ყველა ხალხებთან, ანუ ჩვენს მეზობლებთან: ჩრდილო კავკასიელებთან, აზერბაიჯანელებთან, სომხებთან... ურთიერთობების დამყარება და ვირტუალური მოძრაობების შექმნით, კონფლიქტის დაძლევის სახალხო საფუძველის შექმნა.

2. კულტურული განსხვავებების მინიმიზაცია

კულტურული განსხვავებების მინიმიზაცია - დასავლური საზომებით საკმაოდ წინწასული წესია სხვა კულტურების აღქმაში. მისით ხასიათდება აღიარება, რომ შესაძლებელია უცხო კულტურული ფასეულობების არსებობა და გამაერთიანებელი ნიშნების ძებნა. ასეთი იყო ტიპური რეაქცია საბჭოთა ადამიანის ქვეყნის შიგნით კულტურთაშორის განსხვავებებზე, როცა ნაციონალური კულტურების, ეთნიკური და რელიგიოზური ჯგუფების ფასეული შინაარსი, დაფარული იყო საერთო საბჭოთა სტერეოტიპული სიმბოლოებით. (ამას მოწმობს ცნობილი ფორმულირება „ხალხთა ახალი ისტორიული ერთობა - საბჭოთა ადამიანი“). უფრო იშვიათად, ზემოაღწერილი ტიპებისგან განსხვავებით, გვხვდება კულტურებს შორის განსხვავებების აღქმის საკმაოდ პოზიტიური ვარიანტები (სტაბილური სიტუაციებისას, მით უმეტეს კრიზისების დროს). კერძოდ, როცა ადამიანს შეუძლია მიიღოს სხვა თვითმყოფადი კულტურის არსებობა, მოახდინოს ადაფტირება და ინტეგრირდეს მასში.

კულტურათა შორის განსხვავების არსებობის მიღება - კულტურთაშორის აღქმის ტიპია, რომელიც ხასიათდება სხვა კულტურის ცოდნით, მთლიანობაში კეთილგანწყობილია ურთიერთობაში, ამასთან, უცხო კულტურის სფეროში აქტიურ შეღწევას არ გულისხმობს.

ახალ კულტურასთან ადაპტაცია (ადაპტირება) - სხვა კულტურებთან პოზიტიური ურთიერთობა, მისი ნორმებისა და ღირებულებების აღქმა, უნარი იცხოვრონ და იმოქმედონ მისი წესებით და ამასთან ერთად, შეინარჩუნონ საკუთარი კულტურული იდენტურობა.

ინტეგრაცია მშობლიურში და ახალ კულტურებშიც - პოლიკულტურული პიროვნების რეაქციის ტიპი, რომელიც დაინტერესებულია უცხოკულტურული ნორმებით და ღირებულებებით იმ დონეზე, რომ მათ აღქმას იწყებს როგორც საკუთარის, მშობლიურის.

კულტურთაშორის განსხვავებებთან დადებითი დამოკიდებულება რომ გამომუშავდეს, საჭიროა კულტურული ჩაკეტილობის გარღვევა, რომელიც ნეგატიურ რეაქციებს ბადებს. უცხო კულტურაში ადაპტირება და ინტეგრაცია ეფუძნება არა მარტო ენის, ნორმების, ადათ-წესებისა და ღირებულებების ცოდნას, არამედ მთავარია მისი ფასეულობებისა და მითითებების გაგების პირადი დაინტერესება, მის წარმომადგენლებთან მჭიდრო ემოციალური კონტაქტები. მიუხედავად ყველაფრისა, კულტურთაშორის ურთიერთობაში ჭეშმარიტი ურთიერთგაგების მიღწევა იშვიათია, რადგანაც ეს მოითხოვს არაორდინალურ პირადულ თვისებებს, უნარს ფაქიზად და შემოქმედებითად აღიქვან საკუთარი და სხვა კულტურის მემკვიდრეობა.

კულტურთმორის კონტაქტების რეალური ფაქტების შესწავლით დადგენილია, რომ უცნობ კულტურებში მოხვედრილი ადამიანის აღქმის ევოლუცია სამ ეტაპად მიმდინარეობს. რიგ შემთხვევებში, როცა საუბარია ინდივიდუალურ აღქმაზე გამოყოფენ ნულოვან ეტაპს. მას ადგილი აქვს უშუალოდ კონტაქტის წინ და დაკავშირებულია სიტუაცასთან გაცნობის პროცესთან.

პირველი ეტაპი - „თაფლობის თვე“ (ნ.იკონნიკოვა), როცა უცხო კულტურასთან, მის მიღწევებთან და წარმომადგენლებთან გაცნობა ბადებს ოპტიმიზმს, ამაღლებულ განწყობას, დაჯერებულობას წარმატებულ ურთიერთმოქმედებაში.

მეორე ეტაპი - „კულტურული შოკი“ , ეს იმედეების მსხვერვის პერიოდია, როცა დადებითი ემოციალური ხასიათი დეპრესიით და მტრული განწყობით იცვლება. შოკი, უპირველესად, ემოციონალურ სფეროში წარმოიშობა, თუმცა სოციალური ფაქტორებიც განსაკუთრებულ როლს თამაშობენ. კულტურული შოკის სიმპტომები ძალზედ განსხვავებულია: ჭურჭლის, თეთრეულის, წყლის ხარისხზე და საკვებზე გადაჭარბებული ზრუნვიდან - ფსიქომატიკურ აშლილობამდე: საერთო მღელვარება, უძილობა, შიში. მათ შეუძლიათ დეპრესიის გამოწვევა, ალკოჰოლიზმის ან ნარკომანიის და თვითმკვლელობისაც კი.

რა თქმა უნდა, კულტურულ შოკს დადებითი მხარეც გააჩნია: თანამედროვე მკვლევრები თვლიან, რომ ეს ნორმალური რეაქციაა და ახალ პირობებთან შეჩვევის პროცესის ნაწილია. უფრო მეტიც, ამ პროცესის მსვლელობისას ადამიანი მხოლოდ ახალი კულტურის ნორმებისა და ქცევების შესახებ ცოდნას კი არ იღებს, არამედ საკუთარ კულტურასაც ავითარებს, მიუხედავად იმისა რომ იგი განიცდის სტრესს.

მესამე ეტაპი ქცევათა სხვადასხვა სტრატეგიების გამომუშავებას გულისხმობს. ერთ შემთხვევაში, ეს არის „ადაპტაცია“, როცა სიტუაციის რეალისტური შეფასება ფორმირდება, ადექვატურად აღიქმება მიმდინარე მოვლენები. იქმნება საკუთარი მიზნების მიღწევის საშუალება. მეორე შემთხვევაში, „გაქცევა“ - ახალი კულტურის სრული უარყოფა და ამ შემთხვევაში გარდაუვალი უკანდახევა, გაქცევა გადატანითი და პირდაპირი მნიშვნელობით.

