

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

სადოქტორო პროგრამა: ფილოლოგია
(ინგლისური ფილოლოგია)

ნათია ზარდიაშვილი

ემოციის ფრეიმინგი: დარწმუნებითი კომუნიკაციის სოციოლინგვისტური ასპექტები
საჯარო გამოსვლებში

ფილოლოგიის დოქტორის აკადემიური ხარისხის

მოსაპოვებლად წარმოდგენილი

დისერტაცია

სამეცნიერო ხელმძღვანელი

მანანა რუსიეშვილი

ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი

პროფესორი

თბილისი

2023

აბსტრაქტი

ემოციის სწორი და ადეკვატური გამოხატვა და გადაცემა მნიშვნელოვანია ადამიანთა შორის სრულფასოვანი სოციალური ურთიერთობების დასამყარებლად. შესაბამისად, საჭიროა მსმენელის მიერ ემოციის სწორი გაშიფრვა. ჩვენი ყოველდღიური ქმედებებიც ემოციით წარიმართება. გამუდმებით გვიხარია ან გვწყინს, მოგვწონს ან პირიქით, გვეზიზღება. ამრიგად, გვიყალიბდება დამოკიდებულება სოციალური წყობის სხვადასხვა ასპექტის მიმართ.

წინამდებარე დისერტაცია ემოციის გამოხატვას და აღქმას განიხილავს, როგორც დარწმუნების ელემენტს. შესაბამისად, ცდილობს გამოყოს დარწმუნების სოციოლინგვისტური ასპექტები საჯარო გამოსვლის დისკურსში.

კვლევისას გამოყენებულია თვისობრივი და რაოდენობრივი კვლევის მეთოდოლოგია. შესაბამისად, დისერტაცია მოიცავს თეორიულ კვლევას, რომელიც გვთავაზობს დარწმუნებისა და მისი ელემენტების კომპლექსურ მულტიდისციპლინურ მოდელს და პრაქტიკულ კვლევა-ექსპერიმენტს, რომელიც ადასტურებს დისერტაციაში წარმოდგენილ თეორიულ ცოდნას. კვლევის ემპირიულ მასალას წარმოადგენს სხვადასხვა სოციალურ თემატიკაზე სპონტანურად შერჩეული 100 საჯარო გამოსვლა Ted.com, TedX და Youtube პლატფორმებიდან, ხოლო კვლევა-ექსპერიმენტისთვის შეიქმნა ელექტრონული კითხვარი. საჯარო გამოსვლების შერჩევა მოხდა შემთხვევითობის პრინციპით.

თვისობრივი კვლევის შედეგად შეიქმნა დარწმუნების სქემატური მოდელი, რომელიც დარწმუნების პროცესს ყოფს ხუთ ძირითად ეტაპად. აღნიშნული სქემატური მოდელის შემუშავებით, დისერტაცია ქმნის ახალ ცოდნას რაც შეიძლება გამოიყენონ როგორც ენის თეორეტიკოსებმა, აგრეთვე საჯარო მეტყველების ოსტატებმა. გარდა ამისა, საკითხი შესწავლილია მსმენელის პერსპექტივიდანაც, რამაც, კვლევის შედეგად, საშუალება მოგვცა გამოგვეყო სიმბოლური კოდების როლი საჯარო გამოსვლებში. კერძოდ, გამოიყო სიმბოლური კოდის აქტუალიზაციის ორი შემთხვევა; მასწავლებლის და მსხვერპლის სიმბოლური კოდებისა. რაოდენობრივი კვლევის შედეგად პასუხი გაეცა შეკითხვებს, თუ რამდენად ახდენს გავლენას ზოგადი ემოციური ფონი მსმენელზე, საჯარო გამოსვლის დროს გადაცემული ინფორმაციის და შესაბამისი ემოციური მესიჯის დეკოდირების თვალსაზრისით;

რამდენად აღიქვამს მსმენელი მოსაუბრეს, როგორც პოზიტიური იდენტობის მატარებელს; როგორი (დადებითი თუ უარყოფითი) დამოკიდებულება აქვს მსმენელს საზოგადოებაში გავრცელებული რწმენა-წარმოდგენების მიმართ; რამდენად თვლის მსმენელი საჯარო გამოსვლელს საზოგადოებაში გავრცელებული რწმენა-წარმოდგენების მსხვერპლად; იცვლება თუ არა მსმენელის ზოგადი ემოციური ფონი საჯარო გამოსვლის მოსმენამდე და მოსმენის შემდეგ.

კვლევის შედეგად მიღებული პასუხები ცხადყოფენ დისერტაციაში დასმული საკითხის აქტუალობასა და მნიშვნელობას თანამედროვე საზოგადოებისთვის. დღევანდელ სამყაროში, სადაც ადამიანთათვის მნიშვნელოვანია საკუთარი აზრის დაფიქსირება, აუცილებელია ვიცოდეთ ემოციების სწორი კომუნიკაცია, იქნება ეს პოლიტიკური დისკურსი თუ საჯარო გამოსვლები. შესაბამისად, წინამდებარე დისერტაცია შეიძლება გამოდგეს, როგორც ერთგვარი გზამკვლევი მათთვის, ვისაც სურს საჯარო მეტყველებაში დახელოვნება და ამ საკითხის უფრო სიღრმისეული შესწავლა.

Abstract

Accurate communication of emotions is crucial for the participants of the communicative act to build fulfilling and successful social relationships. Therefore, a listener needs to interpret the emerging emotion correctly and adequately. Our daily actions are also driven by our emotions. We are constantly happy or sad, enjoy things, or, on the contrary, hate them. In this way, we develop attitudes towards various aspects of the social order practised in our society.

The present thesis examines the expression and perception of emotion as an element of persuasion. Therefore, it distinguishes the sociolinguistic aspects of persuasion within the discourse of public speaking.

The qualitative and quantitative research methodology was applied in this research. Therefore, the thesis includes theoretical research that proposes a complex multidisciplinary model of persuasion and its elements and a practical research experiment that confirms the theoretical knowledge presented in the thesis. 100 public speeches from Ted.com, TedX and Youtube platforms were selected for the close study. An electronic questionnaire was created for the research experiment. The selection of public speeches was made randomly.

As a result of the qualitative research conducted in the research, a schematic model of persuasion was created, which divides this process into five main stages. By developing the mentioned schematic model, the dissertation creates new knowledge which can be used by theoreticians and practitioners interested in public speaking. In addition, the issue is studied from the listener's perspective, which allows for distinguishing the role of symbolic codes employed in public speeches selected as empirical material. Respectively, two symbolic codes (of a tutor and a victim) were actualized. As a result of the quantitative research, the following questions were answered: the degree to which the listener is affected by the general emotional background regarding the decoding of the information transmitted during the public speech act and the corresponding emotional message; the extent to which the listener perceives the speaker as a bearer of a positive identity; types of attitudes (positive or negative) expressed by the listener towards the beliefs and ideas spread in the society; the extent to which the listener considers the public speaker to be a victim of popular beliefs and

ideas in society and whether the general emotional background of the listener changes before and after listening to the public speech.

The answers obtained as a result of the research reveal the relevance and importance of the question for modern society. In the modern world, where expressing an opinion bears immense significance, it is necessary to know how to communicate emotions properly, be it in political discourse or public speeches. Therefore, this dissertation can serve as a guide for those who want to master public speaking skills and study the issue in more depth, both theoretically and practically.

შინაარსი

<i>აბსტრაქტი</i>	I
Abstract	III
<i>შესავალი</i>	1
<i>თავი I ემოციის შესწავლის ასპექტები</i>	10
1.1 თეორიები ემოციის შესახებ: კრიტიკული მიმოხილვა	10
1.2 ემოციის გამოხატვა და აღქმა როგორც კულტურულად განპირობებული პროცესი	19
1.3 ემოციის სტერეოტიპირება გენდერის მიხედვით	30
1.4 ემოციის შესწავლის კოგნიტური და ლინგვისტური ასპექტები.....	34
1.5 ემოცია საჯარო გამოსვლების კონტექსტში	49
I თავის დასკვნა.....	54
<i>თავი II დარწმუნებითი კომუნიკაციის სოციოლინგვისტური ასპექტები</i>	57
2.1 დარწმუნებითი კომუნიკაცია და ემოცია.....	57
2.2. სოციალური იდენტობის შექმნა	64
2.3 ემოციის ფრეიმინგი.....	83
II თავის დასკვნა.....	96
<i>თავი III - ემოციის ფრეიმინგის კვლევა და მსმენელზე ორიენტირებული მიდგომა საჯარო გამოსვლებში</i>	99
3.1. გრაისის კოოპერაციის პრინციპის მართებულობა და თვისობრივი მაქსიმის როლი საჯარო გამოსვლის დისკურსში.....	100
3.2 იდეალური მსმენელის კონცეპტი და სუბიექტურობის პარადოქსი	106
6. სიმბოლური კოდები, არქეტიპები	116
III თავის დასკვნა.....	131
<i>თავი IV კვლევა-ექსპერიმენტი</i>	134
4.1 კვლევის მიზნები, საკვლევი მასალა და მეთოდოლოგია.....	134
4.2 კვლევის შედეგები	140
IV თავის დასკვნები	147
<i>ნაშრომის ზოგადი დასკვნები</i>	149
<i>გამოყენებული სამეცნიერო ლიტერატურა</i>	155
ელექტრონული რესურსები	159

შესავალი

ემოცია ყოველდღიური ცხოვრების განუყრელი ნაწილია და თან სდევს ნებისმიერი სახის კომუნიკაციას. კომუნიკაციის დროს, გარდა ლინგვისტური ინფორმაციისა, გადაიცემა ემოციური მესიჯიც, რაც ისევე მნიშვნელოვანია წარმატებული სოციალური ურთიერთობისთვის როგორც, უშუალოდ, ლინგვისტური ელემენტების სწორი გამოყენება, რაც გულისხმობს, კონტექსტიდან გამომდინარე, ლოგიკური კონოტაციური მნიშვნელობების მიმოცვლას მოსაუბრეებს შორის. ამასთან ერთად, ასევე მიმდინარეობს ემოციურად დატვირთული მესიჯების მიმოცვლა. მეორეს მხრივ, ეს პროცესი გაცილებით რთული ხასიათისაა, რადგან დიდია ალბათობა, რომ, სხვადასხვა გარე ფაქტორების გამო, გადაცემული მესიჯის ემოციური მნიშვნელობა არასწორად გაიაზრონ მოსაუბრეებმა.

