

УДК 659.4

## საზოგადოებასთან ურთიერთობის განწყობისეული კანონზომიერებანი

გოროშიძე გიორგი

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ჭავჭავაძის გამზ. N 1

### ანოტაცია

საზოგადოებასთან ურთიერთობა კომპლექსური დარგია, რომელიც იყენებს მრავალ ხერხსა და საშუალებას საზოგადოებაში ორგანიზაციის მიმართ სასურველი პოზიტიური დამოკიდებულების ჩამოყალიბებისთვის. ამიტომ ამ დარგში ფსიქოლოგიური პრობლემატიკა ცენტრალურ ადგილს იკავებს. საზოგადოებასთან ურთიერთობა, როგორც კომუნიკაციის სპეციფიკური სახეობა, ეყრდნობა კოგნიტური და პიროვნული ხასიათის მოვლენებს და ერქვემდებარება მათ კანონზომიერებებს, რომელთა შორის ყველაზე მნიშვნელოვანს წარმოადგენს განწყობის (დამოკიდებულების) ფსიქოლოგიური კანონზომიერებანი. კერძოდ, პირველ რიგში გამოსაყოფია ისეთი ზოგადი ფსიქოლოგიური კანონზომიერება, როგორცაა: რაიმე უარყოფითი მოვლენის მიმართ გამოხატული ნეიტრალური დამოკიდებულება კონტრასტულად აღიქმება როგორც დადებითი დამოკიდებულება ამ უარყოფითი მოვლენის მიმართ. საზოგადოებასთან ურთიერთობაში ორგანიზაციის მიერ ამ კანონზომიერების გათვალისწინება მის საქმიანობას სასურველ შედეგამდე მიიყვანს.

**საკვანძო სიტყვები:** კომუნიკაცია, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, PR, ფსიქოლოგია, განწყობა, დამოკიდებულება.

ყველაფერი ის, რაც ადამიანის საარსებო გარემოს წარმოადგენს, იმავდროულად მის კომუნიკაციურ გარემოსაც წარმოადგენს. როგორც ცხოველთა სამყაროში, ისე ადამიანთა საზოგადოებაში კომუნიკაცია მათი არსებობის აუცილებელი ატრიბუტია, რომელიც ყოველთვის წარმატებით ემსახურებოდა ინდივიდთა კოოპერირების და გადარჩენის ამოცანებს. კომუნიკაციის მაღლით ხერხდება საზოგადოების წინსვლა და განვითარება. ყოველივე ნათქვამი იმაზე მიუთითებს, თუ რაოდენ დიდი მნიშვნელობა აქვს კომუნიკაციას ადამიანთა ცხოვრებასა და მოღვაწეობაში. კომუნიკაციის მთავარი დანიშნულებაა შეტყობინების გადაცემა და მის საფუძველზე რეციპიენტის სასურველი მოქმედების გამოწვევა. არსებობს კომუნიკაციის სხვადასხვა სახეები: პიროვნებათშორისი, ჯგუფური, მასობრივი კომუნიკაცია. ისინი შეიძლება ხორციელდებოდეს კულტურის, მეცნიერების, სწავლების, წარმოების სფეროებში სხვადასხვა ასაკის, სქესის, ეროვნების, ეთნოსის, რასის ადამიანებს შორის, ორგანიზაციებს შორის, ქვეყნებს შორის. კომუნიკაცია წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების საქმეში, რაც საზოგადოების ცხოვრების დონეზე პოზიტიურად აისახება. ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარება მათში მოქმედი ორგანიზაციების ეფექტიანი მუშაობით მიიღწევა, რასაც ბევრწილად ორგანიზაციებში სწორად ორგანიზებული კომუნიკაციური პროცესები განაპირობებენ.

კომუნიკაცია, რომელიც დასახული მიზნების მიღწევისთვის გამოიყენება, უნდა იყოს თანმიმდევრული, კარგად ორგანიზებული, შემთხვევითი პროცესების ზეგავლენისგან მაქ-სიმალურად თავისუფალი, აპრობირებული და ეფექტიანი წესების გამოყენებით და შემუ-შავებული პრინციპების დაცვით განხორციელებული. ამ მხრივ არ შეიძლება არ აღინიშნოს ამერიკელი ფსიქოლოგის პოლ ვაცლავიკის კონცეფცია ადამიანთაშორისი კომუნიკაციის თავისებურებების შესახებ, რომელმაც თავი დაიმკვიდრა როგორც ქმედითმა და ეფექტიან-მა კონცეფციამ და დიდი გავრცელებაც ჰპოვა ადამიანთა პრაქტიკული მოღვაწეობის სხვა-დასხვა სფეროებში. პოლ ვაცლავიკმა აღწერა ადამიანთაშორისი კომუნიკაციის ტიპური ფორმები, რომელთა საფუძველზეც ჩამოაყალიბა ადამიანთაშორისი ურთიერთობის რამ-დენიმე „აქსიომა“. ეს აქსიომები, მათი გათვალისწინების შემთხვევაში, იძლევა ეგრეთწოდებული „პათოლოგიური კომუნიკაციის“ თავიდან აცილების და ამ პროცესის ეფექტიანად წარმართვის შესაძლებლობას. „პათოლოგიურ კომუნიკაციაში“ იგულისხმება ურთიერთობის დროს წარმოშობილი ისეთი შემთხვევები, როდესაც ჩიხში შედის კომუნიკაცია ან საერთოდ ის შეუძლებელი ხდება. ეს აქსიომები შედეგნაირად შეიძლება დახასიათდეს.

აქსიომა 1. კომუნიკაციის არქონის შეუძლებლობა. თუ ვაღიარებთ, რომ ადამიანთა ურთიერთქმედების სიტუაციაში ნებისმიერ ქცევას ინფორმაციული ღირებულება გააჩ-ნია, ცხადია, რომ ნებისმიერ ასეთ შემთხვევაში ადამიანი კომუნიკაციას ახორციელებს. ადამიანი აქტიურია თუ პასიური, სიტყვებს წარმოთქვამს თუ დუმს – ყოველივე ეს ინფორმაციის გადაცემაა, რომელიც ზეგავლენას ახდენს სხვა ადამიანებზე, რომლებიც, თავის მხრივ, იძულებული ხდებიან უპასუხონ „შეტყობინებას“ და გახდნენ ამ პროცესის მონაწილეები. კომუნიკაციაზე უარის თქმის რამდენიმე სტრატეგია არსებობს:

1. კომუნიკაციაზე უარის თქმის პირდაპირი დემონსტრირება დუმილით, რომელიც ისევ კომუნიკაციას წარმოადგენს. 2. მინიმალური წინააღმდეგობის სტრატეგია, როდესაც ერთ-ერთი პარტნიორი ყველაფერს ეთანხმება. 3. კომუნიკაციის დისკვალიფიკაცია, როდესაც ერთ-ერთი პარტნიორი აბათილებს როგორც საკუთარ მოსაზრებებს, ისე სხვა ადამიანის ნათქვამს. ეს არის არათანამიმდევრული, წინააღმდეგობებით აღსავსე და აბსურდამდე მიმყვანი კომუნიკაცია. 4. მოსაუბრისთვის იმაზე მინიშნება, რომ ამ მომენტში ურთიერ-ობა სასურველი არ არის.