ეტაპთა მონაცვლეობა დამოკიდებულია კულტურული კონტაქტის ხანგრძლივობაზე. კულტურული მოგზაურობა ან ხანმოკლე მივლინება, როგორც წესი „თაფლობის თვის“ ფაზას არ აღემატება და ნათელ და სასიამოვნო შეგრძნებას ტოვებს. საზღვარგარეთ, ნახევარი წლით და მეტი ხნით ყოფნა ახალ კულტურასთან ახლო გაცნობისა და ადაპტაციის ფაზაში გადასვლის საშუალებას იძლევა. საზღვარგარეთ ყოფნა ერთიდან სამ თვემდე განსაკუთრებით ძნელი ვადაა კულტურული შოკიდან გამოსასვლელად. ამ დროს ადამიანებს სასწრაფოდ ფსიქოლოგიური და სოციალური დახმარება სჭირდებათ.

3. პოსტმოდერნიზმი და ინფორმაცია

რა საერთო აქვს ყველაფერ ამას ინფორმაციასთან? პირველი პასუხი ამ კითხვაზე გამომდინარეობს პოსტმოდერნიზმის თეზისებიდან: ყველაფერი, რაც ვიცით სამყაროს შესახებ, ვიცით ენის მეშვეობით. ფილოსოფოსებისთვის განმანათლებლობა იყო ნათელი: ენა– ეს არის საშუალება იმისთვის, რომ აღიწეროს ობიექტური რეალობა, სიტყვა არ გვზღუდავს განვსაზღვროთ რეალობა.

პოსტმოდერნისტები ამტკიცებენ, რომ ეს არ არის იმაზე მეტი, ვიდრე “მითი ენის გამჭვირვალობაზე”, უბრალოდ ადრე ფილოსოფოსები თვალს ხუჭავდნენ ყველაფერ იმაზე, რომ სიმბოლოები და გამოსახულებები (ანუ ინფორმაცია) წარმოადგენდა ერთადერთ რეალობას, რომელთანაც გვაქვს საქმე. ასე და ამაგვარად ჩვენ არ განვიხილავთ რეალობას სიტყვების გარეშე, პირიქით ენა ეს არის ერთადერთი რეალობა, რომელიც ჩვენთვის არის ხელმისაწვდომი. მიშელ ფუკომ ერთხელ ეს აზრი შემდეგნაირად ჩამოაყალიბა: “რეალობა საერთოდ არ არსებობს; რაც არსებობს ეს არის ენა და მაშინაც კი როდესაც ვსაუბრობთ მასზე, ჩვენ იძულებულები ვართ გამოვიყენოთ, მივმართოთ ისევ მას.”

ერთ-ერთი დასკვნა, რომელიც გამომდინარეობს ამ მოსაზრებიდან ასე ჟღერს: “ენა არასდროს არ ყოფილა უცოდველი” (ბარტი1953წ.). მაგ. ლიტერატურული კრიტიკის თვალსაზრისით ეს მოსაზრება ნიშნავს შემდეგს: კრიტიკოსები არასდროს არ თვლიდნენ თავიანთ ამოცანად, უკეთ დაენახათ კაპიტალიზმის სახე ვიქტორიანული ეპოქისა დიკენსის რომანებში “დომბი და შვილი”, ან ჰემინგუეის მოთხრობების კითხვისას, რა აზრს დებდა ვაჟკაცობაში, ან განესაზღვრათ რა გავლენა იქონია ლოურენსის აღზრდამ მის შემოქმედებაზე. კრიტიკოსები გამომდინარეობენ იმ მოსაზრებიდან, რომ ამ მწერლების ენის პრიზმიდან ჩვენ შეგვიძლია მივუახლოვდეთ ისტორიული პერიოდის რეალიებს, სქესთა შორის ურთიერთობაზე შეხედულებებს, ოჯახური აღზრდის როლს. მათი მიზანი იყო თავიანთი თავისთვის მაინც დაედგინათ ენის როლი, ამასთან ერთად ტაქტიანად და გარკვეულად, ანუ ობიექტურად, რამდენადაც ეს არის შესაძლებელი. უმაღლესი მიღწევა, როგორც ავტორისთვის, ისე კრიტიკოსისთვის იყო გადმოცემულის აღქმის სიმარტივე, რამდენადაც მათ უნდოდათ დაენახათ ტექსტს მიღმა დამალული სინამდვილე.

როლან ბარტის მოსაზრებები 1960-იანი წ-ის დასაწყისში ფრანგულ ლიტერატურულ წრეებში იწვევდა გაუგებრობას, იმის გამო რომ გამოდიოდა ზემოთ ჩამოყალიბებული ფორმულირების წინააღმდეგ პოლემიკაში ერთ-ერთ დიდ კრიტიკოსთან რაიმონ პიგაჩთან. ბარტმა შემოგვთავაზა რასინის წაკითხულის თავისებური ხედვა. ის ამტკიცებდა, რომ მისი ტექსტების ერთმნიშვნელოვნად გაგება შეუძლებელია და მისი შემოქმედება, რომლის ახსნაც, რომელი მხრიდანაც არ უნდა განხორციელდეს (ფროიდიზმის ენა, მარქსიზმის, სტრუქტურალიზმის და ა.შ.), აგებულია ისე, რომ მისი გარკვევა შეუძლებელია მხოლოდ კრიტიკოსებს, რომლებიც უფრო გასაგებს ხდიდნენ ისტორიულ კონტექსტს, სადაც აღმოცენდებოდა ნაწარმოები. ცენტრალური ადგილი ბარტის მოსაზრებაში ეკავა რა თქმა უნდა მოსაზრებას იმის შესახებ, რომ ენა არ არის გამჭვირვალე და ავტორობის არსი(საქმე ეხება არა მხოლოდ მხატვრულ ლიტერატურას)არის არა იმაში, რომ ენის გამოყენებით მიეცეს საშუალება დაინახოს მის მიღმა მდებარე სამყარო, არამედ თავად ენაში.