ნაშრომის მიზანია **Ted.com პლატფორმაზე არსებულ სხვადასხვა სოციალური თემატიკის საჯარო გამოსვლებზე დაკვირვებით (ჯამში 100 ჩანაწერი) შეისწავლოს, როგორ ენიჭება ტექსტს ემოციური ღირებულება და როგორ გადაეცემა მთავარი ინფორმაცია, მესიჯი მოსაუბრესა და საზოგადოების წევრებს შორის. დასახულმა მიზანმა განაპირობა ნაშრომის შემდეგი ამოცანები:**

1. დარწმუნების და, შესაბამისად ემოციის, როგორც დარწმუნებითი კომუნიკაციის ელემენტის შესწავლის ინტერდისციპლინური თეორიული მოდელის შემუშავება;

2. დარწმუნების, როგორც კონცეპტუალური სქემატური მოდელის აღწერა;

3. ემოციის ფრეიმინგის სოციო-კულტურული ასპექტების გამოვლენა;

საკითხის **აქტუალურობა** განპირობებულია თანამედროვე გლობალური სამყაროს მოთხოვნილებითა და აუცილებლობით, შეგვეძლოს სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელ სოციუმებთან სწორი კომუნიკაციის დამყარება და ინფორმაციის წარმატებული მიმოცვლა. რაც უფრო იზრდება ინფორმაციასთან წვდომა საჯარო გამოსვლების კონტექსტში, მით უფრო მნიშვნელოვანი ხდება გამომსვლელისთვის წარმოთქმული სიტყვის ემოციური ღირებულების სწორი კომუნიკაცია, რადგან ვირტუალურ სივრცეში კონკრეტულ გამოსვლას, შესაძლოა, რამდენიმე ასეული, და ხშირ შემთხვევაში, მილიონი მსმენელი ყავდეს. მეტიც, მსმენელი აუდიტორია განსხვავდება სქესის, სარწმუნოების, ღირებულებების,

კულტურისა თუ ენის კატეგორიით, რაც კიდევ უფრო ართულებს საჯარო გამომსვლელის მიზანს, დაარწმუნოს დამსწრე საზოგადოება (როგორც რეალურ, ასევე ვირტუალურ სივრცეში).

დასმული საკითხისადმი კომპლექსური და ინტერდისციპლინური მიდგომა ფსიქოლოგიის, კულტუროლოგიის, კოგნიტური მეცნიერებისა და ლინგვისტიკის თვალსაზრისით და ემოციის გადაცემის კვლევა ფრეიმული ანალიზის საფუძველზე წარმოადგენს ნაშრომის **სამეცნიერო სიახლეს**. დარწმუნების სქემატური გამოხატულებით ნათელი გახდა რიგი პროცესებისა, რომლებიც საჯარო გამოსვლის დროს მიმდინარეობს და ამ პროცესში ემოციის ფრეიმინგის გამოყოფა წარმოადგენს საკითხის კვლევის ახლებურ მეთოდს. გარდა ამისა, საჯარო გამოსვლის დისკურსის კვლევისას აგებულმა ეპიზოდურმა და თემატურმა ფრეიმებმა საშუალება მოგვცა, გვემსჯელა და გამოგვეყო ე.წ. კულტურული როლები, რომლებსაც საჯარო გამომსვლელები ირგებენ საზოგადოების დასარწმუნებლად. ნაშრომის **მთავარი სიახლე და კომპლექსურობა** მდგომარეობს ინტერდისციპლინური ცოდნის ურთიერთდაკავშირებასა და დარწმუნების მოდელის შექმნაში, რომელიც ითვალისწინებს როგორც **ლინგვისტურ, კოგნიტურ** ასევე, **ფსიქოლოგიურ, და სოციოლოგიურ** ელემენტებსაც.

დისერტაციაში დიდი ყურადღება ეთმობა ემოციის შესწავლას და წარმოდგენილია ვრცელი თეორიული მიმოხილვა საკითხის გარშემო. **სიახლე**, ემოციის კვლევის ასპექტში, მდგომარეობს ემოციის არა **მხოლოდ** როგორც **ლექსიკური ბადის** შესწავლაში, არამედ ემოციის კატეგორიზირებაში, როგორც ადამიანური კომუნიკაციის ნაწილისა და ტექსტისთვის შინაარსობრივი ღირებულების მინიჭების ერთ-ერთი ელემენტისა. შესაბამისად, საჯარო გამოსვლის დისკურსში ემოცია წარმოდგენილია, როგორც დარწმუნებითი კომუნიკაციის ელემენტი. თეორიული კვლევის გარდა, დისერტაციაში წარმოდგენილია პრაქტიკული კვლევაც, რაც ამყარებს გარკვეულ თეორიულ ჰიპოთეზას.

დისერტაციის საკვლევ მასალად აღებულია სხვადასხვა სოციალურ თემატიკაზე სპონტანურად შერჩეული საჯარო გამოსვლები Ted.Com-იდან (სულ 100 ჩანაწერი და მათი ტრანსკრიფტები, დაახლოებით 300 000 სიტყვა). ქვემოთ წარმოგიდგენთ შესწავლილი საჯარო გამოსვლების სიას:

1. The power of introverts
2. How great leaders inspire action
3. Inside the mind of the master procrastinator
4. Looks aren't everything. Believe me, I am a model
5. The danger of a single story
6. How not to take things personally
7. The power of vulnerability
8. What makes a good life? Lessons from the longest study
9. The battle between your present and future self
10. Are we in control of our own decisions?
11. Our buggy moral code
12. The illusion of consciousness
13. My stroke of insight
14. Why people believe they can't draw
15. How to build your creative confidence
16. How to find work you love
17. The happy secret to better work
18. The surprising science of happiness
19. Why we ignore obvious problems – and how to act on them
20. How to let go of being a good person – and become a better person
21. We don't "move on" from grief. We move forward with it.
22. 3 secrets of resilient people
23. The journey through loss and grief
24. The courage to live with radical uncertainty
25. "Everything happens for a reason" and other lies I've loved
26. How the worst moments in our lives make us who we are
27. How changing your story can change your life
28. 4 larger-than-life lessons from soap operas
29. The beauty of the misfit
30. Three things I learned while my plane crashed
31. Dare refuse origin myths that claim who you are

32. Living beyond limits
33. The (de)colonizing of beauty
34. The death of the universe – and what it means for life
35. Better sybersecurity starts with honesty and accountability
36. To accomplish great things you need to “let the paint dry”
37. I’m not your Asian stereotype
38. How to avoid catching prickly emotions from other people
39. Documentary films that explore trauma – and make space for healing
40. Want to truly succeed? Lift others up while you climb
41. 3 rules for better work-life balance
42. How reverse mentorship can help create better leaders
43. How we can use hiring process to bring out the best in people
44. Looking for a job? Highlight your ability not your experience
45. The infinite alchemy of torytelling
46. A feminist reimagining of Kenya’s public transport
47. The search for microscopic aliens
48. How to turn moments into momentum
49. How we can make racism solvable problem – and improve policing
50. Muslim on the Airplane
51. The profound power of gratitude and "living eulogies"
52. How a "Hi Level" mindset helps you realize your potential
53. How to discover your authentic self -- at any age
54. A brain implant that turns your thoughts into text
55. The mission to safeguard Black history in the US
56. A flavorful field guide to foraging
57. An Olympic champion's mindset for overcoming fear
58. The crime-fighting power of cross-border investigative journalism
59. How mRNA medicine will change the world
60. A 3-part plan to take on extreme heat waves
61. Stories of photographing monumental people -- from Michelle Obama to Stephen Hawking

62. How to write less but say more
63. The counterintuitive way to be more persuasive
64. How to speak up for yourself
65. 3 lessons on success from an Arab businesswoman
66. Can we all "have it all"?
67. Why we have too few women leaders
68. New data on the rise of women
69. A feminine response to Iceland's financial crash
70. How to alter the perception of mental health care in Russia
71. The humans at the center of the US immigration debate
72. An invitation to reexamine your familiar world
73. Why art is a tool for hope
74. One year of turning the world inside out
75. America's native prisoners of war
76. Dreams from endangered cultures
77. The hidden reason for poverty the world needs to address now
78. The worldwide web of belief and ritual
79. The good news on poverty (Yes, there's good news)
80. Let's crowdsource the world's goals
81. Why violence clusters in cities -- and how to reduce it
82. What makes life worth living in the face of death
83. What your doctor won't disclose
84. Doctors make mistakes. Can we talk about that?
85. How to learn? From mistakes
86. Every kid needs a champion
87. Creative ways to get kids to thrive in school
88. Success, failure and the drive to keep creating
89. Your elusive creative genius
90. A kinder, gentler philosophy of success
91. 8 secrets of success
92. The paradox of choice

93. How to make hard choices
94. Don't regret regret
95. What happens when you lose everything
96. Remember to say thank you
97. In praise of slowness
98. How healthy living nearly killed me
99. Flow, the secret to happiness
100. Do schools kill creativity?

დისერტაციაში გამოყენებული პრინციპები და ანალიტიკური მეთოდები ეფუძნება საკითხისადმი ინტერდისციპლინურ მიდგომას და გამოიხატება შემდეგი მიმართულებებით: კოგნიტოლოგია (ფრეიმული ანალიზი), ლინგვისტიკა, კულტუროლოგია (ეფუძნება ოთხ კულტურათაშორის განზომილებას (ჰოფსტედე, 1983), ემოციის ფრეიმინგის მახასიათებლების გამოყოფა) სოციალური ფსიქოლოგია (პოზიტიური სოციალური იდენტობის დამყარების მნიშვნელობა (ტაიფელი და ტერნერი, 1986)).

დისერტაციის **თეორიული მნიშვნელობა** განპირობებულია ემოციის ფრეიმინგის პროცესის მექანიზმების გამოვლენით და კომუნიკაციაში დარწმუნების კვლევის კომპლექსური თეორიული მოდელის შექმნით, რომელიც კონცენტრირდება მსმენელზე და მსმენელის პერსპექტივიდანაც გაიაზრებს საკითხს სოციოლინგვისტური კუთხით.

დისერტაციის **პრაქტიკული მნიშვნელობა** განპირობებულია თანამედროვე ტექნოლოგიური საკომუნიკაციო საშუალებების, როგორცაა ინტერნეტი და სოციალური მედია, განვითარების შედეგად წარმოქმნილი სირთულით და იმის საჭიროებით, რომ სწორად შეგვეძლოს ლინგვისტური მესიჯის და მისი ემოციური იმპლიკაციის გაშიფრვა. კვლევის შედეგებს შეუძლია დაგვეხმარონ მულტიკულტურულ სამყაროში, როგორც ვერბალურ, ასევე არავერბალურ დისკურსში, წარმატებული კომუნიკაციის აგებასა და ადეკვატური ემოციის გადაცემაში. დარწმუნების სქემატური მოდელის პრაქტიკული მნიშვნელობა სცდება კონკრეტული ენის ჩარჩოებს და, შესაძლოა, გამოიყენოს სხვადასხვა კულტურისა და

ღირებულებების მატარებელმა ინდივიდებმა, საჯარო გამოსვლის კონტექსტში. აგრეთვე, წინამდებარე დისერტაცია მნიშვნელოვანია საჯარო მეტყველების პრობლემებით დაინტერესებულთათვის, რადგან გვთავაზობს მთელ რიგ მნიშვნელოვან დეტალებს რაც, გავრცელებული აზრის მიხედვით, საჯარო გამომსვლელმა უნდა გაითვალისწინოს სიტყვის დაწერისა თუ წარმოდგენის პროცესში.