აქსიომა 2. ნებისმიერ კომუნიკაცია მიმდინარეობს ორ დონეზე: შინაარსისა და ურთიერთობის დონეზე. კომუნიკაციის შინაარსის დონე არის თავად გადაცემული ინფორმაცია (შეტყობინება). ურთიერთობის დონეზე ხდება იმის გადაცემა, თუ როგორ უნდა იქნეს აღქმული ეს შეტყობინება. პიროვნებათშორისი კომუნიკაციის პროცესში შეტყობინების ექსპრესიული ასპექტი ხშირად უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე მისი შინა-არსი. მკვლევართა აზრით, რაც უფრო უშუალო და „ჯანსაღია“ ურთიერთობა, მით უფრო ნაკლებად მნიშვნელოვანია ურთიერთობის ასპექტი და მეტ მნიშვნელობას იძენს შინაარ-სობრივი ასპექტი; „არაჯანსაღი“ ურთიერთობის შემთხვევაში კი გადამწყვეტი მნიშვნელო-ბა ენიჭება ურთიერთობის ასპექტს, ხოლო შინაარსობრივი ასპექტი სულ უფრო ნაკლებად მნიშვნელოვანი ხდება. შინაარსის დონისა და ურთიერთობის დონის ურთიერთმენაცვლე-ბას ხშირად მოჰყვება კომუნიკაციის მოშლა.

აქსიომა 3. მოვლენათა თანამიმდევრობის პუნქტუაცია. ურთიერთქმედების ორგანი-ზებისას ადამიანი ეფუძნება საკუთარ წარმოდგენებს იმის შესახებ, თუ რა არის მნიშვნე-ლოვანი და უმნიშვნელო, რა იყო ამა თუ იმ საქციელის, მოვლენის მიზეზი,

როგორ უნდა იქნეს ინტერპრეტირებული არსებული ვითარება. ამგვარი აზრობრივი დომინანტები არსებით გავლენას ახდენს ურთიერთქმედებაზე და ორგანიზებას უკეთებს მას (ისე, როგორც სასვენი ნიშნები განსაზღვრავენ წინადადებისთვის გარკვეული აზრის მინიჭებას). აზრთა შეუთანხმებლობა მოვლენათა თანამიმდევრობის პუნქტუაციასთან მიმართებაში განაპირობებს ურთიერთქმედების უამრავ პრობლემას. აზრთა სხვაობა შეიძლება ეხებოდეს იმას, თუ რა იყო მომხდარის მიზეზი და რა უნდა ჩაითვალოს შედეგად. მიზეზებისა და შედეგების თანამიმდევრობის დარღვევით გამოწვეული კომუნიკაციის პათოლოგიას მივყავართ იქამდე, რომ ადამიანს ჰგონია, რომ ის უბრალოდ რეაგირებს გარშემომყოფთა დამოკიდებულებაზე მის მიმართ და ვერ აცნობიერებს იმას, რომ ასეთი დამოკიდებულება მის მიერ იყო პროვოცირებული. ამ სახით გამოვლინდება მოვლენათა თანამიმდევრობის პუნქტუაციის პრობლემა.

აქსიომა 4. სიმეტრიული და კომპლემენტარული ურთიერთქმედება. ადამიანთა შორის ურთიერთობა ეფუძნება ან თანასწორობას, ან განსხვავებას. პირველ შემთხვევაში პარტნიორები ცდილობენ ერთმანეთის ქცევის მიბაძვას, ამიტომ მათ ურთიერთობას შეიძლება სი-მეტრიული ეწოდოს. მეორე შემთხვევაში ერთი პარტნიორის ქცევა ავსებს მეორე პარტნიორის ქცევას. ურთიერთობის ამ ტიპს კომპლემენტარული ეწოდება. ამრიგად, სიმეტრიული ურთიერთობა ხასიათდება თანასწორობით და განსხვავებულობის მინიმუმირებით, ხოლო კომპლემენტარული ურთიერთობა ხასიათდება განსხვავებულობის მაქსიმუმამდე მიყვანით. კომპლემენტარულ ურთიერთქმედებაში შეიძლება ორი განსხვავებული პოზიციის გამოყოფა. ერთ პარტნიორს აქვს უფრო მაღალი პოზიცია, მეორეს კი – დაქვემდებარებული. სიმეტრიულობა და კომპლემენტარულობა თავისთავად არც „კარგია“ და არც „ცუდი“, არც „ნორმალურია“ და არც „არანორმალური“. სიმეტრიულ ურთიერთობას ყოველთვის ახლავს შეჯიბრის საშიშროება, რამაც შეიძლება დაარღვიოს სტაბილურობა და გამოიწვიოს კონფლიქტი. კომპლემენტარული ურთიერთქმედების პათოლოგია, თავის მხრივ, გამოიხატება იგნორირების და არა უარყოფის სახით.

აქსიომა 5. კომუნიკაცია შეიძლება იყოს როგორც განზრახული, ისე არაგანზრახული, ეფექტური ან არაეფექტური. შეუძლებელია იმის თქმა, რომ კომუნიკაციას ადგილი აქვს მხოლოდ მაშინ, როცა ის არის განზრახული, გაცნობიერებული და წარმატებული, ანუ როდესაც ხდება ურთიერთგაგების მიღწევა. ადამიანებს, ჩვეულებრივ, წინასწარ მოფიქრებული აქვთ ხოლმე თავიანთი ქცევები (მეტყველება, მანერა), განსაკუთრებით არაყოფით სიყუაცებში. მაგრამ ხშირად ადამიანები იქცევიან დაუფიქრებლად, ამბობენ იმას, რაზეც შემდგომში ნანობენ; არ ფიქრობენ იმაზე, თუ როგორ აღიქმება მათი ნათქვამი სხვების მიერ. ის არასასურველი შედეგები, დაუფიქრებელ ფრაზას რომ მოჰყვება, აქტუა-ლურს ხდის „სახის შენარჩუნების“ ხერხების გამოყენებას როგორც ერთი ისე მეორე მხარის მიერ. ჯგუფის ნებისმიერი წევრისგან მოელიან არა მხოლოდ თვითპატივისცემას, არამედ გარკვეულ გულისხმიერებასაც. ადამიანს, რომელიც მშვიდად უყურებს სხვა ადამიანის დამცირებას, საზოგადოებაში „უსულგულოს“ უწოდებენ, ხოლო იმას, ვინც მშვიდად აღიქვამს საკუთარ დამცირებას – „უსირცხვილოს“.

აქსიომა 6. კომუნიკაცია შეუქცევადია. ზოგჯერ გვინდა დროის უკან მობრუნება, ნათქვამის ან საქციელის გამოსწორება, რაც, სამწუხაროდ, შეუძლებელია.

პარტნიორთან შედგომმა საუბარმა შეიძლება რაღაც გამოასწოროს, ბოდიშმა წყენა შეარბილოს, მაგრამ შექმნილი შთაბეჭდილების შეცვლა ძალიან ძნელია [ 1 ].