ამ პოლემიკის კავშირი პოსტმოდერნიზმის პრობლემასთან გახდება უფრო ნათელი თუ ჩვენ გავიხსენებთ, რომ ბარტმა და მისმა მომხრეებმა გაავრცელეს პრინციპი, რომლის თანახმადაც ენა ეს არის ერთადერთი ხელმისაწვდომი რეალობა, დისციპლინების ფართო წრეზე, ისტორიიდან სოციოლოგიამდე. თითოეულ ამ დისციპლინაში ისინი ცდილობენ გაეგონ “გაბატონებული ფრაზა”, რომელიც დაახასიათებდა მის არსს. ამის მიღწევის შემდეგ მათ ეჭვქვეშ დააყენეს ფრაზები (რომლებიც რა თქმა უნდა მიეკუთვნებოდნენ ინტელექტუალებს) და როგორც პოსტმოდერნიზმს ჩვევია, წამოაყენეს ალტერნატიული მიდგომები, რომლებშიც განიხილავდნენ ამ დისციპლინების საგნებს, მხოლოდ ენის ტერმინების ფარგლებში (ან მათი საყვარელი სიტყვის გამოყენებით _ დისკურსი).

მნიშვნელოვანია, რომ ბარტმა გამოიყენა იგივე მიდგომა თანამედროვე სამყაროს უამრავი მოვლენის მიმართ: პოლიტიკიდან დაწყებული, სპორტული შეჯიბრებებით, კინოთი, მოდით, სამხარეულოთი და რადიოგადაცემებით, საგაზეთო პუბლიკაციებით დამთავრებული.

ამასთან ობიექტი ყოველთვის აღიწერებოდა, როგორც ენობრივი მოვლენა, როგორც მასზე სასაუბრო საშუალება. თუ დავეთანხმებით ბარტს, ის რაც დღეს ჩვენ ვიცით წარმოდგენს ენის (დისკურსის) პრობლემას, ხოლო ნებისმიერი ჩვენი ცხოვრებისეული გამოცდილება ეს არის ინფორმაციული გამოცდილება. არაფერი არ შეიძლება ჩაითვალოს გამჭვირვალედ და გასაგებად, რამდენადაც ყველაფერი იქმნება ენის საშუალებით და გაიგება ენის მეშვეობით. ძირითადი დასკვნა, რომელიც ინფორმაციის პოსტმოდერნული ანალიზიდან გამომდინარეობს ისაა, რომ ჩვენ ვცხოვრობთ არა სამყაროში, რომელზეც გვაქვს გარკვეული ინფორმაცია, არამედ, პირიქით, ჩვენ ვცხოვრობთ სამყაროში რომელიც შექმნილია ინფორმაციის საშუალებით.

ჟან ბოდრიარი.

ჟან ბოდრიარი (1929–2007.) არის ალბათ ყველაზე ცნობილი პოსტმოდერნისტი- სოციოლოგი, რომელმაც გამოიყენა ისეთი ფილოსოფოსების მიერ გამოყენებული პრინციპები, როგორებიც იყვნენ როლან ბარტი (1915–1980წ.), იმისთვის, რათა განეხილა ინფორმაციული სფეროს პრობლემები. შემდგომში ჩვენ შევჩერდებით მის მიერ დამუშავებულ გარკვეულ საკითხებზე და პრობლემის მისეულ ხედვებზე, ეს მოგვცემს საშუალებას უკეთ გავიგოთ კავშირი პოსტმოდერნიზმსა და ინფორმაციას შორის.

ბოდრიარის მოსაზრებით, თანამედროვე კულტურა ეს არის ნიშნების კულტურა. ყველაფერი რასაც დღეს ვეხებით, მეტნაკლებად ეხება მნიშვნელობას, ბევრი რამ დაკავშირებულია მასობრივი საკომუნიკაციო საშუალებების განვითარებასთან, რაც ამავდროულად მოქმედებს ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაზე, ურბანიზაციის პროცესზე და მოსახლეობის გაზრდილ მობილობაზე. საკმარისია მიმოვიხედოთ, რომ დავეთანხმოთ შემდეგ მოსაზრებას: ყოველ ნაბიჯზე ვხვდებით ნიშნებს და სხვადასხვა ტიპის აღმნიშვნელებს. ჩვენ გვაღვიძებს რადიო; ჩვენ ვუყურებთ ტელევიზორს და ვკითხულობთ გაზეთებს; დღის უმეტეს ნაწილს ვატარებთ ისე, რომ ვუსმენთ მუსიკას, რომელიც ისმის კომპიუტერიდან, ტელევიზორიდან თუ მუსიკალური ცენტრიდან; ისიც კი თუ როგორ ვიპარსავთ და ვიჭრით თმას ატარებს სიმბოლურ მნიშვნელობას; ჩვენი ჩაცმულობაც ატარებს ნიშნობრივ ხასიათს; ჩვენ ვრთავთ ჩვენს საცხოვრებლებს სხვადასხვა ნივთებით, რომელიც რაღაცას ნიშნავს; ჩვენ ვიყენებთ პარფიუმერიას იმისთვის, რომ გადავცეთ გარშემომყოფებს გარკვეული გზავნილი; სამსახურში მივდივართ ავტომობილით, რომელიც წარმოადგენს ნიშანს(აღჭურვილნი არიან სისტემებით, რომლებიც განუწყვეტლივ გადმოგვცემენ ნიშნებს); ჩვენ ვსადილობთ მნიშვნელობებით (საჭმელი ხომ შეიძლება იყოს ჩინური, იტალიური, ვეგეტარიანული, ქოლესტერინით ან მის გარეშე); გვერდს უვლით სიმბოლურ ნიშნებს,(რომლებიც განთავსებულია ბანკებზე, მაღაზიებზე, სკოლებზე), ვსტუმრობთ მათ.

რა თქმა უნდა ადამიანები ყველა დროში იყენებდნენ სიმბოლურ ნიშნებს, მაგრამ არცერთი საზოგადოება არ ყოფილა ჩამირული იმ ზღვა ნიშნებში, როგორშიც ვართ ჩვენ. მართალია ინდუსტრიულ საზოგადოებაშიც არსებობენ რთული იერარქიული სისტემები, მდიდრული რელიგიური ცერემონიები და მრავალფეროვანი ზეიმები, რა დროსაც ნიშნების გამოყენებისას იყო მკაცრი წესები და შეზღუდვები. იმ დროს ადამიანი ხვდებოდა ერთი და იგივე ადამიანებს

გარკვეულ ადგილებში და ეს ყველაფერი ექვემდებარებოდა გარკვეულ წესებს. დღეს ჩვენ მუდმივად ვეჯახებით უცნობ ადამიანებს და ვურთიერთობთ მათთან, მაგრამ ესენი არიან “ერთეული ადამიანები”, თავისი როლებით: ავტობუსის მგზავრები, კბილის ექიმთან რიგში მდგარი პაციენტი, ბარის სტუმარი.