დისერტაციაში განხილული თეორიული და პრაქტიკული თემატიკა და კვლევის შედეგები, შესაძლოა, გამოვიყენოთ სხვადასხვა სასწავლო კურსებში, რომელთა მიზანია გადმოგვცეს ენის, აზროვნების, ცნობიერების, კულტურისა და სოციუმის ურთიერთკავშირი. ასეთია, მაგალითად, სოციოლინგვისტიკა, კოგნიტური ლინგვისტიკა, ფსიქოლინგვისტიკა, ინტერკულტურული კომუნიკაცია, დისკურსის კვლევები და ა.შ. აგრეთვე, დისერტაციაში წარმოდგენილი ცოდნა შესაძლოა გამოვიყენოთ საჯარო მეტყველების კურსისთვის, კერძოდ, აღნიშნული ცოდნა ნათელს ჰფენს წარმატებული საჯარო გამოსვლისთვის მნიშვნელოვან ელემენტებს და გამოყოფს იმ საშუალებებსა და სტრატეგიებს, რაც აუცილებელია საჯარო გამომსვლელისთვის დარწმუნების წარმატებით განსახორციელებლად. ამრიგად, წინამდებარე კვლევა და მისი შედეგები შესაძლოა გამოიყენონ საჯარო გამომსვლელებმა თავიანთი სიტყვით გამოსვლის მოსამზადებლადაც.

ვფიქრობ, დისერტაციაში განხილული პრობლემები და კვლევები ამავდროულად საინტერესო იქნება მკითხველისთვის, რომელიც დაინტერესებულია ენის, კულტურისა და კონცეპტუალური სისტემების ურთიერთკავშირით.

სტრუქტურული თვალსაზრისით, დისერტაცია შედგება შესავლის, 4 ძირითადი თავისა და 19 ქვეთავისგან, რომელსაც ერთვის ანოტაცია, დასკვნა, გამოყენებული ლიტერატურის სია და დანართი.

ნაშრომის პირველი თავი ეძღვნება ემოციის ზოგადი პრობლემატიკის შესწავლას და კრიტიკულად მიმოიხილავს ემოციის თეორიებს ფსიქოლოგიის, კულტურისა და ლინგვისტიკის თვალსაზრისიდან; აგრეთვე, ყურადღებას ამახვილებს ემოციის სტერეოტიპირებაზე გენდერის მიხედვით და შეისწავლის ემოციას საჯარო გამოსვლების კონტექსტში. ნაშრომის პირველი თავი სრულდება დასკვნით, სადაც შეჯამებულია თავის ძირითადი მიგნებები.

მეორე თავი კონცენტრირდება დარწმუნებითი კომუნიკაციისა და ემოციის ურთიერთკავშირის შესწავლით. ამ თავის თეორიულ სარჩულს წარმოადგენს ისეთი კვლევები, როგორცაა: Stets and Burke (2000); Ellemers (2020); Tajfel and Turner (1986); Iyengar (1991); Gross (2008) and Burke (1969). დისერტაციის მეორე თავში ყურადღება გამახვილებულია საჯარო გამომსვლელებზე და გამოყოფილია დარწმუნებითი კომუნიკაციის სქემატური მოდელი, რომელსაც საჯარო გამომსვლელები იყენებენ სიტყვით გამოსვლის დროს. დარწმუნების სქემატური გამოსახულება შედგება ხუთი საფეხურისგან და მოიცავს ეტაპებს, როგორცაა პოზიტიური სოციალური იდენტობის შექმნა, მსმენელში ჰარმონიულობის დარღვევა, რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირების შედეგად ემოციების აღძვრა, რეალობის შეცვლა და სამყაროსთან ჰარმონიულობის აღდგენა. სოციალური იდენტობის ჩამოყალიბების პროცესი წარმოდგენილია სამი ეტაპის-სოციალური კატეგორიზაციის, სოციალური შედარებისა და სოციალური იდენტიფიკაციის - შედეგად (ელემერსი, 2020). ასევე, დისერტაციის მეორე თავში განხილულია ემოციის ფრეიმინგის როლი სოციალური იდენტობის შექმნის პროცესსა და რწმენა-წარმოდგენების გადაფასებაში. შესაბამისად, იგი შეიმუშავებს დარწმუნებისა და ემოციის შესწავლის ინტერდისციპლინარულ მოდელს და აღწერს დარწმუნებას, როგორც კონცეპტუალურ სქემატურ მოდელს.

ნაშრომის მესამე თავში კვლევის მიდგომა იცვლება და კონცენტრირდება საკვლევო საკითხის მსმენელის პერსპექტივიდან მიმოხილვაზე. შესაბამისად, ეს თავი შეისწავლის, როგორ ზემოქმედებს საჯარო გამომსვლელი მსმენელზე. თავი იწყება გრაისის თვისობრივი მაქსიმის როლის კვლევით საჯარო გამოსვლის კონტექსტში და ასკვნის, რომ აუცილებელია გადაცემული ინფორმაცია იყოს სწორი და საჯარო გამომსვლელი - გულწრფელი იმისთვის, რომ მსმენელმა დაუჯეროს მას და შესაბამისად, წარმატებით განხორციელდეს დარწმუნების აქტი. აგრეთვე, აქვე ყურადღება გამახვილებულია იდეალური მსმენელის კონცეპტზე, რაც გულისხმობს მსმენელს, რომელიც მზად არის ახალი ინფორმაციის მისაღებად და აქვს შესაბამისი მოტივაცია და კრიტიკული აზროვნების უნარი. გარდა ამისა, მესამე თავი მიმოხილავს ისეთ საინტერესო თემებს, როგორცაა სუბიექტურობის პარადოქსი და არქეტიპები. სუბიექტურობის პარადოქსი მნიშვნელოვანია ემოციის სუბიექტურობაზე მსჯელობის დროსაც. რაც შეეხება არქეტიპებს, ნაშრომში

შემოგვაქვს ტერმინი *სიმბოლური კოდები*, რომელიც მოისაზრებს არქექტიპების ცნებას შედარებით ზოგადი პერსპექტივიდან. შესაბამისად, ამ მიმართებით, გამოვყოფთ ორ ძირითად სიმბოლურ კოდს. ესენია: მასწავლებლის (დამრიგებლის) და მსხვერპლის სიმბოლური კოდები.

დისერტაციის მეოთხე თავში წარმოდგენილია კვლევა ექსპერიმენტი, რომლის მიზანიც იყო გვეკვლია, რამდენად ახდენს გავლენას ზოგადი ემოციური ფონი მსმენელზე საჯარო გამოსვლის შეფასებისას, საჯარო გამოსვლის დროს გადაცემული ინფორმაციის და შესაბამისი ემოციური მესიჯის დეკოდირების თვალსაზრისით; რამდენად აღიქვამს მსმენელი მოსაუბრეს, როგორც პოზიტიური იდენტობის მატარებელს; როგორი (პოზიტიური თუ ნეგატიური) დამოკიდებულება აქვს მსმენელს საზოგადოებაში გავრცელებული რწმენა-წარმოდგენების მიმართ; რამდენად თვლის მსმენელი საჯარო გამომსვლელს საზოგადოებაში გავრცელებული რწმენა-წარმოდგენების მსხვერპლად; იცვლება თუ არა მსმენელის ზოგადი ემოციური ფონი საჯარო გამოსვლის მოსმენამდე და მოსმენის შემდეგ. კვლევის შედეგად ვასკვნით, რომ ზოგადი ემოციური ფონი საჯარო გამოსვლის დროს მნიშვნელოვანია. ინდივიდი აღიქვამს საჯარო გამომსვლელს, როგორც პოზიტიური იდენტობის მატარებელს, საკუთარი რწმენა-წარმოდგენები კვლევაში მონაწილეებმა მეტად დადებითად შეაფასეს ვიდრე საზოგადოებაში გავრცელებული სოციალური ნორმები. მსმენელთა უმრავლესობის აზრით, საჯარო გამომსვლელი წარმოადგენს საზოგადოებაში გავრცელებული სოციალური ნორმების მსხვერპლს.

ნაშრომის დასკვნით ნაწილში შეჯამებულია დისერტაციაში წარმოდგენილი ვრცელი თეორიული კვლევისა და კვლევა-ექსპერიმენტების შედეგები. დისერტაციას თან ერთვის გამოყენებული ლიტერატურის სია, სადაც წარმოდგენილია ნაშრომში გამოყენებული სამეცნიერო პუბლიკაციებისა და აუდიო-ვიდეო მასალის ჩამონათვალი, შესაბამისი ელექტრონული ბმულებით.

თავი I ემოციის შესწავლის ასპექტები

1.1 თეორიები ემოციის შესახებ: კრიტიკული მიმოხილვა

საჭიროდ მიგვაჩნია ნაშრომში გამოყენებული შემდეგი ტერმინების განმარტება:

ემოცია - ტერმინი „ემოცია“ (emotion), სათავეს იღებს ფრანგული ენიდან, რომელიც ბრიტანეთში განსაკუთრებით გავრცელდა ადრეულ მე-17 საუკუნეში. ტერმინის გავრცელება მიეწერება ჯონ ფლორიოს, რომელმაც ფრანგულიდან თარგმნა მიშელ დე მონტენიეს ესეები. ემოცია, თავდაპირველად, განსხვავებული, კერძოდ კი, შფოთვის, მნიშვნელობით იხმარებოდა, ან გულისხმობდა ფიზიკურ გაღიზიანებას სხვადასხვა გამომწვევ მიზეზზე. (დიქსონი, 2012, გვ.340). მერიემ უებსტერის ლექსიკონი (*Merriam-Webster Dictionary*) ემოციას განმარტავს როგორც *a: a conscious mental reaction (such as anger or fear) subjectively experienced as strong feeling usually directed toward a specific object and typically accompanied by physiological and behavioral changes in the body*

b: a state of feeling

c: the affective aspect of consciousness : FEELING

2a: EXCITEMENT

b: obsolete : DISTURBANCE (“emotion”, 2020)¹

ცხადია, ემოციის გარშემო არსებული შეხედულებების სიმრავლე, ერთი მხრივ, მეტყველებს საკითხის პრობლემატურობასა და მნიშვნელობაზე ადამიანის ცხოვრების სხვადასხვა ასპექტისთვის და მეორეს მხრივ, საკმაოდ ართულებს პრობლემის კვლევას, რადგან არ არსებობს უნივერსალურად მიღებული განმარტება,

¹ emotion. (2020). In *Merriam-Webster Dictionary*. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/emotion>

1a: ცნობიერი მენტალური რეაქცია (როგორც არის შიში ან ბრაზი), სუბიექტურად აღქმული ძლიერი გრძნობა, რომელიც, ძირითადად, მიემართება კონკრეტულ ობიექტს და ჩვეულებრივ, თან ახლავს ფიზიოლოგიური და ქცევითი ცვლილებები.