განხილულ აქსიომებში კონკრეტულ დონეზე დეტალიზებულად ხდება ადამიანთა პოზიციების თუ დამოკიდებულებების გამოხატვა სხვადასხვა მოვლენების მიმართ, რომლებსაც შეიძლება ადგილი ჰქონდეს კომუნიკაციის პროცესში. ამ პოზიციების თუ დამოკიდებულებების არათანხვედრა შემდეგ იწვევს უთანხმოებებს კომუნიკაციაში. ე.ი. თუ ორივე მხარის პოზიციები და დამოკიდებულებები ერთმანეთს ემთხვევა, მაშინ კომუნიკაცია პოზიტიურ შედეგს გამოიღებს, ხოლო თუ ისინი არ დაემთხვა ერთმანეთს, მაშინ კომუნიკაცია ნეგატიური შედეგით სრულდება. პოზიციები და დამოკიდებულებები წარმოადგენენ შეტყობინების თანმხლებ პიროვნულ ფაქტორებს, რომლებსაც წამყვანი როლი ენიჭებათ კომუნიკაციის წარმოებისას. მათზე აღმოცენებული პოზიტიური თუ ნეგატიური დატვირთვის მქონე რეაქციების მრავალფეროვნება, ურომლისოდაც კომუნიკაცია დაემსგავსებოდა ტექნიკურ საშუალებათა გამოყენებით შეტყობინების ზუსტი გადაცემის პროცესს. ადამიანებს შორის ურთიერთობის შემთხვევებში ასეთი კომუნიკაცია ადა-მიანისთვის დამაკნინებელი იქნებოდა მისი კრეატიული არსების არარეალიზებულობის გამო. ამრიგად, კომუნიკაციის გართულებულ შემთხვევებში მიზანშეწონილი იქნებოდა მისი პოზიტიური მხარეების აღმოჩენაც. თუკი კომუნიკაციის პროცესში მთავარ საზრუნავად გადაიქცევა შეტყობინების შინაარსი, მაშინ ადამიანთა შორის ურთიერთობისთვის დამახასიათებელი ღირებული ინფორმაცია ყურადღების მიღმა დარჩება, რამაც, თავის მხრივ, შეიძლება პრობლემები შეუქმნას შეტყობინების შინაარსის ადეკვატურ გამოყენებას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ეფექტიანი კომუნიკაციის განხორციელებისთვის ყველაზე უფრო მართებული იქნება რომ მის მონაწილეებში მიღწეული იქნას მიდგომების თანხ-ვედრა პირველ რიგში ადამიანურ „განზომილებებში“.

კომუნიკაციის აქსიომების ჩამოყალიბება წინადადებული ნაბიჯია კომუნიკაციის პროცესის გაგების საქმეში. ტექნოლოგიის დონეზე არის გააზრებული და განსაზღვრული ეფექტიანი კომუნიკაციის განხორციელების გზები. მაგრამ მიუხედავად ამისა ეჭვს იწვევს მისი გამოყენების რეალისტურობა ყველა შესაძლო შემთხვევაში. ძნელი წარმოსადგენია, რომ კომუნიკაციის სწორად წარმართვით დაინტერესებული ადამიანები ითვალისწინებდ-ნენ განხილულ 6 აქსიომას და ამისთვის წინასწარ ემზადებოდნენ. უმრავლეს შემთხვევებში კომუნიკაცია (ანუ ურთიერთობა) სპონტანურ პროცესს წარმოადგენს, იგი ყოველთვის წინასწარ არ იგეგმება და მასში მონაწილე ადამიანები ხელმძღვანელობენ მარტივი და ინტუიტიურად გამართლებული პრინციპებით. ასეთთა შორის უმნიშვნელოვანესია მოვლენათა შეფასება მსგავსება-განცხვავების პრინციპის საფუძველზე, რომელიც თავისი ფუნდა-მენტურობის გამო, მუდმივ მოქმედებაშია ადამიანის მხრიდან ყოველგვარი ძალისხმევის გაღების გარეშე. ამ პრინციპის გამოყენებით ახერხებს ადამიანი სამყაროს შემეცნებაში პირველადი წესრიგის დამყარებას. მრავალრიცხოვანი დაკვირვებები მეტყველებენ იმის შესახებ, რომ თუ ადამიანებს შორის ურთიერთობაში აღინიშნება რაიმე საკითხისადმი მათი მიდგომების მსგავსება, მაშინ ურთიერთობა ღებულობს პოზიტიურ განვითარებას, ხოლო თუ მიდგომებს შორის აღინიშნება განსხვავება, მაშინ ურთიერთობა ვითარდება ნეგატიური მიმართულებით ან სულაც წყდება. სასურველი წესით კომუნიკაციის (ურთი-ერთობის) მართვა უპირველეს ყოვლისა აღნიშნული ფუნდამენტური

პრინციპით მოქმედი მექანიზმის მეშვეობით ხდება შესაძლებელი. მისი გაუთვალისწინებლობის შემთხვევაში სხვა ხერხების გამოყენება სასურველი შედეგის მომტანი ვერ იქნება, ისე როგორც კონკრეტული მოვლენა ვერ გახდება ზოგადი მოვლენის ფუნქციის შემსრულებელი.