ამასთან ერთად ჩვენ ვიღებთ ინფორმაციას ნებისმიერ დროს და ნებისმიერი ადგილიდან გაზეთების, წიგნების, რადიოს, პლენერის, ტელევიზიისა და ინტერნეტის მეშვეობით.

ამ სახით საგნების არსებობის კონსტატაცია ბოდრიარისთვის არის საყრდენი პუნქტი: დღეს ჩვენი ცხოვრება ეს არის ნიშნების შეუჩერებელი ცირკულაცია, იმის შესახებ თუ რა მოხდა მსოფლიოში (ახალი ამბების ნიშნები); როგორი ადგილი გიჭირავთ თქვენ საზოგადოებაში (სტატუსისა და პატივისცემის ნიშნები); რა ფუნქციას ასრულებს ესა თუ ის შენობა (არქიტექტურული ნიშნები); როგორი ესთეტიკური უპირატესობები არსებობს (აფიშები, რეკლამა, ბანერები) და ა.შ. როგორც ჯონ ფიკსმა შენიშნა კრიტიკოსი, რომელიც იზიარებს ბოდრიარის შეხედულებებს ჩვენი საზოგადოების ნიშნებით გადატვირთვასთან დაკავშირებით მხარს უჭერს ფუნდამენტურად განსხვავებულ მოსაზრებას საზოგადოების შესახებ, განსხვავებით წინამდებარისგან. ტელევიზორის მაყურებელი ერთი საათის განმავლობაში იღებს უფრო მეტ გამოსახულებებს, ვიდრე ინდუსტრიამდელ საზოგადოებაში მთელი თავისი ცხოვრების მანძილზე.

გი დებორის გამოთქმას თუ გამოვიყენებთ, ჩვენი საზოგადოებრივი ცხოვრების სპექტაკლად გადაქცევის შესახებ, ამას ჯერ კიდევ აღნიშნავდნენ წინა თაობის ფილოსოფოსები. საფრანგეთში სიტუაციონისტები პოპულარულები იყვნენ 1960-იან წლებში და მათ მიეკუთვნება პოსტმოდერნისტებისადმი არ შეიძლება, ისინი აგრეთვე თვლიდნენ, რომ ნიშნებით გადატვირთვა, თავისთავად ნიშნავს საზოგადოების სისტემურ გარდაქმნას. უბრალოდ ბოდრიარი და მსგავსი სახის განწყობის მატარებელი სოციოლოგები წავიდნენ კიდევ უფრო შორს და დაასკვნეს, რომ საქმე არამხოლოდ ნიშნებშია. მათ გამოყვეს პოსტანამედროვეების სხვა მახასიათებლებიც, რომელებიც მიანიშნებენ წარსულთან წყვეტას.

ჩვენ უკეთ გავიგებთ მათ თვალთახედვას თუ როგორ ხსნიდნენ “ნიშნების - სუპერმარკეტის” აღმოცენებას ახალი დროის სოციოლოგები, ჰერბერტ შილერი და იურგენ ჰაბერმასი. ისინი ეთანხმებოდნენ ნიშნების რაოდენობის ზრდას, მაგრამ ამასთან ერთად თვლიდნენ, რომ თუ მათ გამოვიყენებთ გონივრულად, მაშინ მათი მეშვეობით ჩვენი ცხოვრება გახდება უკეთესი. ამ მიდგომის ფარგლებში, შეიძლება აღინიშნოს, რომ ნიშნების გამოყენებით ყველაფერი არ გვარდება. მაგრამ თუ ამ ნაკლს აღმოვფხვრით, მაშინ ეს დაგვეხმარება შევქმნათ უფრო დემოკრატიული საზოგადოება, უფრო მყარი სოციალური კავშირებით. ამ მიდგომის მომხრეები მზად არიან მიუთითონ ნიშნების გამოყენებისას, მათ დამახინჯებაზე, რასაც გარკვეულ წილად აუტენტურობის დაკარგვასთან მივყავართ, რითიც საზოგადოების ღიაობის მიმართულებით განვითარებას და მასში ნამდვილ სოციალური კავშირების განმტკიცების პროცესს აფერხებენ. ეს ავტორები აღშფოთებას გამოთქვამენ ტელევიზიაში უამრავი “საპნის ოპერის” გაჩენასთან დაკავშირებით, რამდენადაც ისინი აუფასურებენ და აყალბებენ ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებას. ამასთან ერთად იგულისხმება, რომ არსებობს ნამდვილი დრამა და ის შეიძლება იყოს ადაპტირებული სატელევიზიო მოთხოვნებისადმი. ახალი დროის მკვლევარები დიდი ძალისხმევით შედეგად ცდილობენ გამოავლინონ ის მეთოდები, რომლითაც მახინჯდება

მოვლენათა რეალური სურათი ახალ ამბებში. მთელი ეს სურათი ეფუძნება პოსტულატს იმის შესახებ, რომ რეალური სურათი შესაძლებელია აღდგეს. მათვე შეუძლიათ გააპროტესტონ ის, რომ მოდა თავისი ცუდი გემოვნებით და კომერციული მოსაზრებებით როგორ მოქმედებს ახალგაზრდებზე. ყველა ეს მოსაზრება და პროტესტი მოდის იქიდან, რომ მოდა შეიძლება იყოს უფრო აუტენტური.