ბ: შეგრძნების მდგომარეობა

გ: ცნობიერების აფექტური ასპექტი

2 ა: აღვზნება

ბ: ძველად: წონასწორობის, სიმშვიდის დარღვევა

რომელიც სრულად მოიცავს ემოციის ფენომენს. მოცემული ნაშრომი ემოციის კვლევის პრობლემატიკას უდგება ინტერკულტურული პერსპექტივიდან და ლინგვისტიკის ჭრილში განმარტავს ემოციას როგორც დარწმუნების ერთერთ ელემენტს საჯარო გამოსვლებში, რომელიც გულისხმობს რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირებას, რაც კომუნიკაციის დროს, კონტექსტურად გამოიხატება ვერბალურად თუ არავერბალურად გადაცემულ ინფორმაციაში და მას ანიჭებს ემოციურ ღირებულებას.

კულტურა - კულტურა ნაშრომში განხილულია როგორც სოციუმისთვის საერთო წეს-ჩვეულებისა და რიტუალების ერთობლიობა, რომელიც კონცეპტუალურად გამოიხატება კონტექსტის შესაბამისად (ენტმანი, 1993; გერთზი, 1973). აღნიშნული განმარტება საშუალებას გვაძლევს საკითხი ვიკვლიოთ ფართო კონტექსტში, ინტერდისციპლინური მიდგომის გათვალისწინებით, ფსიქოლოგიის, კოგნიტოლოგიის, ლინგვისტიკის თვალსაზრისით.

ფრეიმი - ფრეიმი შესაძლოა განიმარტოს, როგორც მენტალური სათავსო, რომელშიც ინახება გამოცდილებების შედეგად მიღებული ცოდნა (მინსკი, 1974). ფრეიმი კონტექსტის მიხედვით აქტიურდება და გვკარნახობს, თუ როგორ მოვიქცეთ სხვადასხვა სოციალურად დაგეგმილ სიტუაციაში. შესაბამისად, ცალკეული სოციუმებისთვის, რომლებიც ერთიანდებიან საერთო კულტურის ქვეშ, შესაძლოა, არსებობდეს საზიარო ფრეიმებიც. ამრიგად, სოციო-ლინგვისტური და კულტურული ასპექტების კვლევისას საჯარო გამოსვლებში კულტურისა და ფრეიმის ხსენებული განმარტებები საშუალებას გვაძლევს ვიკვლიოთ როგორც კონკრეტული ასპექტები, აგრეთვე საკითხი შევისწავლოთ პიროვნების იდენტობის ჩამოყალიბების კონტექსტშიც.

ემოციის ფრეიმინგი - ემოციის ფრეიმინგის მთავარი დატვირთვაა ლინგვისტურ მესიჯს მიანიჭოს ემოციური მნიშვნელობა, მსმენელში გამოიწვიოს ემოციის იმპლიკაცია, რაც საზოგადოების რწმენა-წარმოდგენების მანიპულირებისა და გადაფასების საფუძველზე ხდება.

ემოციის შესახებ მრავალი თეორია არსებობს სხვადასხვა ჰუმანიტარული დარგის პერსპექტივიდან, როგორცაა ფსიქოლოგია (ჯეიმს, 1983; ლანგე, 1912; კენონი, 1927; შაქტერ-სინგერი, 1962), კოგნიტოლოგია (ოუთლი და ჯონსონ-ლეირდი, 2014; ფრაიდა და მესკუიტა, 1998; რასელი, 2003; ბარეტი, 2011),

ლინგვისტიკა (მეჭიდი, 2012; პერაკი, 2017), და სხვა. დასმული საკითხის კომპლექსურობა და სხვადასხვა კვლევის გარშემო არსებული ვარიაციები კიდევ უფრო ართულებს ემოციის პრობლემის კვლევისას რელევანტური პასუხის გამოძებნას. ემოციის შესახებ არსებულ სხვადასხვა თეორიებს შორის, ყველაზე ადრეულად შესაძლოა მივიჩნიოთ დარვინის (1872) ევოლუციური თეორია, რომლის მიხედვითაც სხვადასხვა სახის ემოცია ეტაპობრივად განვითარდა, საჭიროების მიხედვით. მაგალითად შიში, შესაძლოა განვიხილოთ ყველაზე ადრეულ ემოციად, რადგან იგი ქვის ხანის ადამიანს ეხმარებოდა გადაერჩინა თავი და შეენარჩუნებინა სიცოცხლე.

ფსიქოლოგიაში ემოციის კვლევა, ძირითადად, ეფუძნება ფიზიოლოგიურ და კოგნიტურ პროცესებს შორის ურთიერთკავშირის ძიებასა და შესაბამისად, ემოციის აღძვრასა და შეფასებას, შორის არსებული კავშირის გამოვლენას. ამ მხრივ, ერთ-ერთი გავრცელებული თეორიაა ჯეიმს-ლანგეს თეორია (ჯეიმს, 1983; ლანგე, 1912), რომლის მიხედვითაც, ემოციის აღძვრას წინ უსწრებს ფიზიოლოგიური აღგზნება. მაგალითად, შიშის აღძვრა შესაძლოა შემდეგ ეტაპებად დაიყოს: პირველ ეტაპზე ადამიანი ხვდება და აღქვამს ე.წ. სტიმულს, (მაგ. საშიში ცხოველი), ადამიანი განიცდის ფიზიოლოგიურ ცვლილებებს, როგორცაა გულისცემის აჩქარება, ოფლიანობა, შედეგად აღიძვრება შიში. კენონ-ბარდის თეორია (კენონი, 1927) ეწინააღმდეგება ამ მიდგომას იმ კუთხით, რომ ფიზიოლოგიურ აღგზნებასა და ემოციის აღქმას არ განაცალკევებს სხვადასხვა ეტაპად და მათ განიხილავს თანადროულ მოქმედებად. ამ თვალსაზრისით, კვლავ შიშის მაგალითზე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ სტიმულის დანახვის შედეგად, ორივე, ფიზიოლოგიური მახასიათებლები (გულისცემის აჩქარება, ოფლიანობა) და ემოციის შეფასება/ აღქმა ერთდროულად ხდება.

აქვე შეგვიძლია მოვიყვანოთ შაქტერ-სინგერის (1962) ორფაქტორიანი თეორიაც, რომელიც ყურადღებას ამახვილებს როგორც ფიზიოლოგიურ მომენტზე, ასევე ემოციის შეფასებაზე. ხსენებული თეორია ემოციას ხსნის, როგორც ორი ფაქტორისგან, ეტაპისგან შემდგარ პროცესს და ასახელებს მათ: ესენია ფიზიოლოგია და კოგნიცია. ამ თეორიის მიხედვით, ემოციის შეფასება ხდება ფიზიოლოგიური აღგზნების კონტექსტური ანალიზის საფუძველზე. ისევ მაგალითს რომ დავუბრუნდეთ, მოცემული თეორიის მიხედვით, შიშის აღძვრისას ადამიანი ხედავს

სტიმულს, რის შედეგადაც გამოვლინდება გარკვეული ფიზიოლოგიური პროცესები, რომელიც კონტექსტურად უკავშირდება გარემოს და შედეგად ვიღებთ შიშის განცდას. თუ შაქტერ-სნგერის თეორია (1962) ემოციის შეფასებას განიხილავს ფიზიოლოგიური და კოგნიტური პროცესების შედეგად, ლაზარუსი (1995) ამ მოსაზრების საწინააღმდეგოდ ამტკიცებს, რომ შეფასება წინ უსწრებს ფიზიოლოგიურ პროცესებს.

ოუთლი და ჯონსონ-ლეირდის მიხედვით (2014), კოგნიტური მეცნიერება ემოციის შესწავლისას წარმოდგენილია სამი ძირითადი თეორიით:

„მოქმედება-მზაობის თეორია“ (ინგ. **The action-readiness theory**) ემოციას ხსნის კომუნიკანტის შეფასებისა და მზაობის მდგომარეობით (ოუთლი და ჯონსონ-ლეირდი, 2014, გვ.135). ემოცია წარმოადგენს ინდივიდის პასუხს, რეაქციას სხვადასხვა სახის სტიმულზე, რომლებიც შეგვიძლია დავუკავშიროთ დამოკიდებულებას გარკვეული ქცევის განზრახვასა და ღირებულებებს შორის. ადამიანებს გვაქვს სურვილი და განზრახვა გავნახორციელოთ კონკრეტული მოქმედება, განზრახვა შეიძლება უკავშირდებოდეს კონკრეტულ ღირებულებას. მაგალითად, ბრაზის მიზეზი შესაძლოა იყოს ვინმეს მიერ ინდივიდის საზიანოდ განხორციელებული ქმედება, რომელიც ეწინააღმდეგება მორალურ ღირებულებას, რომ სხვა ადამიანი არ უნდა დავაზარალოთ. დამოკიდებულება ღირებულებასა და მოტივს შორის იწვევს კონკრეტული ემოციის განცდას. გარდა ამისა, ემოციის დანიშნულება, შესაძლოა, იყოს ფუნქციური და ინტერაქციული და იგი არ განიხილება ინდივიდის პირად მდგომარეობად თუ გრძნობად. ხსენებული მოდელის მიხედვით, ემოციას ყოველითვის გააჩნია ობიექტი და ყოველთვის მოითხოვს მოქმედებისთვის მზაობას. (ფრაიდა და მესკუიტა, 1998, გვ.:273-274). შესაბამისად, როგორც ფრაიდა და მესკუიტა აღნიშნავენ (1998), ემოციის ერთ-ერთი მთავარი ნიშანია უნარი, გავლენა მოახდინოს და აკონტროლოს მოქმედება, მიუხედავად რეალურ სიტუაციაში შექმნილი კონკრეტული მდგომარეობისა (ანუ, იმის მიუხედავად, გულისხმობს თუ არა მდგომარეობა ინდივიდის მიერ რაიმე მოქმედების განხორციელებას.) (ფრაიდა და მესკუიტა, 1998, გვ.274). ხსენებული მოსაზრებიდან გამომდინარე, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ კომუნიკაციის პროცესშიც ემოცია გავლენას ახდენს და აკონტროლებს ინდივიდის მოქმედებას. კონტექსტის მიხედვით, მოქმედება შესაძლოა განხორციელდეს ფიზიკურადაც,

მაგალითად, ორი ინდივიდის კომუნიკაციის პროცესში, თუ ერთ-ერთი მოახერხებს მოიპოვოს იმ დონის ემოციური ზეგავლენა, რაც გამოიწვევს ბრაზის განცდას მსმენელში. ემოციის ინტენსივობიდან გამომდინარე, შესაძლებელია, მსმენელმა ბრაზი გამოხატოს ფიზიკურად. აქ, მაგალითად, შესაძლოა, იგულისხმებოდეს ჟესტიკულაცია, სახის გამომეტყველების შეცვლა და ა.შ. უფრო დაზუსტებით, ემოცია, შესაძლოა, განვმარტოთ როგორც *კონკრეტულ ქმედებაზე პასუხი, რომელიც წარმოადგენს ინდივიდის დამოკიდებულებას ობიექტისა თუ ადამიანის მიმართ (შესაძლოა აქ საკუთარი თავიც მოიაზრებოდეს) და გულისხმობს გარკვეულ ქცევაზე კონტროლს.* (ფრაიდა და მესკუიტა, 1998, გვ. 276).