კომუნიკაციის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფორმას წარმოადგენს საზოგადოებასთან ურთი-ერთობა. ზოგადად კომუნიკაცია ერთი ადამიანის მიერ მეორესთვის მხოლოდ შეტყობინების გადაცემას არ ემსახურება, არამედ მოიცავს აგრეთვე რეციპიენტის რეაგირებებს ამ შეტყობინებაზე. საზოგადოებასთან ურთიერთობისთვის სწორედ ეს მომენტია არსებითი. იმავე მოვლენასთან გვაქვს საქმე, როდესაც ორგანიზაცია ამყარებს კომუნიკაციას საზოგადოებასთან, ანუ შედის მასთან ურთიერთობაში. ორგანიზაციები არსებობენ სოციალურ გარემოში, რომელიც მათ უქმნის პირობებს არსებობისთვის. ორგანიზაცია გარემოდან ღებულობს ყველა იმ რესურსს, რომელსაც გარდაქმნის პროდუქტად და ამ სახით უბრუნებს ისევ საზოგადოებას მისი მოთხვნილებების დასაკმაყოფილებლად. საზოგადოების მხარდაჭერის გარეშე ორგანიზაციების არსებობა შეუძლებელი იქნებოდა. ამდენად, ურთი-ერთობა საზოგადოებასთან, რომელიც აძლევს ორგანიზაციას არსებობის შესაძლებლობას, მის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს აქტივობას წარმოადგენს, რომლისთვისაც არ არის უცხო არც კომუნიკაციის აქსიომებთან მიმართებაში ზემოთ განხილული პრობლემური საკითხები და არც ფუნდამენტური პრინციპით მოქმედი (მსგავსება-განსხვავება) ზოგადი ფსიქო-ლოგიური მექანიზმები. ისიც უნდა ითქვას, რომ ადამიანებს შორის ურთიერთობისგან განსხვავებით, ორგანიზაციის ურთიერთობა საზოგადოებასთან, როგორც წესი, არ წარმოადგენს სპონტანური ხასიათის ურთიერთობას, გამოირჩევა მეტი დაფიქრებულობით, ორგანიზებულობით, რის გამოც უფრო მეტად უნდა ითვალისწინებდეს და იყენებდეს კომუნიკაციის აქსიომებს სასურველი შედეგის მისაღწევად. გარემო და საზოგადოება უქმნიან ორგანიზაციებს მათი ეფექტიანი ფუნქციონირების შენარჩუნების წინამძღვრებს. თუ ორგანიზაცია საზოგადოებასთან აქტიურად არ განავითარებს ურთიერთობას სათანადო კორექტულობით, მაშინ მის წინაშე დასახული მიზნების მიღწევა ნაკლებად რეალის-ტური აღმოჩნდება. ყოველი ორგანიზაცია უნდა ცდილობდეს იმას, რომ საზოგადოებაში გააჩინოს თავის მიმართ პოზიტიური დამოკიდებულება, რომელიც დაგვირგვინდება საზოგადოების მხრიდან ორგანიზაციის მიმართ სასიკეთო ქმედებებით; კერძოდ, ორგანი-ზაციის მიერ შექმნილი პროდუქტის მეტი ოდენობით შეძენით, რაც ორგანიზაციის შემო-სავლების მატებას განაპირობებს. საზოგადოებასთან ურთიერთობის ანუ პიარის აღიარებული ექსპერტის, სემ ბლეკის თანახმად, დღესდღეობით პიარის არსებული საუკეთესო განმარტებაა ე.წ. მექსიკური განცხადება, რომელიც 1978 წლის 11 აგვისტოს, მეხიკოში, 30-მდე ნაციონალური და რეგიონალური პიარ-ასოციაციების წარმომადგენლების მიერ გაკეთდა. ამ განცხადებაში ნათქვამია: “საზოგადოებასთან ურთიერთობის პრაქტიკა - ხელოვნება და სოციალური მეცნიერებაა, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია ტენდენციების ანალიზი, მათი შედეგების წინასწარმეტყველება, ორგანიზაციების ხელმძღვანელების კონსულტირება და ისეთი წინასწარ დაგეგმილი საქმიანობებისა და პროგრამების განხორციელება, რომლებიც როგორც ორგანიზაციის, ისე საზოგადოების ინტერესებში შედის” [ 2 ].

ზოგადად, საზოგადოებასთან ურთიერთობის (კომუნიკაციის) პროცესში ადამიანური ფაქტორის მნიშვნელობა განსაკუთრებით მაღალია. საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR) წარმოადგენს ადამიანთა პრაქტიკული მოღვაწეობის იმ სფეროს,

რომელიც დაკავებულია ადამიანებში ორგანიზაციისთვის სასურველი განწყობის (დამოკიდებულების) ფორმირების თუ შეცვლის სამუშაოებით. სხვა სიტყვებით, საზოგადოებასთან ურთიერთობა წარმოადგენს გარკვეული განწყობის (დამოკიდებულების) ფორმირებისა და შეცვლის ტექნო-ლოგიას [ 3 ]. იგი მეცნიერების მრავალი დარგის გადაკვეთაზეა აღმოცენებული, რომელთა შორის ფსიქოლოგიას უჭირავს მნიშვნელოვანი ადგილი, ვინაიდან ყურადღების ცენტრში დგება ადამიანის განწყობა (დამოკიდებულება). ამიტომ ამ დარგში ადამიანთა პროფესიულ-ლი საქმიანობა უნდა ეფუძნებოდეს განწყობისეული პროცესების ფსიქოლოგიურ კანონ-ზომიერებებს. პიარის სფეროში მეტად იკვეთება კომუნიკაციის ფუნდამენტური მექანიზმების ფუნქციონის თავისებურებათა გათვალისწინების საჭიროება. ზემოხსენებული „მსგავსება-განსხვავების“ მექანიზმი, რომელიც იძლევა სინამდვილის აღქმულ მოვლენათა პირველადი დახარისხების შესაძლებლობას, სიღრმისეული ფსიქოლოგიური ბუნებისაა და დიდწილად ეთანხმება ფსიქოლოგიურ მეცნიერებაში ცნობილი განწყობის (დამოკიდებულების) მოვლენის შესახებ არსებულ წარმოდგენებს. შეიძლება ითქვას, რომ საზოგადოებასთან ურთიერთობა ყველაზე მეტად არის გამორჩეული ადამიანის განწყობაზე აპელირებით. იგი თავს ავლენს როგორც ადამიანის განწყობაზე „მუშაობის“ ხელოვნება, თან ისე, რომ მისი პოზიტიური შედეგები დროში გამძლეობით ხასიათდებოდეს. ამიტომ პიარის სფეროში უნდა იყვნენ ჩართულები ფსიქოლოგიური კადრები და მათი მუშაობისთვის უნდა იყოს შექმნილი საუკეთესო პირობები, რაც კომპანიების საქმიანობის მაღალეფექტუალ-ნობის მიღწევას უფრო რეალისტურს გახდის.

განწყობის ფსიქოლოგიაში დამკვიდრებული განმარტებების თანახმად, განწყობა წარმოადგენს ინდივიდის ადეკვატური და მიზანშეწონილი ქცევის საფუძველს. იგი გვევლინება როგორც მუდმივად ფუნქციონირებადი ადაპტაციის მექანიზმი, რომლის გარეშე წარმოადგენს ადამიანის აქტივობა. ზოგადად ადაპტაცია მთელი ევოლუციური პროცესის განხორციელების მექანიზმად არის მიჩნეული, განწყობა კი გვევლინება ინდივიდის დონეზე განხორციელებულ მის ერთ-ერთ შემადგენელ ქვემექანიზმად, რომელიც ადამიანის ნებისმიერ ფსიქიკურ აქტივობაში იჩენს თავს [4, 87-89]. იგი განაპირობებს ინდივიდის მიერ მოვლენების შეფასებას და მათი შესაბამისი მოქმედებების შესრულებას. ეს დასტურდება განწყობის ფსიქოლოგიის სფეროში მეცნიერთა მიერ განხორციელებული მრავალი კვლევის შედეგად მიღებული ობიექტური მონაცემებით (დ. უზნაძე, შ. ნადირაშვილი, მ. ნორაკიძე, შ. ჩხარტიშვილი, ბ. ხაჭაპურიძე, ნ. ადამაშვილი და სხვ.). განსაკუთრებით საგულისხმოა ის, რომ განწყობისეულ შეფასებასა და მოქმედებას შორის აღინიშნება საპირისპირო ურთიერთდამოკიდებულება, რაც განწყობის ფსიქოლოგიაში ცნობილია „განწყობის ასიმეტრიული მოქმედების და კონტრასტული შეფასების კანონის“ სახელით [5, 90-98]. ეს კი არის ურთიერთსაპირისპირო გამოვლინება, მაგრამ წარმოადგენს ერთი მექანიზმის (განწყობის) ორ მხარეს, ისე როგორც ერთ მედალს გააჩნია ორი მხარე. ამ ორი ურთიერთსაპირისპირო პროცესის გაერთიანების საფუძველი განწყობის ადაპტაციურ ბუნებაში უნდა ვეძებოთ. ადაპტაცია არაერთი მექანიზმის ურთიერთშეთანხმებული მოქმედებით მიმდინარეობს და ინდივიდში მიზანშეწონილი ცვლილებების განხორციელებას განაპირობებს.