მიუხედავად ყველაფრისა ბოდრიარი არ ცდილობს გამოასწოროს “დამახინჯებული კომუნიკაცია”, მისი მიზანი არ არის “აუტენტურობა”. მისი აზრით, რამდენადაც ყველაფერი დავიდა ნიშნებამდე, ხელოვნურობა და არააუტენტურობა გარდაუვალია ნიშნის ბუნებიდან გამომდინარე. მოდერნითის ფილოსოფოსები თვლიან, რომ ნიშნის უკან იმალება გარკვეული რეალობა, შესაძლოა დამახინჯებული, ნიშნის არასწორი გამოყენებით, მიუხედავად ამისა ეს, მაინც, არის რეალობა, მაგრამ ბოდრიარისთვის ყველაფერი მხოლოდ ნიშნებია და მეტი არაფერი. რამდენადაც არსებობს ასეთი ფაქტი, არააუტენტურობისაგან გაქცევა შეუძლებელია და არა აქვს აზრი იმის მტკიცებას, რომ ჩვენ ამას შევძლებთ. ტელევიზორის მაყურებელმა შეუძლია უყუროს უკანასკნელ ამბებს და ჩათვალოს, რომ მის მიერ ნანახი ნიშნები ასახავენ რეალობას: “ანუ იმას, რაც ხდება მსოფლიოში”. მაგრამ თუ დავფიქრდებით, მივხვდებით, რომ უკანასკნელი ამბები, არის მოვლენათა მხოლოდ ვერსია დაფუძნებული მხოლოდ ჟურნალისტების კონტაქტებზე, ნიუსმეიკერების ხელმისაწვდომობაზე, მორალურ ფასეულობებზე და იმავე ჟურნალისტების პოლიტიკურ გემოვნებაზე. თუ ჩვენ შევძლებთ დავინახოთ, რომ სატელევიზიო ამბები არ არის ნამდვილი, არამედ ჟურნალისტების ნახელავი, მაშინ როგორ შეიძლება სხვა შემთხვევაში ნიშნები აღწერდნენ “რეალურ” სიტუაციას? ბოდრიარისთვის რეალობა იწყება და მთავრდება ტელევიზორის ეკრანზე არსებული ნიშნებით. ამ ნიშნების ნებისმიერი ანალიზი მიგვიყვანს ახალი ამბების არც ისე რეალურ ვერსიასთან, უბრალოდ გაჩნდება კიდევ ერთი ახალი ნიშნების ნაკრები, რომელიც ვითომ ასხავს ნიშნების მიღმა არსებულ რომელიღაც რეალობას. ბოდრიარი კიდევ უფრო აწვითარებს ამ იდეას და ამტკიცებს, რომ დღეს ვერავის ვერ გააკვირვებ იმითი, რომ ნიშნები არააუტენტურია. პოსტანამედროვეების კულტურაში ეს გახდა ჩვეულებრივი რამ. ერთ წუთს წარმოიდგინოს ვინმემ, რომ რეკლამა სიმართლეს ამბობს ამა თუ იმ საქონლის ხარსხზე. კრიტიკოსების გაღიზიანების ძირითადი მიზეზი არის სიცრუე. მათი მტკიცებით რეკლამა, რომელიც მიაჩნიათ, რომ გარკვეული შამპუნი გაგხდით თქვენ უფრო სექსუალურად მიმზიდველს, ხოლო გარკვეული ალკოჰოლური სასმელი საზოგადოების გულს, ამახინჯებს სიმართლეს. ეს კრიტიკოსები, რომლებიც ამხელენ რეკლამის შემქმნელების ტრიუკებს (ცრუ ასოციაციები, ფსიქოლოგიური დამუშავება და ა.შ.) ორ მოსაზრებას ეყრდნობიან: პირველ რიგში, მყიდველს აქვს უფლება იცოდეს ამ ტრიუკების შესახებ, ამის გარეშე იგი ბრმაა. მეორე – შესაძლებელია შეიქმნას ისეთი რეკლამა, რომელიც რეალურად ასახავს რეკლამირებული პროდუქტის ხარისხს.

ბოდრიარი პასუხობს, რომ უბრალო ადამიანები არ არიან იმ ინტელექტუალებზე უტვინოები, როგორებიც არიან ვენს პაკარდი და კენეტ გელბრაიტი. რა თქმა უნდა მათ ესმით, რომ რეკლამა ეს არის მხოლოდ რეკლამა და არ ქმნიან ამისგან პრობლემას. რეკლამა ეს არის თამაში, სიმულაცია, ეს არამხოლოდ ინტელექტუალებმა იციან, ეს იცის ყველამ. ყველამ იცის, რომ კოკა-კოლა ვერ “ასწავლის მსოფლიოს სიმღერას”, რომ “ლევისს” არ ძალუძს გადააქციოს შუახნის მამაკაცი ოცი წლის აპოლონად, “რიგლისის” კევის ლეჭვისას არანაირი თავბრუსდამხვევი რომანტიკული თავგადასავალი არ შეგემთხვევა. თუ ეს სიმართლეა ხელი ჩავიქნით რეკლამაზე. ადამიანებს

რეკლამა მოსწონთ არა იმიტომ, რომ ის ატარებს გარკვეულ “მესიჯს” (სწორედ ამაში მდგომარეობს მისი ავტორების მიზანი) და რა თქმა უნდა არც იმიტომ, რომ ის არწმუნებს მათ გაემგზავრონ საყიდლებზე, მოწონების მთავარი მიზეზი მდგომარეობს სიამოვნების მინიჭებაში. რეკლამა ეს არის “სპექტაკლი, რომელიც აღაგზნებს” (ბოდრიარი, 1983წ.) და მეტი არაფერი. ვინ იცის და ვის აინტერესებს, რას ნიშნავს ფირმა “ფორდის” რეკლამა, “გინესის” ან სხვა.

პოლიტიკური ინფორმაციით მანიპულირება დაფუძნებულია პოლიტიკოსების და მათი მრჩეველების საფუძვლიან მზადებაზე საზოგადოებასთან ურთიერთობის, მედიის წინაშე გამოსვლის დროს. ეს არის რეპეტიციები, წინასწარი ბრიფინგები, დამუშავებული სცენები, ინფორმაციის გადაცემის მეთოდები, ჩაცმულობა, გრიმი. ამ ყველაფრის კრიტიკა დაფუძნებულია მოსაზრებაზე, რომ პოლიტიკოსი უნდა იყოს ღია, მართალი და პირდაპირი, არ უნდა იმალებოდეს მედია ნიღბით, რომელიც ატყუებს და უბნევს გზას საზოგადოებას.

ბოდრიარი პასუხს ცემს ამ ახალი დროის ადამიანებს ორნაირად: ერთი მხრივ ის ამტკიცებს, რომ ნიშნების არსებობა, რომლებსაც ძალუმთ ზუსტად გადმოსცენ და მოგვიყენენ სიმართლე, მათზე ვინც ქმნის პოლიტიკას არის მხოლოდ და მხოლოდ ოცნება. მედიას ძალუმს ასახოს მხოლოდ მოვლენების მცირე ნაწილი, ზოგიერთი პოლიტიკოსის და პოლიტიკური პარტიის შეხედულება. სხვა მიზეზებიც, რომ არ განვიხილოთ, უბრალოდ დროის უკმარისობაც კი მიგვიყვანს გადმოცემული პოზიციების და პრობლემების დამახინჯებამდე. ამას თუ დაემატება პოლიტიკოსების მიდრეკილება პირველ პლანზე წამოწიონ ის არგუმენტები, რომლებიც მეტყველებენ მათი თვალთახედვის სასარგებლოდ მაშინ ნათელი ხდება, რომ პოლიტიკური ცხოვრების ზუსტი ასახვა მედიისთვის შეუძლებელია. ბოდრიარის მოსაზრებით, ის რომ მედიამ უნდა მოახერხოს შეკრიბოს ერთად პოლიტიკურ პრობლემებზე ყველა მოსაზრება, აზრს უკარგავს მათთან ერთად წარმოდგენილ იქნეს ალტერნატიული მოსაზრებები, ალტერნატიული პოზიცია იქნებოდა დამატებით კიდევ ერთი სიმულაცია პოლიტიკის ობიექტურად გადმოცემის თვალსაზრისით. ბოდრიარი ასევე ამტკიცებს, რომ რამდენადაც ყველასთვის არის ცნობილი, რაშიც არის საქმე, არც არავინ არ ღელავს ამასთან დაკავშირებით. ჩვენ ყველამ ვიცით, რომ პოლიტიკა ფალსიფიცირებულია, ამიტომ ჩვენ უბრალოდ ვიღებთ სიამოვნებას ამ სპექტაკლიდან, ხოლო მის შინაარს იგნორირებას ვუკეთებთ.