(ინგ. **The core-affect theory**) – რასელის მიხედვით (2003), ბირთვული აფექტი წარმოადგენს ნეიროფიზიოლოგიურ მდგომარეობას, რომელიც ცნობიერად მისაწვდომია უმარტივესი „ნედლი“, (არარეფლექსიური) გრძნობების სახით და ასახულია ადამიანის განწყობასა და ემოციებში (რასელი, 2003, გვ.148). შესაბამისად, განმარტებიდან გამომდინარეც, ცხადია, რომ ხსენებული თეორია, ერთი მხრივ, ერთმანეთისგან განასხვავებს ემოციასა და განწყობას და ბირთვულ აფექტს განიხილავს როგორც ემოციის ნაწილს (იიქი, 2011, გვ.207). ბირთვულ აფექტსა და ემოციას შორის განსხვავებას რასელი (2003) ხსნის შიშის კონცეპტის მაგალითზე. თუ შევადარებთ სხვადასხვა სიტუაციებს შიშის გარშემო, მაგალითად, შიშს მტაცებელ ცხოველთან პირისპირ შეხვედრისას, საშინელებათა ფილმის ყურების დროს აღძრულ შიშს; შიშს, როცა გვაგვიანდება შეხვედრაზე და სხვა, აუცილებლად გაჩნდება კითხვები: არის თუ არა შიში ერთი და იგივე ემოცია ჩამოთვლილ სიტუაციებში, და აღძრავს თუ არა იგი მსგავს რეაქციას? (რასელი, 2003, გვ.:145-146). კითხვებიდან გამომდინარე, ნათელია, რომ შიშის ემოცია გაცილებით უფრო კომპლექსურია, ვიდრე ერთი შეხედვით ჩანს. შესაბამისად, ბირთვული აფექტი არის არა გამოცდილების საბოლოო პროდუქტი, როგორცაა, ამ შემთხვევაში, შიში, არამედ წარმოადგენს „ნედლ“ გრძნობას, რომელიც შესაძლოა შეფასდეს დადებითი ან უარყოფითი შინაარსის მატარებლად. რასელი (2003) აგრეთვე აღნიშნავს, რომ ყოველდღიური ემოციის კონცეპტების მსგავსი ანალიზი საშუალებას იძლევა ემოციის, ერთი შეხედვით, საწინააღმდეგო თეორიები გავაერთიანოთ. სახელდობრ, წარმოდგენილი მოდელი აერთიანებს ორპოლუსიან განზომილებას დისკრეტულ

კატეგორიებთან.² ასევე აერთიანებს შეხედულებებს, რომ ემოცია წარმოადგენს პრიმიტიულ, კოგნიციისგან დამოუკიდებელ ელემენტს და მეორეს მხრივ, არსებობს მტკიცებულება კოგნიტური ჩართულობისა, რომელიც გამოხატულია ემოციის პროტოტიპების არსებობაში, შეფასებაში, მიზნებში და ა.შ (რასელი, 2003, გვ. 146).

ჯონსონ-ლეირდისა და ოუთლის მიხედვით (1989), ემოცია, უფრო მეტად, დამოკიდებულია პროტოტიპებზე.³ გარკვეული კულტურის წევრებს მოეპოვებათ პროტოტიპები ყველა შემთხვევისთვის, რომელსაც შეუძლია ემოციის გამოწვევა, მაგალითად როგორცაა მოწყენილობა, სიბრაზე და ა.შ. მაგრამ თავად სუბიექტური გრძნობის გამომხატველი პროტოტიპი არ არსებობს. იგი წარმოადგენს გაუანალიზებელ პრიმიტიულ გამოცდილებას. აქედან გამომდინარე, ისეთი ბაზისური ემოცია, როგორცაა მოწყენილობა, შედგება მიზეზისა და შედეგისაგან, მაგრამ წარმოადგენს პროტოტიპული მიმდევრობის მხოლოდ ნაწილს (ჯონსონ-ლეირდი და ოუთლი, 1989, გვ.83); პროტოტიპების შესახებ მოყვანილი ეს მჯელობა შეგვიძლია გავანალიზოთ სემანტიკური ფრეიმების მაგალითზე, სადაც პროტოტიპების ნაცვლად, ვსაუბრობთ კონკრეტულ ფრეიმზე და მასში შემავალ ლექსიკურ ერთეულებზე. ლექსიკური ერთეულები „აღვიძებენ“ ფრეიმს, შესაბამისად, თუ სიტყვა „მოწყენილობა“ არის ლექსიკური ერთეული, იგი წარმოადგენს ერთ-ერთს იმ ლექსიკურ ერთეულთა წყებიდან, რომლებიც ემოციის ფრეიმში ერთიანდებიან. თუმცა, თავად ემოციის ფრეიმი წარმოადგენს მენტალურ სტრუქტურას, ერთგვარ სათავსოს, რომელიც სხვადასხვა გამოცდილებას ინახავს და გარკვეული აქტივატორის საფუძველზე, შესაბამისი გამოცდილების ცოდნას ააქტიურებს. აქტივატორები ამ შემთხვევაში შეგვიძლია განვიხილოთ მიზეზად, ხოლო მიღებული ცოდნა, კი - შედეგად, თუმცა ამავე დროს, მიზეზი და შედეგი წარმოადგენს მხოლოდ ერთ ელემენტს საკმაოდ ვრცელი წყებიდან, ერთი კონკრეტული შემთხვევისთვის.

ბარეტის (2011) მიხედვით, მენტალური აქტები, რომლებსაც შესაბამისი ემოციის გამომხატველი ლექსიკური ერთეულით აღვნიშნავთ, გარკვეულ ჩარჩოში არიან

² "დისკრეტული ემოციების" თეორეტიკოსები გამოყოფენ ძირითადი ემოციების (basic emotins) ჯგუფს, როგორცაა ბრაზი, სიხარული, სირცხვილი, სევდა, ზიზღი, შიში და სხვა. დამატებით იხილეთ Silvan Tomkins (1962, 1963); Carroll Izard (1977); Paul Ekman (1999) და სხვა.

³ რასელმა ჩამოაყალიბა ემოციის კონცეპტების პროტოტიპული ხედვა, რაც გულისხმობს, რომ თითოეულ ემოციას აქვს ძირითადი „სკრიპტი“, ე.წ. მინიატურული სცენარი, ამრიგად აღინიშნება ცვალებადობა ემოციების განცდასა და გამოხატვაში. (იხილეთ, Russel 1991; 2003);

მოქცეულნი. შესაძლებელია, მათ დავაკვირდეთ და ამოვიცნოთ, თუმცა ის შეკითხვა, თუ ადამიანის გონება როგორ ახდენს მათ კონსტრუირებას, პასუხს მიღმა რჩება. ამ შეხედულებიდან გამომდინარე, ბარეტი ემოციებს ადარებს ატომს და განმარტავს მას, როგორც სხეულისა და გონების შემადგენელ ელემენტარულ ნაწილაკებს (ბარეტი, 2011, გვ.361). ბარეტისეული ატომის მსგავსი ელემენტარული ნაწილაკები, შესაძლოა, განიმარტოს როგორც ბირთვული აფექტი. ბარეტი ასევე საუბრობს მეორე კონსტრუქციულ მიდგომაზე, რომელსაც მიაწერს შაქტერისა და სინგერის (1962) თეორიას (ბარეტი, 2011, გვ.362). ეს მოდელი გულისხმობს, რომ ნებისმიერი ფსიქოლოგიური აქტი, როგორცაა, მაგალითად „ბრაზი“, „შიში“ და სხვა, არ არის ემოციის ბაზისური, ელემენტარული საშენი ნაწილი, არამედ წარმოადგენს მენტალურ აქტს, რომელიც წარმოიქმნება ბაზისური ფსიქოლოგიური სისტემების ურთიერთობების შედეგად.

ხსენებული შეხედულებებიდან გამომდინარე, ბარეტმა წარმოადგინა კონცეპტუალური აქტის მოდელი, რომლის მიხედვითაც ემოციები არ წარმოადგენენ განსხვავებულ მოდულებს ცნობიერებაში. ემოცია არ განიხილება, როგორც მენტალური პროცესი, არამედ, როგორც გამოცდილების „შინაარსი“ ან აღქმა. კონცეპტუალური აქტის მოდელის პირველი განმსაზღვრელი ჰიპოთეზის მიხედვით, არსებობს ფსიქოლოგიური საწყისები, რომლებიც მონაწილეობენ ემოციის შექმნაში, რაც გულისხმობს ორ ურთიერთსაპირისპირო, სიამოვნებისა და უსიამოვნების, მდგომარეობას. ამ სისტემის საშუალებით, შეგვიძლია ვიწინასწარმეტყველოთ, რა გველის, შევაფასოთ პიროვნება მეგობრად თუ მტრად და ა.შ. (ბარეტი, 2011, გვ.364).

კომუნიკაციური თეორია (ინგ. The communicative theory) ადგენს, რომ ემოციები წარმოადგენენ გარკვეულ კომუნიკაციას, რომელიც იწყება თავის ტვინში და მიმდინარეობს ადამიანებს შორის (ოუთლი და ჯონსონ-ლეირდი, 2014, გვ.135). ხსენებული თეორიის მიხედვით, გამოიყოფა ორი ტიპის სიგნალი, სახელდობრ, არამტკიცებითი, ანუ არაკონცეპტუალური, და მტკიცებითი ტიპის სიგნალები. სიგნალები წარმოიქმნება გარკვეული დაკვირვების შედეგად და ასახავს კოგნიტური სისტემის კომუნიკაციის სახეს, რომელიც არ არის იმდენად ინფორმაციული, როგორც წინადადება. უფრო მეტიც, სიგნალები კოგნიტურ სისტემას იმგვარად მართავს, რომ საჭიროების დროს, შესაფერისი ქმედებისთვის მზად იყოს და

გაუმკლავდეს გარკვეული რაოდენობის ღონისძიებებს, რომელიც ფართო სპექტრში მიემართება მთავარ მიზანს (ოუთლი, 2009, გვ.206). კოგნიტური მიდგომის შემთხვევაში, მიზნებში იგულისხმება გარემოს შესაძლო მდგომარეობების სიმბოლური გამოსახულებები, რომელთა მიღწევასაც სისტემა შეეცდება. შესაბამისად, შესაძლოა, ხსენებული განმარტებაც აიხსნას გამოცდილებების და ფრეიმების საშუალებით, როდესაც კონკრეტული სოციალური სიტუაციიდან გამომდინარე, აქტიურდება შესაფერისი ემოციური პასუხი. მაგალითად, სხვადასხვა ემოციებისთვის შესაძლოა გამოიყოს კონტექსტი და შესაბამისად, მისი ლოგიკური გაგრძელება. მაგალითად, სევდის ემოციისთვის კონტექსტი შესაძლოა იყოს რაიმე მატერიალური ან სულიერი დანაკარგი. ბრაზის შემთხვევაში - მარცხი. შიშის შემთხვევაში - საფრთხის შეგრძნება. მნიშვნელოვანია, რომ ასეთ მომენტებში გადაწყვეტილების მიღება მარტივდება, რადგან მოქმედების განხორციელების სხვა, ალტერნატიული არჩევანი საკმაოდ შეზღუდულია (ოუთლი, 2009, გვ.206). მტკიცებითი სიგნალები სიმბოლურია, ანუ მათ აქვთ შიდა სტრუქტურა, რომელიც მონაწილეობს დენოტაციაში სისტემის შიგნით (ოუთლი და ჯონსონ ლეირდი, 1987, გვ. 32). ისინი, ასევე, მიგვანიშნებენ, თუ რამ გამოიწვია ემოცია და რისკენ არის იგი მიმართული.