ადამიანი განუწყვეტლივ ურთიერთობს სინამდვილესთან და მუდმივად შეიმეცნებს მას. სინამდვილის ასეთი უწყვეტი შემეცნების პროცესში ყოველთვის პირველი რიგის

ამოცანას წარმოადგენს ობიექტების და მოვლენების სისტემატიზაცია, კატეგორიზაცია, კლასიფიკაცია. ამ პროცესების განხორციელებისთვის აუცილებელ უპირველეს და უზოგა-დეს მექანიზმს, არისტოტელეს სწავლების, ჟ. პიაჟეს გამოკვლევების და სხვა მეცნიერთა ნააზრვის მიხედვით, მოვლენათა შორის მსგავსება-განსხვავების დადგენა წარმოადგენს. მის საფუძველზე ხდება შესაძლებელი თუნდაც აღქმის, როგორც სინამდვილის ასახვის პირველადი პროცესის, ისეთი სპეციფიკური თავისებურებების არსებობა, როგორებიცაა აღქმის კატეგორიალობა, აღქმის კონსტანტობა და სხვ. ე.ი. პირველი „შეხვედრა“ სინამდვი-ლესთან მსგავსება-განსხვავების დადგენის ვითარებაში მიმდინარეობს. ეს აუცილებელია ობიექტური სინამდვილის მიმართ ინდივიდის ადეკვატური და მიზანშეწონილი ადაპტა-ციის განხორციელებისთვის. ფიქსირებული განწყობის ცნობილი კონტრასტ-ასიმირაციის ეფექტებიც მსგავსება-განსხვავების დადგენის ფარგლებში მიიღება და მრავალ ფსიქიკურ პროცესთა წინმსწრებ მოვლენებად უნდა განიხილებოდეს. სწორედ მსგავსება-განსხვავების საფუძველზეა აღმოცენებული განწყობის ის ეფექტები, რომლებიც ფართოდ იქნა შესწავ-ლილი განწყობის ფსიქოლოგიის სფეროში.

ფიქსირებული განწყობის ექსპერიმენტებში მრავალჯერ ეკსპონირებული არატოლი ობიექტების შეფასების საფუძველად უნდა მივიჩნიოთ „ტოლობის“ სუბიექტური შეფასება, რომელიც განიცდის ცვალებადობას ჯერ ზემოქმედი არატოლი ობიექტებისადმი მიმსგავ-სების მიმართულებით საგანწყობო ცდებში, ხოლო შემდეგ ტოლი ობიექტებისადმი მიმსგავსების მიმართულებით კრიტიკულ ცდებში. ეს ნიშნავს იმას, რომ განწყობის ფორმირების პროცესში (ანუ გარემოსთან „ადაპტაციის“ პროცესში) ინდივიდის მიერ სინამდვილის მოვლენათა შეფასების საფუძველად გვევლინება ისეთი განწყობა, რომელიც სულ უფრო მეტად ემსგავსება ფსიქიკაში ასახულ აქტუალურად ზემოქმედ სტიმულაციას. ეს ყოველივე განწყობისეულ პროცესებში მონაწილე „მოდულიზაციის ფაქტორს“ უნდა მიეწერებოდეს, რომელიც „ფიქსაციის ფაქტორთან“ ერთად განაპირობებს ხსენებულ პროცესთა ცნობილ მრავალფეროვნებას [6, 189-192]. განწყობის ფიქსაციის აღწერილი პროცესი ფაქტობრივად წარმოადგენს ინდივიდის ადაპტაციის მოდელირებულ პროცესს, რომელშიც ადგილი აქვს მასზე არატოლი ობიექტების ზემოქმედების შედეგად „სუბიექ-ტური ტოლობის“, როგორც შეფასების ათვლის წერტილის წანაცვლებას. ამ „სუბიექტური ტოლობის“ წანაცვლების შედეგად აღმოცენდება მიწოდებული ტოლი ობიექტების კონტრასტულად არატოლი შეფასება. შეფასებათა ამ ათვლის სისტემაში მომხდარი ცვლილებების ლოგიკა გვიბიძგებს ვიფიქროთ, რომ ხშირი მოვლენები თანდათან ხდება საფუძველი იშვიათი მოვლენების შეფასებისთვის. ეს დებულება მნიშვნელოვანია იმიტომ, რომ ადამიანებს თანდაყოლილი ათვლის სისტემები და მოვლენათა შეფასების კრიტერი-უმები არ გააჩნიათ, ამას ისინი იძენენ ონტოგენეტური განვითარების პროცესში. სწორედ ამ პროცესში ხდება ხშირი მოვლენებისთვის დომინანტური მნიშვნელობის მინიჭება, მათი გადაქცევა სხვა მოვლენების შეფასების საფუძველად. ევოლუციურად ეს სავსებით გამართ-ლებულია, ვინაიდან განმეორებადი მოვლენის შესწავლა უფრო სრულყოფილად ხდება, შესაძლებელი ხიფათების თავიდან აცილების შესაძლებლობები მატულობს, იგი მეტად იმსახურებს ნდობას, მასზე დაყრდნობა შეიძლება და ამიტომ ის ხდება ათვლის წერტილი ნაკლებად ხშირი მოვლენების შეფასებისთვის.

იგივე შეიძლება ითქვას დამოკიდებულების, როგორც განწყობის მეორე გამოვლინების შესახებ. აქ სუბიექტური ტოლობის სანაცვლოდ ფიგურირებს ნეიტრალური შეფასება („სუბიექტური ნული“). ამ შემთხვევაში ადაპტაციის პროცესი განაპირობებს ინდივიდის ნეიტრალური შეფასების მიახლოებას (წანაცვლებას) რაიმე მოვლენის თავდაპირველ შეფასებასთან. ადაპტაცია განხორციელებულად შეიძლება ჩაითვალოს მხოლოდ მაშინ, როდესაც მოხდება რაიმის მიმართ ნეიტრალური დამოკიდებულების შემუშავება (ანუ დამოკიდებულების „განულება“). ამ შემთხვევაშიც ერთი მიმართულებით ნეიტრალური შეფასების წანაცვლების შედეგად აღმოცენდება კონტრასტული შეფასება საპირისპირო მიმართულებით.

„სუბიექტური ნული“ (ნეიტრალური შეფასება) წარმოადგენს ყველაზე უფრო კომფორტულ ზონას შეფასებისა და მოქმედების საწარმოებლად. სწორედ ამ ზონაში ხორციელდება განწყობისთვის დამახასიათებელი იმპულსური აქტივობები. მის ფარგლებს გარეთ აღმოცენდება აქტივობათა განხორციელებისთვის აუცილებელი მეტი ძალისხმე-ვების გაღების საჭიროება. სავარაუდოდ ამის გამო ამჯობინებენ ადამიანები ადაპტაციის შედეგად მიღწეული ჩვეული სქემებით აქტივობას (შეფასებას და მოქმედებას). ძალთა ეკონომიით აქტივობა, ზოგადად, ცოცხალი ბუნებისთვისაა დამახასიათებელი და ვერც ადამიანი იქნება აქედან გამონაკლისი [ 7 ].