ამ ლოგიკის თანახმად უნდა ვაღიაროთ, რომ საზოგადოების ურთიერთობა პოლიტიკასთან მოასწავებს ნიშნის სიკვდილს. ადამიანებს ესმით, რომ ნიშანი ეს არის სიმულაცია, რომ ის არაფერს არ ნიშნავს, სხვა რაც არ უნდა შევთავაზოთ არ ექნება აზრი, გარემოში შეიძლება ხდებოდეს ან ყველაფერი ან არაფერი. საბოლოოდ მივდივართ იმ დასკვნამდე, რასაც ბოდრიარი შემდეგნაირად აყალიბებს: “ჩვენ ვაწარმოებთ უამრავ ნიშანს, რომლებიც არ გადმოცემენ არანაირ შინაარსს. ნიშნების უმრავლესობა, რომლებსაც ვიღებთ ტელევიზიით, ფერწერა, პლასტიკური ხელოვნება, აუდიოვიზუალური გამოსახულება ან სინთეტიკური გამოახულება, არცერთი არაფერს არ ნიშნავს. თუ “მასებს” ესმით, რომ ნიშნები მხოლოდ სიმულირებენ, მაშინ ჩვენ ვაწყდებით სიტუაციას, როდესაც ნიშნების დიდმა ნაწილმა დაკარგეს მნიშვნელობა. აღმოცენდნენ ნიშნები, აღმნიშვნელის გარეშე, არა ნიშნები არამედ “სიმულაკრები”, მათ შეიძლება ვუყუროთ, ისინი ციმციმებენ ჩვენს თვალწინ და შესაძლოა გვანიჭებენ სიამოვნებას, მაგრამ არა აქვთ არანაირი აზრი. აი ეს არის პოსტთანამედროვეობა.

მაგალითები, რომლებიც მოვიყვანეთ, იმისთვის, რომ წარმოდგინა ბოდრიარის შეხედულებები პოსტანამედროვეობის კულტურაზე, ძირითადად მედია სფეროს მიეკუთვნებოდა, მისი მნიშვნელობიდან გამომდინარე და იმიტომაც, რომ ეს სფერო პირველად მოდის გონებაში, როდესაც საუბარია ინფორმაციულ აფეთქებაზე. მიუხედავად ამისა მხედველობაში უნდა გვექონდეს, რომ ბოდრიარი როდესაც აღწერდა “სპექტაკლის” საზოგადოებას ამ განსაზღვრებას საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროს მიმართ იყენებს. მისი აზრით საქმე ეხება არამხოლოდ მედიას. თუ ჩვენ გვინდა გავერკვეთ ამაში, გავიხსენოთ თუ რას მიაწერენ ნიშნის სტატუსს; გავიხსენოთ ჩასაცმელი; ფორმა, ფიგურა, რესტორნის დიზაინი, არქიტექტურა, მაღაზიების ვიტრინები, ავტომობილები, ჰობი ეს ყველაფერი ინფორმაციულად გახდა გადატვირთული. და ამ ყველაფრის კვლევას ახალი დროის იდეოლოგიები ღრმა აზრისა და აუტენტურობის თვალსაზრისით ცდილობენ. მათ უნდათ გაიგონ, როგორი უნდა იყოს ადამიანის აღნაგობა, რა უნდა დაიდოს მაღაზიის ვიტრინებზე, რათა მომხმარებელმა მინიმალური დანახარჯის წყალობით შეძლოს მოძებნა იმისი, რაც მათ სურთ. მაგრამ ბოდრიარს მსგავსი მიდგომა არანაირად არ აკმაყოფილებს. ის უარყოფს მას ჩვენთვის ნაცნობი არგუმენტის საფუძველზე დაყრდნობით: აუტენტურობის ძიება, რომელსაც მიმართავენ ახალი დროის იდეოლოგიები უაზრობაა, რამდენადაც ნიშნები არ ასახავენ რეალობას, ისინი სიმულირებენ.

ბოდრიარი კონკრეტულად გულისხმობს იმას, რომ დღეს ადამიანის ფიგურა არის, მისი არჩევანის საკითხი და ადამიანებს გაუჩნდათ შესაძლებლობა აკონსტრუირონ თავიანთი აღნაგობა. ტანმა შეიძინა პლასტიურობა, ის შეიძლება შეიცვალოს ვარჯიშით, დიეტით, ჩასაცმელით და ქირურგიული ჩარევითაც კი, მან შეიძინა ცვლილების უნარი. ახალი დროის ადამიანი ამაზე გაგვეცემს ორ პასუხს: ის ან დაგმობს ამ ექსპერიმენტებს ან ურჩევს ადამიანს, რომელიც განიცდის მსგავს პრობლემებს, შეეცადოს ჭამოს ცოტა და შეინარჩუნოს მისი “ნამდვილი” ჯანმრთელობა. ამასთან ერთად ახალი დროის ადამიანი ყოველთვის გულისხმობს აუტენტურ ფიგურას, დაუმახინჯებელს, განსხვავებულს თანამედროვე მოდელებისაგან და არც იმ გაუმადლარი ადამიანების მსგავსს, რომლებიც იგნორირებენ ექსპერტების რჩევას კვებასა და ჯანმრთელობას შორის კავშირის შესახებ. ბოდრიარი პასუხს ცემს ყოველივე ამას, არანარი “ნამდვილი” ფიგურა არა აქვს ადამიანს. თავად დიეტოლოგიები ვერ თანხმდებიან თუ რა კავშირი არსებობს ჯანმრთელობის მდგომარეობასა და ფიგურას შორის, განუსაზღვრელად ფართე არჩევანის პირობებში თითოეული თავად ირჩევს საკუთარ ფიგურას გემოვნების მიხედვით. საქმე იქამდე მიდის, რომ ტანს შეიძლება მივანიჭოთ სხვადასხვა ფორმა და არცერთი არ იქნება აუტენტური, არცერთი არ შეიძლება ჩავთვალოთ “ნამდვილად”, სხვა კი მისგან გადახრად. ეს არის მხოლოდ ნიშნები, მნიშვნელობათა გარეშე. ეს შესაძლებელია შევამოწმოთ კითხვის დასმით, რა აზრს ატარებს დღეს გარკვეული ფიგურა? ბოდრიარის მოსაზრებით ყველა აზრი გაქრა, გაქრნენ იმიტომ, რომ ადამიანებმა უკვე იციან, რომ ტანის ნიშნები არააუტენტურია. რას ნიშნავს დღესდღეობით მაგ. სიგამხდრე? იმისკენ სწრაფვას, რომ იყო მომხიბვლელი, ანორექსიას, ნარცისიზმს, ჯანმრთელი ცხოვრების წესს თუ შეპყრობილობას? ფიგურამ დაკარგა თავისი ნიშნობრივი ფუნქცია. ეხლა ეს არის ის, რასაც ჩვენ განვიცდით, მაგრამ არც კი ვცდილობთ ინტერპრეტაციას.