ოუთლი და ჯონსონ-ლეირდი (2014) ხსენებულ თეორიებს შორის განსხვავებას ხედავს სამ ძირითად საკითხში: პირველადი შეფასების შედეგში, ბაზისური ემოციის ბუნებასა და ემოციების მიზანში. მოქმედება-მზაობის თეორიის მიხედვით, მზაობის მდგომარეობა განხილულია, როგორც საბოლოო შედეგი. რაც შეეხება ბირთვული აფექტის თეორიას, აქ მდგომარეობა შეფასებულია სიამოვნებისა და უსიამოვნების განცდის ამსახველი ორ ფაქტორიანი სისტემით, ხოლო კომუნიკაციური თეორია გამოყოფს ბაზისურ ემოციებს, რომელიც განსხვავებულად აღიქმება თეორიების მიხედვით. მაგალითად, თუ შევადარებთ მოქმედება-მზაობის თეორიასა და ბირთვული აფექტის თეორიას, უნდა აღინიშნოს, რომ პირველი თეორიისთვის ემოციების კატეგორიზება ხდება ურთიერთსაპირისპირო ემოციების, სიამოვნებისა და ტკივილის დაპირისპირებით, ხოლო ბირთვული აფექტის თეორიის მიხედვით, ორგანზომილებიანი ღერძული სისტემა ემოციებს განასხვავებს სასიამოვნო და უსიამოვნო მახასიათებლის მიხედვით. შესაბამისად, ხსენებული თეორიებისთვის არსებობს მხოლოდ ორი ბაზისური მდგომარეობა, რომელიც, ზოგადად, შეგვიძლია

შევადართ ურთიერთსაპირისპირო საწყისებს, როგორცაა დადებითი და უარყოფითი მდგომარეობები. მეორეს მხრივ, კომუნიკაციური თეორიის მიხედვით, შეფასება იწვევს ერთ ან მეტ, მცირე წყების ბაზისურ ემოციას. იმის მიუხედავად, რომ ბედნიერება ფასდება როგორც სასიამოვნო და სევდა, ბრაზი და შიში - არასასიამოვნო, ეს არ ნიშნავს, რომ მხოლოდ ეს ორი ფუნდამენტური ემოციური მდგომარეობა არსებობს. მესამე, თეორიები განსხვავებულია ემოციების მიზნების და როლის მხრივ. როგორც მოქმედება- მზაობის, ასევე კომუნიკაციური თეორიები ადგენენ, რომ ემოციების ფუნქციაა მართონ მოქმედებები. ბირთვული აფექტის თეორიის მიხედვით, შეფასება იწვევს მხოლოდ აღზნებისა და სიამოვნებისა თუ უსიამოვნების შეგრძნებას, რომელსაც მოჰყვება ემოციური გამოცდილებების პროტოტიპებზე დაფუძნებული სოციალური კონსტრუირება, (ოუთლი და ჯონსონ ლეირდი, 2014, გვ.137).

ყველა განხილული თეორიის საერთო მახასიათებელია სტიმულის არსებობის აუცილებლობა ინდივიდში ემოციური ფონის აღსაძვრელად. ძირითადი განსხვავება ხსენებულ მოდელებს შორის უკავშირდება ფიზიოლოგიური თუ კოგნიტური პროცესების მნიშვნელობის უპირატესობას ემოციის აღძვრის პროცესში. თუმცა, შეიძლება ითქვას, რომ წინამდებარე კვლევაში ეს პრობლემას არ წარმოადგენს, რადგან ნაშრომის მიერ დასახული მთავარი ამოცანა მიზნად ისახავს არა ხსენებული მსგავსება-განსხვავებების კვლევას, არამედ ყურადღებას ამახვილებს ინტერდისციპლინურ მოდელზე და განიხილავს ემოციას, როგორც ფსიქოლოგიურ, ასევე კოგნიტურ, ფიზიოლოგიურ და კულტურულ პროცესებზე დაფუძნებულ მოვლენას, სოციალური ურთიერთობის საფუძველს, რომელიც მთავარ როლს თამაშობს ნებისმიერი სოციუმის ყოველდღიურ ცხოვრებაში და, ხშირ შემთხვევაში, განსაზღვრავს ურთიერთობის შედეგსაც. უფრო კონკრეტულად, ვინტერესდებით არა კონკრეტული ემოციების კვლევით, როგორცაა მაგალითად ბრაზი, ბედნიერება, სევდა და ა.შ., არამედ გვინტერესებს როგორ ხდება ემოციის კომუნიკაცია საჯარო გამოსვლის პროცესში. განხილული თეორიული მიმოხილვა და ემოციის ფენომენისა და კვლევის შესახებ ზოგადი წარმოდგენის შექმნა აუცილებელია ხსენებული პრობლემის კვლევაშიც, თუმცა, როგორც აღინიშნა, კვლევის ძირითადი აქცენტი მიმართულია კომუნიკაციაზე და მასში აქტუალიზებული დარწმუნების აქტების ვერბალური გამოხატვის სპეციფიკაზე.

1.2 ემოციის გამოხატვა და აღქმა როგორც კულტურულად განპირობებული პროცესი

ყოველდღიურ სოციალურ სიტუაციებში კომუნიკაციის პროცესი წარიმართება ერთგვარი სქემის (ფრეიმების) საშუალებით (მინსკი, 1974), რომელიც გვკარნახობს, თუ როგორ მოვიქცეთ სხვადასხვა, სოციალურად „დაგეგმილ“ სიტუაციაში. კულტურა, თავის მხრივ, წარმოადგენს წესებისა და რიტუალების ერთობლიობას, რომელიც უზრუნველყოფს სოციუმის წარმატებულ კომუნიკაციას. თუ ფრეიმი გვაწვდის საჭირო ინფორმაციას, იგი, ლოგიკურად, კულტურით უნდა იყოს განპირობებული, რადგან ნებისმიერი საზოგადოება თუ სოციუმი ემორჩილება მათთვის დამახასიათებელ კულტურას. აქედან გამომდინარე, კულტურა, შესაძლოა, განვმარტოთ, როგორც ფრეიმთა ერთიანი ბაზა, ემპირიულად მტკიცებადი საერთო ფრეიმების ერთგვარი კომპლექტი, რომელიც გამოიხატება სხვადასხვა ტიპის დისკურსით და ჩართულია ერთი სოციუმის წარმომადგენელთა აზროვნების სისტემაში (ენტმანი, 1993, გვ.53). ემოცია ნებისმიერი კომუნიკაციის თანმდევი ნაწილია. ჩვენ გამუდმებით ვიმყოფებით გარკვეული ემოციური ფონის ქვეშ და, კონტექსტის მიხედვით, სხვადასხვა ემოციურ რეაქციას, ანუ პასუხს ვგრძნობთ შესაბამის სტიმულზე. თუ ადამიანები მუდმივად გარკვეული ემოციური ფონის ქვეშ არიან,, აქედან გამომდინარე, კომუნიკაციის დროს ისინი ახდენენ თავიანთი ემოციების *ფრეიმინგს*, რაც, თავისთავად, კულტურულად განპირობებულ პროცესებში უნდა შედიოდეს, სწორედ იმ მიზეზის გამო, რომ კულტურა განსაზღვრავს სოციუმის სრულფასოვან ფუნქციონირებას. ემოციის *ფრეიმინგი* გულისხმობს, ემოციურად დატვირთული მესიჯის კომუნიკაციას სხვადასხვა ხერხის გამოყენებით, და, შესაბამისად, ლინგვისტური მესიჯის გამიფრვის შედეგად კონტექსტისთვის შესაფერისი და სწორი ემოციური პასუხის/რეაქციის წარმოქმნას. ამ მიმართებით, შესაძლოა, განვიხილოთ როგორც ლინგვისტური ხერხები, როგორცაა სხვადასხვა მხატვრული ხერხების გამოყენება, ასევე, ექსტრალინგვისტური ფაქტორები, ინტონაცია, სახის გამომეტყველება და სხვა. მაგალითად, სხვადასხვა სოციალურ სიტუაციაში, ფრეიმები გვკარნახობენ, გავბრაზდეთ, გაგვიხარდეს რაიმე თუ სხვა ემოცია გამოვხატოთ. იგულისხმება, რომ ფრეიმების სახით, წინასწარ გვაქვს ინფორმაცია, თუ კონკრეტულ სიტუაციაში რა

ლოგიკური ემოცია უნდა გამოვხატოთ. მეორეს მხრივ, ემოციის ფრეიმინგი, ასევე, არეგულირებს მოსაუბრის პერსპექტივიდან ემოციის სწორ კომუნიკაციას. ამასთან ერთად, ეს ასპექტი გულისხმობს ქვეცნობიერ დონეზე ე.წ. ემოციის ფრეიმის გამოყენებას, რაც განსაზღვრავს სასურველი ემოციური ფონის შესაქმნელად საჭირო ლინგვისტური თუ ექსტრალინგვისტური ხერხების აქტუალიზაციას.

ემოციის ფრეიმინგის სოციო-ლინგვისტური და კულტურული პერსპექტივიდან შესწავლისას, ასევე საჭიროა, ვისაუბროთ ემოციის აღქმის ინტენსივობაზე და დავსვათ შეკითხვა, რამდენად უნივერსალურია ემოციის აღქმის ინტენსივობა კულტურებს??? შორის. ასევე, თუ კულტურას განვიხილავთ, როგორც ფრეიმების ბაზას, რომელიც განსაზღვრავს სოციუმის ფუნქციონირებას, მაშინ შეიძლება თუ არა ჩაითვალოს, რომ ემოცია რეალურად წარმოადგენს კონკრეტული ფრეიმის იმპლიკაციას? იმ შემთხვევაშიც, თუ ემოციას განვიხილავთ ფრეიმის იმპლიკაციად, მისი აღქმა, კულტურაზე დაყრდნობით, შესაძლოა, სხვადასხვა ინტენსივობით ხდებოდეს.