განწყობისეულ შეფასებაში, რომელშიც ფიგურირებს ობიექტების ერთმანეთთან შედა-რების პროცედურა, უფრო მეტად არის გამოკვეთილი რაოდენობრივი ასპექტი. მას ყოველ-თვის მეტი ყურადღება ეთმობოდა განწყობის კლასიკურ კვლევებში, რომლებშიც უფრო ტიპიურად ითვლებოდა ობიექტის, ობიექტებს შორის არსებული მიმართების და მათთან დაკავშირებული პროცესების შეფასება ობიექტურ საზომ ერთეულებში. რაც შეეხება დამოკიდებულებას, მასში უფრო მეტად არის წარმოდგენილი ინდივიდის თვისებრივი მიმართება რაიმე მოვლენასთან. იგი უფრო ტიპიურია ადამიანების, ადამიანებს შორის ურთიერთობების და მათთან დაკავშირებული პროცესების მიმართ გარკვეული პოზიციის შემუშავების შემთხვევებში.

განწყობა, როგორც სპეციფიკური ფსიქიკური მდგომარეობა, ინდივიდის გარკვეული მიმართების გამომხატველია რაიმე ობიექტის, მოვლენისა თუ ადამიანისადმი; ობიექტებსა და მოვლენებს შორის მიმართებებისადმი; ადამიანებისადმი, მათ შორის დამოკი-დებულებებისადმი და ა.შ. ყველგან და ყოველთვის ადგილი აქვს ერთსა და იგივე მოვლენას - გარემოსთან შეგუების პროცესში მოვლენათა შეფასებისთვის და სათანადო მოქმედების განხორციელებისთვის ერთიანი მზაობის - განწყობის - შემუშავებას ან წარსულში შემუშავებული განწყობის აქტუალიზაციას და მის საფუძველზე ადეკვატური მოქმედების განხორციელებას. შეფასებითი აქტივობა ეტალონთან ობიექტის შედარების ოპერაციის საფუძველზე ხორციელდება და უფრო პროცესუალური ხასიათი გააჩნია. დამოკიდებულებ-ბა, როგორც განწყობის მეორე გამოვლინება, განვითარებული პროცესების შედეგად მიღწეული ფსიქიკური მდგომარეობაა და, როგორც არსებული მოცემულობა, შედარების ოპერაციას აღარ საჭიროებს. როგორც არ არსებობს შეფასება შედარების ოპერაციის გარეშე, ისე არ არსებობს დამოკიდებულება შედარების ოპერაციის მონაწილეობით. ისინი ერთი მოვლენის ორი მხარეა და განსხვავებულ თვისობრიობებს წარმოადგენენ, ისე როგორც ფორმა და შინაარსი. ამდენად, დამოკიდებულება ვერ იქნება შეფასებითი და პირიქით. განწყობის, როგორც ქცევის განმსაზღვრელის შესახებ მსჯელობისას მის შინაარსში



უნდა იგულისხმებოდეს ან შეფასების მექანიზმი, ან დამოკიდებულება. სხვა შემთხვევებში წინააღმდეგობრივი მსჯელობის მიიღება გარდაუვალია. თანამედროვე სინამდვილე და მასში მიმდინარე პროცესები უფრო მეტად საჭიროებენ ყურადღების გამახვილებას განწყობის უფრო მაღალი დონის ასპექტზე - დამოკიდებულებაზე.

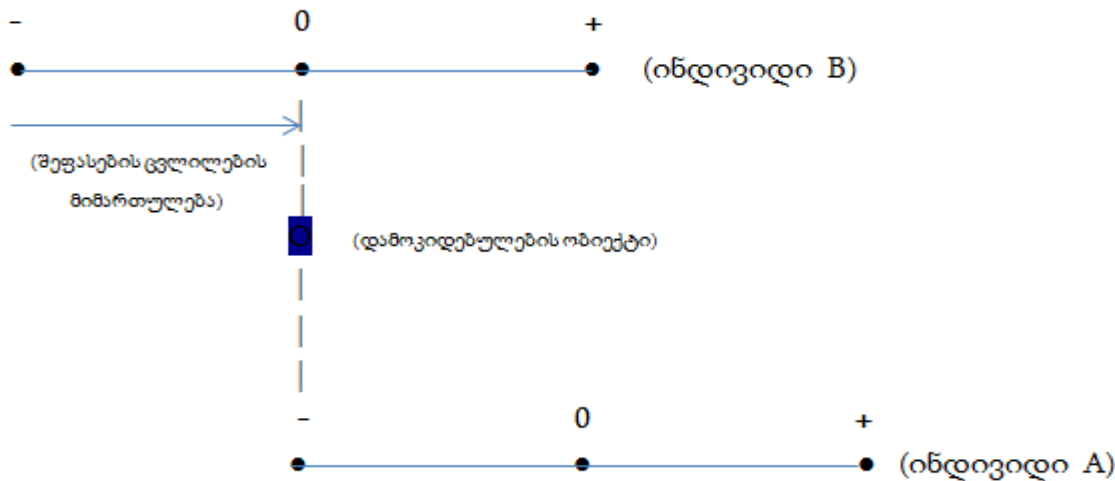
დამოკიდებულებებიდან მეცნიერთა ყურადღებას იპყრობს ისეთები, რომლებიც ფორმალური თვალსაზრისით სამი „მდგომარეობის“ სახით შეიძლება არსებობდეს: უარყოფითი, ნეიტრალური და დადებითი. დამოკიდებულების სიძლიერის სხვადასხვა ხარისხის უფრო დეტალიზებული შესწავლის შესაძლებლობას, როგორც ცნობილია, იძლევა სუბიექტური სკალირების მეთოდი. მისი მეშვეობით რაიმე მოვლენის მიმართ ინდივიდის დამოკიდებულების შესწავლისას ვღებულობთ ფსიქიკაში უფრო ღრმად მიმდინარე პროცესების შესახებ საგულისხმო ინფორმაციას. ეს არ არის შესაძლებელი ობიექტების შეფასების შემთხვევებში, როდესაც ფიქსირებული განწყობის ეფექტების გაზომვა ხდება ობიექტური და ზუსტი საზომი ერთეულებით. ინდივიდში სიღრმისეულად მიმდინარე პროცესების შესწავლა უფრო მეტი ადეკვატურობით არის შესაძლებელი სუბიექტური და არაზუსტი მეთოდების გამოყენების შემთხვევებში, ვიდრე ობიექტური და ზუსტი მეთოდების გამოყენების შემთხვევებში [8, 17-18].