აქ შეინიშნება სოციალური კონსტრუქტივისტების და ნიშნებთან ურთიერთობის გავლენა ბოდრიარზე. თუ ფენომენი სოციალურად განსაზღვრულია, მაშინ მათი მოსაზრებით ის წარმოადგენს სიმულაციას, სიყალბეს და მის მიღმა არ არსებობს არანაირი რეალობა. ამის ახსნას

ცდილობს ბოდრიარი მისი ცნობილი მოსაზრებით დისნეილენდის შესახებ. მისი აზრით დისნეილენდი არ არის ამერიკის ნამდვილი სიმბოლო. (ახალი დროის ფილოსოფოსები არაერთხელ წერდნენ, რომ ეს არის გასართობი ცენტრი ამერიკის მითოლოგიური ხორცმესხმა, მისი ფასეულობებით, ხოლო მისი დამთვალეიერებლები, რომლებიც ერთობიან იქ მუშავდებიან იდეოლოგიურად). პირიქით, თვლის ბოდრიარი, დისნეილენდი ეს არის საშუალება რათა ვაღიაროთ, რომ მთელი თანამედროვე ამერიკა ეს არის კონსტრუქცია, გამოგონება, მისი პატარა ქალაქებიდან დაწყებული, მათთვის დამახასიათებელი ცენტრალური ქუჩით, დამთავრებული გიგანტური ქალაქებით, მათი ცენტრებით, კორპორაციის უამრავი ოფისებით. მისი მოსაზრებით, მთელი ქვეყანა არის ჰიპერრეალობა, რომელშიც ნიშნები (რომლებიც ხშირად ატარებენ მატერიალურ ფორმას) არ ნიშნავს არაფერს, გარდა თავისი თავის. ბოდრიარი ზუსტად შენიშნავს: დისნეილენდი ახდენს თავისი თავის პრეზენტაციას, როგორც წარმოსახვით თამაშს იმისთვის, რომ დაგვაჯეროს, რომ ყველაფერი მის მიღმა რეალურია, მაშინ როდესაც ლოს_ანჯელესი და მთელი ამერიკა აღარ არის რეალური, ეს არის ჰიპერრეალობა და სიმულაცია.

პოსტთანამედროვეების ეპოქაში ქრება ზღვარი რეალობასა და არარეალობას შორის, აუტენტურსა და არააუტენტურს შორი, ჭეშმარიტსა და ყალბს შორის. ხელოვნურობის წინ წამოწევისას ყველა ძირითადი საგნები ორთქლდება. “ძველი ქალაქი”, “ზღვისპირა კურორტი” და “გასართობი ცენტრი” ეს არის ჰიპერრეალობა და მათ მიღმა არ არსებობს არაფერი რეალური. ყველაფერი ეს სიყალბეა და არანაირ აუტენტურობაზე არ შეიძლება იყოს საუბარი.

ამ კონტექსტის ფარგლებში ბოდრიარი ეხება პრობლემას, რომელსაც მანამდე 30-იან წლებში განიხილავდა უოლტერ ბენჟამენი, რომელიც მიუთითებდა “მექანიკურად აღქმადი” ხელოვნების ნიმუშების შექმნის შედეგებზე. ბენჟამენი წერდა, რომ კინოს, ფოტოგრაფიის, რადიოს გამოგონებით ქრება ის აურა, რომელიც არსებობდა ხელოვნების ნიმუშების ირგვლივ და დაკავშირებული იყო მათ უნიკალურობასთან. ამჟამად არსებობს შესაძლებლობა “აღვიქვით” ეს ძეგლები მათი კონტექსტის გარეშე. ბოდრიარი გვთავაზობს ტერმინ “სიმულაკრს”, იმ ნიშნების აღსანიშნავად, რომელთაც არ გააჩნიათ ორიგინალი. კომპაქტდისკის მოსმენისას ორიგინალის გაგება კარგავს აზრს, იმ დროსაც კი თუ მაში ჩაწერილია “ცოცხლად” შესრულებული მუსიკა, იმის გამო, რომ ის დამუშავდა სტუდიაში.

თუ მოვლენები ვითარდება იმ სამყაროში, სადაც რეალობის აღქმა დაკარგულია, მაშინ იქ ნიშნებსაც აქვთ დაკარგული თავიანთი მნიშვნელობა (ბოდრიარის ტერმინოლოგიით, მათ განიცადეს “იმპლოზაცია”). მაგრამ ამან არ უნდა შეგვაშფოთოს, რამდენადაც ყოველთვის უნდა გვახსოვდეს პოსტმოდერნისტების საყვარელი გამონათქვამი: აუდიტორია ყოველთვის ახდენს ნიშნების შინაარსის იგნორირებას. არც ისე დიდი ხნის წინ თანამედროვეების იდეოლოგები დაიბნენ იმაზე კამათში თუ რას ნიშნავს მასიურად ტელევიზიის წინ მსხდომი დიასახლისების უზარმაზარი არმია და ენერგიული ტურისტები, რომლებიც ისტორიული ძეგლთან მოხვედრისას აუცილებლად უღებენ მას სურათს, ხოლო ნომერში დაბრუნებისას წარმოდგენა არა აქვთ თუ სად იყვნენ. ამ კამათში ივიწყებენ ჩვეულებრივი ადამიანის შემოქმედებით უნარებს. სინამდვილეში მოციმციმე ეკრანი იმყოფება მუდმივად აქტიურ მდგომარეობაში, მას ენთუზიაზმით რთავენ ერთი არხიდან მეორეზე, მაყურებელი ტელეფონით საუბრობს მეგობრებთან, უკეთებენ ნანახს კომენტარს (რამდენად წარმატებით სხვა საქმეა), ხოლო იგივე ტურისტები ნაციონალურ მუზეუმში სეირნობისას დაკავებულები არიან უამრავი საქმით: ოცნებობენ, მსჯელობენ თუ