ჰოფსტედეს ე.წ. კულტურული განზომილებების კლასიფიკაცია (ჰოფსტედე, 1983) გამოყოფს ოთხ განზომილებას და ამ ოთხი განზომილებითვე ხსნის სხვადასხვა ერის კულტურულ მახასიათებლებს ორგანიზაციულ კონტექსტში. შესაძლოა, ეს თეორია მოვარგოთ ემოციის შესწავლასაც (მაცუმოტო, 1989). ეს ოთხი განზომილებაა ინდივიდუალიზმი, მასკულინიზმი, ძალაუფლებისგან დისტანცირების ხარისხი და გაურკვევლობის თავიდან არიდება. ამ ოთხი განზომილების მიხედვით, შესაძლოა დავახასიათოთ ემოციის ფრეიმინგიც. განვიხილოთ თითოეული განზომილება და მათი როლი ემოციის ფრეიმინგის კვლევისას:

ა) ინდივიდუალიზმი

ეს განზომილება განარჩევს კულტურებს მაღალი ინდივიდუალისტური მახასიათებლებით და, შესაბამისად, გვთავაზობს მის საპირისპირო, კოლექტივისტურ მოდელს. ძირითადი განსხვავება ამ ორ მოდელს შორის მდგომარეობს საზოგადოების წევრებს შორის არსებული ურთიერთობის სახეზე. იმ შემთხვევაში, თუ წევრებს შორის კავშირი არის მჭიდრო, საქმე გვაქვს კოლექტივისტურ კულტურასთან, ხოლო, თუ კავშირი არის სუსტი-ინდივიდუალისტურ კულტურასთან. ამ განზომილების მთავარი პრინციპია, რომ ორივე მოდელი, თავის მხრივ, წარმოადგენს მთლიანობას, თუმცა სხვადასხვა

სახისას (მჭიდრო-სუსტი კავშირი). კოლექტივისტურ საზოგადოებაში, ჯგუფის წევრი პასუხისმგებელია დაიცვას თავისი ჯგუფის ინტერესები და ჰქონდეს მათთან საერთო მისწრაფებები თუ რწმენა-წარმოდგენები. მეორეს მხრივ, ინდივიდუალისტური საზოგადოება ხასიათდება პატარა ბირთვული ოჯახებით (დედ-მამა და შვილები) და გულისხმობს, რომ საზოგადოების წევრები ძირითად მიზნად ისახავენ თავიანთ პირად ან უშუალო ოჯახის ინტერესებს. შესაბამისად, ინდივიდს აქვს მოქმედების მეტი თავისუფლება. (ჰოფსტედე, 1983, გვ.79)

მაცუმოტოს მიხედვით, ინდივიდუალიზმმა, შეიძლება გავლენა მოახდინოს ემოციის შეფასებაზეც. ინდივიდუალისტურ საზოგადოებებში, შესაძლოა, აღინიშნებოდეს ემოციის შეფასების მეტი ვარიაცია. რადგანაც ეს განზომილება გულისხმობს ინდივიდუალისტურ მიდგომას, შესაბამისად, აქ მიღებულია განსხვავებული აზრი. მეორე მხრივ, კოლექტივისტური კულტურები, შესაძლოა, მეტად შეზღუდულები იყვნენ ემოციის შეფასებაში, რადგან აქ ჯგუფის ინტერესები ინდივიდის ინტერესზე მნიშვნელოვანია (მაცუმოტო, 1989, გვ.95). შესაბამისად, ამ განზომილების პრინციპი ემოციის ფრეიმინგს რომ მოვარგოთ, შეიძლება გამოითქვას ვარაუდი, რომ ინდივიდუალისტური საზოგადოებები უფრო ღიად გამოხატავდნენ ემოციებს და ასევე ახდენდნენ ემოციის ფრეიმინგს, ხოლო კოლექტივისტური საზოგადოებები, იმ მიზეზიდან გამომდინარე, რომ შიდა ჯგუფობრივი მჭიდრო კავშირი არ შესუსტდეს, შესაძლოა, ხასიათდებოდნენ მეტი თავშეკავებულობით. დარწმუნების კონტექსტში საინტერესოა შემდეგი სავარაუდო განსხვავება: საჯარო გამომსვლელები, რომელთა მიზანსაც წარმოადგენს კოლექტივისტური კულტურის რწმენა-წარმოდგენების გადაფასება, თხრობის პროცესში, შესაძლოა, იყენებდნენ ეპიზოდურ ფრეიმინგს, რომელშიც კოლექტივისტური საზოგადოებისთვის საზიარო ღირებულებებს ეჭვქვეშ აყენებს, ხოლო როდესაც საჯარო გამომსვლელის მიზანია ინდივიდუალისტური კულტურის მახასიათებლების გამოყოფა, გამომსვლელი ყურადღებას ამახვილებს ინდივიდუალისტური კულტურისთვის საზიარო მახასიათებლებზე. განვიხილოთ შემდეგი მაგალითი (მაგალითი N1):

მაგალითი N1.

The battle between your present and future self⁴

„Do you remember the story of Odysseus and the Sirens from high school or junior high school? There was this hero, Odysseus, who's heading back home after the Trojan War. And he's standing on the deck of his ship, he's talking to his first mate, and he's saying, "Tomorrow, we will sail past those rocks, and on those rocks sit some beautiful women called Sirens. And these women sing an enchanting song, a song so alluring that all sailors who hear it crash into the rocks and die." Now you would expect, given that, that they would choose an alternate route around the Sirens, but instead Odysseus says, "I want to hear that song. And so what I'm going to do is I'm going to pour wax in the ears of you and all the men – stay with me – so that you can't hear the song, and then I'm going to have you tie me to the mast so that I can listen and we can all sail by unaffected." So this is a captain putting the life of every single person on the ship at risk so that he can hear a song.“

“გახსოვთ ოდისევსის და სირენების ისტორია საშუალო ან დაწყებითი სკოლის კლასებიდან? იყო ერთი დევგმირი, სახელად ოდისევსი, იგი ტროას ომის შემდეგ სახლში ბრუნდებოდა. იდგა გემბანზე, ესაუბრებოდა თავის პირველ თანაშემწეს და ეუბნებოდა: „ხვალ მივუახლოვდებით კლდეებს, რომლებზეც რამდენიმე ლამაზი ქალი ზის, სახელად სირენები ჰქვიათ. ეს ქალები მომაჯადოვებელ სიმღერას მღერიან. ეს სიმღერა იმდენად მიმზიდველია, რომ ყველა მეზღვაური, ვინც მას გაიგებს, კლდეს შეეეჯახება და მოკვდება“ ალბათ თქვენ ფიქრობთ, რომ მეზღვაურები აირჩევდნენ ალტერნატიულ გზას და გვერდს აუვლიდნენ სირენებს, მაგრამ, ამის ნაცვლად, ოდისევსი ამბობს: „მე მინდა ამ სიმღერის მოსმენა. ამიტომ, რათა სიმღერა ვერ გაიგონოთ, შენ და ყველა სხვა კაცს ცვილს ჩაგასახამთ ყურში. მე კი ანძზე მიმაბით, რომ მათი მოსმენა

⁴https://www.ted.com/talks/daniel_goldstein_the_battle_between_your_present_and_future_self/transcript

შევძლო, ამრიგად, ყველა უვნებლად გავცურავთ“. ასე რომ, ეს არის კაპიტანი, რომელიც საფრთხეში აყენებს გემზე მყოფი თითოეული ადამიანის სიცოცხლეს, რათა სიმღერა მოისმინოს.”

ამ მაგალითის მიხედვით, საჯარო გამომსვლელი იხსენებს მითს ოდისევსისა და სირენების შესახებ და ყვება, თუ როგორ გადაწყვიტა ოდისევსმა სირენების სიმღერის მოსმენა ისე, რომ ეკიპაჟის სხვა წევრები მათი გავლენის ქვეშ არ მოქცეულიყვნენ. ამ ნაწყვეტის ბოლოს კი საჯარო გამომსვლელი ასკვნის, რომ ოდისევსი არის მაგალითი კაპიტნისა, ვინც თითოეული ეკიპაჟის წევრის სიცოცხლეს საფრთხეში აგდებს საკუთარი სურვილის დასაკმაყოფილებლად. ამრიგად, აღნიშნული მაგალითი მიუთითებს საჯარო გამომსვლელის მიერ ინდივიდუალისტური კულტურის ღირებულების გადაფასებაზე, კერძოდ, როგორც ზემოთ აღინიშნა, ინდივიდუალისტური კულტურის წარმომადგენელი სოციუმებისთვის პიროვნული მისწრაფებები ჯგუფზე მაღლა დგას. ეპიზოდური ფრეიმინგის საშუალებით, რომელიც მაგალითში (მაგალითი N1) ვიხილეთ, ინდივიდუალისტური საზოგადოების თვისება, რომ ინდივიდის პირადი მისწრაფება (ამ კონკრეტული მაგალითის შემთხვევაში, ადამიანის პიროვნულ მისწრაფებად შეიძლება განვიხილოთ ოდისევსის დაუფიქრებელი, ეგოისტური ქცევა) ჯგუფის გეგმებზე მნიშვნელოვანია, უარყოფითად არის შეფასებული. შესაბამისად, ემოციის ფრეიმინგის პროცესიც დამსწრე საზოგადოებაში აღნიშნულ ღირებულებას უარყოფითად წარმოაჩენს. ამრიგად, კულტურული განზომილებების გათვალისწინება საშუალებას გვაძლევს, ამოვხსნათ კონკრეტული ემოციური შეფასების მიზეზი საზოგადოებაში.

ბ) მასკულინიზმი

მოცემული განზომილება ხსნის საზოგადოების მიერ სოციალური როლების გენდერულ დაყოფას. შესაძლოა განვასხვავოთ საზოგადოება, რომელიც გენდერის მიხედვით, მკაცრად არ განსაზღვრავს როლებს და ასევე საზოგადოება, სადაც, მაგალითად, სოციუმის მიერ განსაზღვრულია, რომ კაცებს უნდა ჰქონდეთ

დომინანტური როლი, ხოლო ქალები უნდა ითავსებდნენ მზრუნველის როლს. მასკულინურ საზოგადოებაში მაქსიმალურად ხდება ამგვარი სოციალური დაყოფა, ხოლო ე.წ. „ფემინურ“ საზოგადოებებში ამგვარი როლები მკაცრად განსაზღვრული არ არის. მასკულინურ საზოგადოებებში მატერიალური წარმატებისკენ სწრაფვა არის დომინანტური თვისება. ამის საწინააღმდეგოდ, ფემინურ საზოგადოებებში ადამიანებს შორის პირადი ურთიერთობები მატერიალურ წარმატებაზე მნიშვნელოვანია (ჰოფსტედე, 1983, გვ.:83-85). მაცუმოტო, ამ განზომილებაზე საუბრისას, გამოთქვამს ვარაუდს, რომ მეტად სავარაუდოა იგი გამოვიყენოთ ბრაზის (ან უარყოფითი ემოციების) შესწავლისას, რადგან, ძირითადად, ამგვარი ემოციების გენდერულად დაყოფა ხდება (მაცუმოტო, 1989, გვ.95). ამ განზომილების მახასიათებლების ემოციის ფრეიმინგზე მორგებისას, შესაძლოა, ვიმსჯელოთ ემოციის გენდერული ნიშნით სტერეოტიპირებაზე. მაგალითად, შესაძლოა ვისაუბროთ „მდედრობით“ და „მამრობით“ ემოციებზე. ბევრ კულტურაში ვხვდებით შეხედულებას, რომ ბიჭები არ ტირიან და არიან ძლიერები, ხოლო გოგონები-პირიქით (თოთიბაძე, 2020), ან შეხედულებებს, როდესაც მამრობითი სქესისთვის „ნორმალურია“ უარყოფითი ემოციები, როგორცაა მაგალითად ბრაზი. ასევე, მამრობითი სქესისთვის მახასიათებელია ამგვარი ემოციის ღიად დაუფარავად გამოხატვა, ხოლო მდედრობითი სქესი უნდა იყოს თავშეკავებული და ამგვარი, ე.წ. უარყოფითი ემოციების გამოხატვა მდედრობითი სქესისთვის არის უარყოფითი მახასიათებელი.