დამოკიდებულება, როგორც პიროვნების განწყობის გამოვლინება, არაერთი ცნობილი მეცნიერის შესწავლის საგანი გახდა (ჰაიდერი, ოსგუდი და ტანენბაუმი, ფესტინგერი, ფიშბეინი, უილიამსი და სხვ.), რაც ადამიანის ქცევისთვის მის დიდ მნიშვნელობაზე მიუთითებს. თუ მოვლენათა შეფასების ამოცანებში ადგილი აქვს ურთიერთსაპირისპირო დამოკიდებულებას შეფასებასა და მოქმედებას შორის, დამოკიდებულების ჩამოყალიბების შემთხვევებში აღინიშნება მასთან მოქმედების შესაბამისობა. ეს ანიჭებს მოვლენისადმი ინდივიდის დამოკიდებულებას მისი მოქმედების პრედიქტორის მნიშვნელობას. დამოკიდებულების ჩამოყალიბება არის იგივე განწყობის შემუშავების პროცესი, რომელიც, თავის მხრივ, ადაპტაციის პროცესის გამოხატულებაა. ალბათ ამის გამო ხდება ის, რომ დამოკიდებულების შეცვლა ითხოვს გარკვეულ დროის შუალედის გავლას, შეფასებათა ცვლილებას, რაც ინდივიდის მიერ მარტივ და ადვილ ამოცანად არ განიცდება. როგორც წესი მიჩნეულია, რომ დამოკიდებულების შეცვლა, საუკეთესო შემთხვევაში, რთული და დროის მომთხოვნი პროცესია, ხოლო სხვა შემთხვევებში - შეუძლებელიც კი.

დამოკიდებულებისთვის, ისევე როგორც ფიქსირებული განწყობისთვის, დამახასიათებელია კონტრასტ-ასიმილაციის ეფექტები, რომლებიც იდივიდში აღმოცენდება რაიმე მოვლენის მიმართ სხვა ინდივიდის მიერ გამოვლენილი დამოკიდებულების შეფასებისას. რაიმე მოვლენის მიმართ ინდივიდის მიერ დამოკიდებულების შემუშავების პროცესი უნდა განიხილებოდეს ისევე, როგორც განწყობის ფიქსაციის პროცესი (განწყობის საფიქსა-ციო ეტაპის ანალოგი კლასიკურ ცდებში), ხოლო იგივე მოვლენის მიმართ სხვა ინდივიდის მიერ გამოვლენილი განსხვავებული დამოკიდებულების შეფასება პირველის მიერ უნდა ჩაითვალოს კრიტიკულ შეფასებად (განწყობის კრიტიკული შეფასების ეტაპის ანალოგი კლასიკურ ცდებში). ამ შემთხვევაში ინდივიდისთვის სხვისი ნეიტრალური დამოკიდებულების ჩვენება იქნება ზუსტი ანალოგი ფიქსირებული განწყობის კრიტიკულ ცდებში ტოლი ობიექტების მიწოდების.

კერძოდ, თუ ერთი და იგივე მოვლენის მიმართ A ინდივიდს გააჩნია უარყოფითი დამოკიდებულება და B ინდივიდი მის მიმართ ამჟღავნებს ნეიტრალურ დამოკიდებუ-

ლებას, მაშინ A ინდივიდის მიერ B ინდივიდის ნეიტრალური დამოკიდებულება შეფასდება დადებით დამოკიდებულებად, რაც ამ შემთხვევისთვის კონტრასტულ შეფასებას წარმოადგენს (იხ. ნახატი N1). იგივე სურათი გვეძლევა საპირისპირო შემთხვევაშიც, როდესაც რაიმე მოვლენის მიმართ დადებითი დამოკიდებულების არსებობისას სხვის მიერ იგივე მოვლენის მიმართ ნეიტრალური დამოკიდებულების ჩვენებისას ინდივიდში აღმოცენდება კონტრასტულად ნეგატიური შეფასება.



ნახატი N 1

ამრიგად, განწყობისეული პროცესების ლოგიკა დამოკიდებულებათა შემუშავებისა და მათი შეფასების შემთხვევებშიც შენარჩუნებულად უნდა ჩაითვალოს. ჩვენ მიერ საუბრის მეთოდით ჩატარებულმა კვლევებმა 100 ცდისპირზე აჩვენა ის, რომ უკლებლივ ყველა მათგანი უარყოფითად შეფასებული მოვლენის მიმართ გამოხატულ ნეიტრალურ დამოკიდებულებას აღიქვამს კონტრასტულად დადებით დამოკიდებულებად. ამით დასტურდება ზემოთ წარმოდგენილ და თვალსაჩინოდ აღწერილ მოსაზრებათა მართებულობა. როგორც ნათლად ჩანს N1 ნახატიდან, ამ მოსაზრებათა ვიზუალიზაცია ცხადად მიაჩნდება დამოკიდებულებასთან (განწყობის მნიშვნელოვან ფორმასთან) დაკავშირებული პროცესების ახსნის წარმოდგენილი ვარიანტის ადეკვატურობაზე და არაწინააღმდეგობრივ ხასიათზე, რომელსაც პოზიციებს უმაგრებს ობიექტურად დადასტურებული ფუნდამენტური ფსიქოლოგიური კანონები [ 7 ].

ზემოაღწერილ განწყობისეულ პროცესებს, რომლებიც ფუნდამენტურობით ხასიათდება, ადგილი აქვს ადამიანთა აქტივობის ნებისმიერ სფეროში და ნებისმიერ პირობებში. გამონაკლისს არც კომუნიკაციის სფერო წარმოადგენს. საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში, როგორც კომუნიკაციის სფეროში, ორგანიზაციის და საზოგადოების განწყობების თანხვედრის შემთხვევაში შეიძლება ითქვას, რომ მყარდება ერთგვარი „თანამშრომ-ლობა“, რომელსაც სიკეთე მოაქვს ორივე მხარისთვის. ეს არის იშვიათი შემთხვევა და არა ტიპური. მეტწილად ადგილი აქვს განსვლებს პოზიციებს, განწყობებს, დამოკიდებულებებს შორის. ამ შემთხვევებში ძირითად ამოცანას წარმოადგენს ისეთი აქტივობების წარმოება, რომლებიც ხელს შეუწყობენ პოზიციათა დაახლოებას, განწყობების, დამოკიდებულებების მიმსგავსებას. ეს დაახლოება და მიმსგავსება ადაპტაციური პროცესების ფარგლებში არის განსახორციელებელი, რომელიც შეიძლება სამი სქემით წარიმართოს: 1) ორგანიზაცია