რატომ გავს გიდი ესე ძალიან მათ ნათესავს, განიხილავენ თუ სად შეიძლება ისადილონ, ლაყბობენ სხვა დამთვალეობებთან. თუ გავითვალისწინებთ, რომ უბრალო ადამიანი დიდ წინააღმდეგობას უწევს ნიშნების ზემოქმედებას, შეიძლება მივიდეთ დასკვნამდე, რომ პოსტანამედროვეებაში აუდიტორია სულაც არ შედგება იმ ადამიანებისაგან, რომლებიც დატყვევებულები არიან თავბრუდამხვევი ნიშნების მიერ, რასაც ასე უფრო ხოლმე თანამედროვე საზოგადოების ადამიანები. სინამდვილეში აუდიტორია ვერ ხედავს ვერაფერს და არ ესმის არაფერი, ის უბრალოდ ტკბება იმ სპექტაკლით, რომელსაც თამაშობს მისთვის თანამედროვე საზოგადოება.

4. საჯარო სფერო და ცვლილებები ინფორმაციის სფეროში

როგორც უკვე ვთქვით, ჰაბერმასის ნაშრომის ძირითადი ნაწილი საჯარო სფეროში ინფორმაციის როლის აღმასვლასა და დაცემას ეხება. სანამ სხვა საკითხებზე გადავალთ, უნდა აღვნიშნოთ, რომ ჰაბერმასის შეხედულებები კრიტიკის ობიექტი გახდა. მკვეთრი წინააღმდეგობა გაუწიეს იმ ფაქტებთან დაკავშირებით, რასაც მისი ინფორმაციული სფეროს შესახებ კონცეფცია ეყრდნობა, მაშინ როცა სხვები ეჭვს გამოთქვამენ, იმალება თუ არა საერთოდ სიტყვების “საჯარო სფერო” უკან რაიმე რეალობა. სხვა შენიშვნაა, რომ ჰაბერმასს საერთოს დაავიწყდა, რომ ქალებს არ დართეს ნება საჯარო სფეროში შესულიყვნენ, რომ არსებობს “მდაბიოთა საჯარო სფერო”, ანუ მუშათა კლასიც იბრძოლებს იმისთვის, რომ წარმოდგენილები იყვნენ ხელისუფლებაში. ამის გარდა, ჰაბერმასმა არ გაითვალისწინა იმ პროფესიონალების ეგოისტური ინტერესები, რომლებიც საჯარო სფეროს ემსახურებიან. და ბოლოს, რას გულისხმობს ჰაბერმასი რაციონალობის ქვეშ, რომელსაც საჯარო სფეროზე საუბრისას ასეთ დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს? ბოლო კითხვას კიდევ დავუბრუნდებით.

მიუხედავად ამ ხარვეზებისა, საჯარო სფეროს კონცეფცია ბევრ ადამიანს იზიდავს - ინფორმაციულ და დემოკრატიულ მმართველობას შორის კავშირი დიდ ყურადღებას იქცევს. თუ ვივარაუდებთ, რომ საზოგადოებრივი აზრი უნდა შეიქმნას ღია დებატების შედეგად, ამ პროცესის ეფექტურობას ინფორმაციის რაოდენობა და ხელმისაწვდომობა განაპირობებს. უკვე აღვნიშნეთ, რომ ხელისაწვდომობა საიმედო და ადეკვატური ინფორმაციისა ხელს უწყობს მნიშვნელოვანი დისკუსიების წარმოქმნას, ხოლო თუ არასაკმარისი და ტენდენციურია ის, თითქმის აუცილებლად მივალთ ტენდენციურ გადაწყვეტილებასა და აბსურდულ განხილვასთან. აქედან გამომდინარე, ჰაბერმასის შეხედულება გამოიყენება, რომ შეაფასო როგორ იყო შესაძლებელი ინფორმაციის მიღება წარსულში, როგორ შეიცვალა დღეს და რა მიმართულებით მიდის ეს ცვლილებები.

კერძოდ, ინფორმაციული სფეროს კონცეფციაში გამოყენებული იყო სამი ურთიერთდამოკიდებულ სფეროს შორის ცვლილებების ანალიზის. პირველი არის საჯარო სფეროს ისეთი ინსტიტუტები, როგორცაა BBC და ბიბლიოთეკების ქსელები. ავტორები, რომლებმაც განიხილეს ეს საკითხები, ამტკიცებდნენ, რომ ამ ინსტიტუტების ინფორმაციული ფუნქციამ დიდი რილი ითამაშა ინფორმაციული სფეროს გააზრებაში, თუმცა იყო მცდელობები, მათი საბაზრო წესით თამაშისა. ეს თემა ძალიან პოპულარულია კრიტიკოსი თეორეტიკოსებისთვის მათი შეხედულებები მეექვსე თავში ვნახეთ. ანალიტიკოსები ჭკრეტენ იმ უბედურებას, რაც საჯარო სფეროშია. ეს არის შედეგი იმისა, რომ ინფორმაციას ვაჭრობის საგნად

იყენებენ. თეორეტიკოსები თვლიან, რომ ეს პოლიტიკური დისკურსის ხარისხისა და პოლიტიკურ ცხოვრებაში მონაწილეობის შემცირებას იწვევს. მესამე სფერო არის სახელმწიფო კომუნიკაციების ზოგადი მდგომარეობა, რომელშიც ანალიტიკოსების აზრით, სხვადასხვა მიზნით იქმნება და ვრცელდება დამახინჯებული და არასწორი ინფორმაცია. ჩნდება კომუნიკაციის ახალი სისტემა, რომელიც კომერციულ პრინციპებზეა მიმართული და გასართობი ინფორმაციების გარდა, არაფერს ახალისებს. გავრცელებულია ინფორმაციის დაფინანსების ისეთი ფორმები, როგორცაა სპონსორობა, რეკლამა, პრ.