იცვლის თავის პოზიციას და ამსგავსებს საზოგადოების პოზიციას; 2) ორგანიზაცია ცდილობს, რომ შეუცვალოს საზოგადოებას პოზიცია და მიამსგავსოს თავის პოზიციას; 3) ორივე იცვლის პოზიციებს ერთმანეთის შემხვედრი მიმართულებით. ბოლო შემთხვევაში ორივე მხარისთვის სანახევრო ძალისხმევაა საკმარისი იმისთვის, რომ მათი პოზიციები დაუახლოვდნენ ერთმანეთს. პირველ შემთხვევაში ორგანიზაციას ესაჭიროება რომ განა-ხორციელოს მის ფარგლებში ისეთი ცვლილებები, რომლებიც მისი საქმიანობის შედეგებს დაახლოვებს საზოგადოებაში არსებულ მოთხოვნებთან. ეს ცვლილებები გახდება ორგანიზაციისთვის იმ პოტენციალის შემძენი, რომელიც ხელს შეუწყობს საზოგადოების პოზიციასთან მიახლოებული პოზიციის ჩამოყალიბებას ამ ორგანიზაციის მიერ წარმო-ებულ პროდუქტთან დაკავშირებით. მეორე შემთხვევაში ორგანიზაციამ უნდა განახორციელოს სამუშაოები მის მიერ წარმოებული პროდუქტის მიმართ საზოგადოებაში დამკვიდრებული განწყობების შეცვლასთან დაკავშირებით. ეს საჭიროებს ისეთ ინტენსიურ და განმეორებად მუშაობას საზოგადოებასთან, რომელიც შესაძლებელს გახდის ორგანიზაციის მიერ წარმოებული პროდუქტის მიმართ საზოგადოების მხრიდან პოზიტიური დამოკიდებულების ჩამოყალიბებას. მესამე შემთხვევაში გამოხატული უნდა იყოს ორივე მხარის მხრიდან საკუთარი პოზიციის შეცვლის ნაწილობრივი მზაობა და მიეცეს შესაძლებლობა „თანამშრომლობის“ განხორციელებას ორგანიზაციის მიერ წარმოებული პროდუქტის მიმართ საზოგადოების პოზიტიური დამოკიდებულების ჩამოყალიბებაში.

საქონლის მწარმოებელი ორგანიზაციებისთვის, რომლებიც მთლიანად დამოკიდებულები არიან მათთან არსებული ტექნოლოგიების პოტენციალზე, გაცილებით უფრო ძნელია განახორციელონ საკუთარი პოზიციების ადაპტაცია (მიმსგავსება) საზოგადოების განწყობებისა და დამოკიდებულებებისადმი, ვიდრე მომსახურების მწარმოებელი ორგანი-ზაციებისთვის. მომსახურების სფერო, მისი პროდუქტის არამატერიალურობის და ტექნო-ლოგიებისგან დამოუკიდებლობის გამო უფრო პლასტიურია თავის მიდგომებში და მეტი თავისუფლების ხარისხი გააჩნია პოზიციის ჩამოყალიბებასა თუ შეცვლაში; იგი უფრო ფლექსიბილურია და უფრო მეტი ადაპტაციური პოტენციალი გააჩნია ვიდრე საქონლის მწარმოებელ ორგანიზაციებს. ამიტომ ყველა ორგანიზაციისთვის საზოგადოებასთან ურთიერთობაში მოქმედების ერთნაირი, უნივერსალური მოდელის გამოძებნა შეუძლებელ ამოცანას წარმოადგენს. ამრიგად, მომსახურების სფერო საზოგადოებასთან ორგანიზაციის ურთიერთობის თვალსაზრისით გაცილებით უფრო მრავალფეროვანი სამუშაოების გან-ხორციელების შესაძლებლობებს იძლევა და განსაკუთრებით ფსიქოლოგიურ კადრებს, შეიარაღებულებს განწყობის ფსიქოლოგიის კლასიკური და თანამედროვე მიღწევებით, უხსნის ეფექტიანი მუშაობის ფართო ასპარეზს.

საზოგადოებასთან ურთიერთობა წარმოადგენს კომპლექსურ დისციპლინას, რომელშიც გადაიკვეთება მეცნიერების ისეთი დარგები როგორებიცაა: ფსიქოლოგია, სოციოლოგია, ჟურნალისტიკა, ლინგვისტიკა, ფილოსოფია, ბიზნესი, მარკეტინგი და სხვ. იგი სოციალურ-რი მოვლენების მიმართ საზოგადოებაში გავრცელებული განწყობების შესწავლას და მათზე ზეგავლენის მოხდენას ემსახურება. ამიტომ ფსიქოლოგიის მეცნიერებას ყველაზე უფრო მეტი წვლილის შეტანა შეუძლია საზოგადოებასთან ასეთი კომუნიკაციის ეფექტია-ნობის ამალგების საქმეში. საზოგადოებასთან ურთიერთობის არსს წარმოადგენს ორგანი-ზაციის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება მისი პროდუქტების პოტენციური მყიდველების-თვის.

კომპანიის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახური მარკეტინგის მსგავსად, თუმცა შემოვლითი გზით, ოპერირებს მომხმარებლებთან, მაგრამ მისგან განსხვავებით მცირე დანახარჯებით შუძლია იყოს ძალიან ეფექტიანი ბაზარზე. საზოგადოებასთან ურთიერთობას შეუძლია ხელი შეუწყოს რეკლამის ეფექტიანობის ამაღლებას, კომპანიის და მისი პროდუქტების მიმართ საზოგადოების ნეგატიური განწყობების, უნდობლობის, უინტერესობის გარდაქმნას მათ მიმართ ნდობად, კეთილგანწყობად, დაინტერესებად. ამ სფეროში ყველაზე უფრო მთავარია საზოგადოების განწყობებზე ეფექტიანი მუშაობის განვითარება განწყობის ფსიქოლოგიის მთელი პოტენციალის მაქსიმალური ამოქმედების მეშვეობით.

## ლიტერატურა

1. Вацлавик П., Бивии Д., Джексон Д. Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия. / Пер. с англ. А. Суворовой. — М.: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО Пресс, 2000.
2. ილონა ილოვიჩკა-ტანსკა, მაჩეი ტანსკი, მილენა მითაგვარია. ადგილობრივი მმართველობა ხალხის სამსახურში: საზოგადოებასთან ურთიერთობის საფუძვლები. თბილისი, 2004, გვ. 6.
3. დენის ლ. უილკოქსი, გლენ ტ. კამერონი. საზოგადოებასთან ურთიერთობა. სტრატეგია და ტაქტიკა. დიოგენე, თბილისი, 2011.
4. Горошидзе Г. Установочная модификация в приспособительной активности человека. საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის მაცნე, ფილოსოფიისა და ფსიქოლოგიის სერია, 1981, N 1, გვ. 87-96.
5. ნადირაშვილი შოთა. განწყობის ფორმირება და სენსომოტორული აქტივობა. - წიგნ.: ექსპერიმენტული კვლევები განწყობის ფსიქოლოგიაში. თბილისი, 1971, გვ. 90-98.
6. Горошидзе Г. Об отражении фактора модификации в проявлении фиксированной установки. საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის მოამბე, 101, N 1, 1981, გვ. 189-192.
7. გოროშიძე გიორგი. განწყობისეული ადაპტაცია შეფასებისა და დამოკიდებულების ფორმირებაში. დიმიტრი უზნაძის 130 წლისთავისადმი მიძღვნილი სამეცნიერო კონფერენციის მასალები. თბილისი, უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2016, გვ. 62-69.
8. გოროშიძე გიორგი. განწყობის ინტეგრაციული ბუნება. ვლ. ნორაკიძის დაბადებიდან 90 წლისთავისადმი მიძღვნილი სამეცნიერო კონფერენციის მასალები. თბილისი 1999, გვ. 17-18.

---

Article received 2017-08-24