მაგალითი N2⁵

But here's the reality: those family რეალობა შემდეგია: ოჯახური შეკრებები, gatherings, attending weddings and events ქორწილები და სხვადასხვა honoring Amy, as loving as they are, have all ღონისძიებები, რომლებიც ემის been very difficult to endure. People say I'm გასახსენებლად ტარდება, მიუხედავად amazing. "How do you handle yourself that იმისა, რომ სიყვარულით არის way during those times?" They say, "You do ორგანიზებული, საკმაოდ რთული

⁵ https://www.ted.com/talks/jason_b_rosenthal_the_journey_through_loss_and_grief/transcript

it with such grace.” Well, guess what? I really am sad a lot of the time. I often feel like I’m kind of a mess, and I know these feelings apply to other surviving spouses, children, parents and other family members.

ასატანია ჩემთვის. ხალხი მაქვს. მეკითხებიან: „როგორ გაუმკლავდი ამ ყველაფერს შენთვის ასოდენ რთულ დროს?“ მეუბნებიან: „როგორ ღირსეულად ახერხებ ამ ყველაფრის გადატანას!“ აბა, გამოიცანით რა ხდება? ძირითადად, სულ ვდარდობ. ხშირად თავს დაკარგულად ვგრძნობ და ვიცი, რომ ამ გრძნობებს იზიარებს თითოეული გადარჩენილი მეუღლე, შვილი, მშობელი თუ სხვა ოჯახის წევრი.

მაგალითი N2 ნათლად აჩვენებს გენდერული ნიშნით სტერეოტიპირების ნიმუშს, როდესაც მამაკაცისგან მოელიან სიმდიერეს, თავშეკავებულობას, თავის კონტროლირებას. საჯარო გამომსვლელი კი ამ ყველაფრის უარყოფით ახდენს აღნიშნული სტერეოტიპის რღვევას და რწმენა-წარმოდგენების გადაფასებას, კერძოდ, ექვევემ აყენებს მოსაზრებებს, რომ მამაკაცი არის ძლიერი სქესის წარმომადგენელი, რომელიც არ გამოხატავს სისუსტეს, რაც, შესაძლოა, ისეთი ემოციების გამოხატვას უკავშირდებოდეს, რომელიც სტერეოტიპულად მდებარეობითი სქესისთვის არის დამახასიათებელი. შედეგად, მოსაუბრე ახდენს ემოციის ფრეიმინგს და მსმენელში აღძრავს თანაგრძნობას, რადგან მის მიერ შექმნილი პერსონაჟის სახე დადებითად ფასდება დამსწრე საზოგადოების მიერ.

გ) ძალაუფლებისგან დისტანცირება

ძალაუფლებისგან დისტანცირების განზომილება ხსნის, თუ როგორ უმკლავდებიან საზოგადოების წევრები უთანასწორობის ფაქტს. რა თქმა უნდა, არ არსებობს სრულიად თანასწორი საზოგადოება, თუმცა, შესაძლოა, გამოვყოთ საზოგადოებები, სადაც არათანასწორობა გადაიზარდა ძალაუფლებისა და სიმდიდრის არათანაბარ გადანაწილებაში და ასევე ისეთი საზოგადოებები, რომლებიც მეტ-ნაკლებად, შესაძლებლობების ფარგლებში, ცდილობენ უთანასწორობის შემცირებას (ჰოფსტედე, 1983, გვ.81).

ემოციის ფრეიმინგის კვლევისას, ამ განზომილების მახასიათებლებმა, შესაძლოა, გვიკარნახოს საზოგადოების მიერ არჩეული დომინანტური ემოციები. მაგალითად, როგორ ხდება უარყოფითი ემოციების ფრეიმინგი; ქვეყნებში ძალაუფლებისგან დისტანცირების მაღალი მაჩვენებლით, მაცუმოტო გამოთქვამს ვარაუდს, რომ აღინიშნება უარყოფითი ემოციების მსუბუქად გამოხატვა, რადგან ამგვარი ემოციები შესაძლოა სოციალური წყობის დამანგრეველი გახდეს. ამასთან, კულტურაში, რომელიც ხასიათდება ძალაუფლებისგან დისტანცირების დაბალი მაჩვენებლით, მეტად სავარაუდოა, აღინიშნებოდეს ტოლერანტული დამოკიდებულება უარყოფითი ემოციების გამოხატვასთან მიმართებით, რადგან ამგვარი ქმედება აღიქმება არა როგორც სოციალური წესრიგის საფრთხე არამედ როგორც ინდივიდებს შორის განსხვავებებს ამსახველი. (მაცუმოტო, 1989, გვ.94) აქედან გამომდინარე, ემოციის ფრეიმინგის შემთხვევაშიც კი შეგვიძლია მსგავსი ვარაუდის გამოთქმა, რომ ძალაუფლებისგან დისტანცირების მაღალი მაჩვენებელი გულისხმობს ემოციის შეფარვით ფრეიმინგს, რაშიც იგულისხმება კონფლიქტისა და ნეგატიური განწყობის გამოწვევისგან თავის არიდება, ხოლო მეორეს მხრივ, საპირისპირო, მაღალი ძალაუფლებისგან დისტანცირების მაჩვენებელ საზოგადოებაში, შესაძლოა ვივარაუდოთ, რომ ემოციის ფრეიმინგი არის გაცილებით პირდაპირი და მაღალი ინტენსივობისა, სწორედ ზემოთ ხსენებული თვისებებიდან გამომდინარე.

მაგალითი N3⁶

<p>I can see some people nodding; you're probably thinking being a referee is the perfect environment to learn how not to take things personally, isn't it?</p> <p>Because the spectators hardly ever shout encouraging or positive things. No.</p> <p>Oh, what do they shout? Come on. Yeah,</p>	<p>ვხედავ, რომ ზოგიერთი თავს მიქნევთ; ალბათ ფიქრობთ, რომ მსაჯობა იდეალური გარემოა იმისთვის, რომ ადამიანმა ისწავლოს, როგორ არ მიიღოს რაღაცეები საკუთარ თავზე, არა?</p> <p>რადგან მაყურებლის შემახილი თითქმის არასდროსაა გამამხნეველები ან</p>
---	--

⁶ https://www.youtube.com/watch?v=LnJwH_PZXnM

yeah, good. As a referee, I'm the scapegoat. Apparently I'm always wrong. It's always my fault. And I wanted to learn how not to take all this personally.

Because I really struggle with this. For example, when I drive slowly, because I'm trying to find a specific location and somebody is just driving behind me, I feel hunted, especially when they start honking and flashing their headlights. I take it personally. I know I shouldn't. But it just happens.

პოზიტიური. და რას ყვირიან? როგორც მსაჯი, მე ვარ განტევების ვაცი. როგორც ჩანს, მე ყოველთვის ვცდები. ყოველთვის ჩემი ბრალია. მინდოდა ვიცოდე, რა შეიძლება გავაკეთო იმისთვის, რომ არ მივიღო ეს ყველაფერი პირად შეურაცხყოფად, რადგან მე ნამდვილად მაწუხებს ეს. მაგალითად, თავს საშინლად ვგრძნობ როდესაც მანქანით ნელა ვმოდრაობ კონკრეტული ადგილის ძებნისას და ვიღაც უკან მომყვება, განსაკუთრებით მაშინ, როცა მისიგნალებენ და ფარებს მინთებენ. მე ამ ყველაფერს პირად შეურაცხყოფად ვიღებ. ვიცი, რომ არ არის სწორი, მაგრამ ასე ხდება.

აღნიშნულ მაგალითში (მაგალითი N 3) ჩანს უარყოფითი ემოციების გამოხატვის პრობლემა და ამ ემოციების აღქმის სირთულე საჯარო გამომსვლელისთვის. შესაბამისად, ზემოთ გამოთქმული ვარაუდი, რომ, ქვეყნებში, სადაც ძალაუფლებისგან დისტანცირების მაჩვენებელი დაბალია, შესაძლოა, არსებობდეს უფრო მეტი ტოლერანტობა უარყოფითი ემოციების გამოხატვისას, დასტურდება, რადგან მოსაუბრე მსჯელობს საკუთარ პრობლემაზე. იგი ცდილობს, რომ უფრო მეტად შემწყნარებელი გახდეს ამგვარი უარყოფითი ემოციების მიმართ და არ მიიღოს ისინი პირად შეურაცხყოფად. ამრიგად, აღნიშნული კულტურული მახასიათებლის ცოდნა საშუალებას გვაძლევს ღრმად ჩავწვდეთ საჯარო გამოსვლის შინაარსს და მასში ცნობიერად თუ ქვეცნობიერად გამოხატულ კულტურულ ინფორმაციას.

დ) გაურკვევლობის თავიდან არიდება

გაურკვევლობის თავიდან არიდების კომპონენტი შეისწავლის, თუ როგორ უმკლავდება საზოგადოება ხვალინდელი დღის ეჭვს. საზოგადოებაში, სადაც გაურკვევლობის თავიდან არიდების მაჩვენებელი დაბალია, ინდივიდებისთვის მარტივია გარისკვის შანსი; ისინი ცხოვრობენ დღევანდელი დღით და ნაკლებად ფიქრობენ, თუ რა იქნება ხვალ, არიან მეტად ტოლერანტულები და მარტივად იღებენ განსხვავებულ აზრს. საზოგადოება, სადაც გაურკვევლობის თავიდან არიდების ინდექსი მაღალია, ხასიათდება მეტი შფოთვით, ემოციურობით და აგრესიულობით. მსგავსი საზოგადოებები ცდილობენ რისკის თავიდან არიდებას ტექნოლოგიების, კანონის თუ სხვადასხვა ინსტიტუციების დახმარებით. ამგვარ საზოგადოებებში, ასევე, ვხვდებით დომინანტურ რელიგიას, რომელიც აბსოლუტურ ჭეშმარიტებას ქადაგებს და არ არის ტოლერანტული სხვა რელიგიებს მიმართ. ეს საზოგადოებები მეცნიერულად ისწრაფვიან აბსოლუტური ჭეშმარიტების შეცნობისკენ (ჰოფსტედე, 1983, გვ.:81-83). მაცუმოტოს მიხედვით, იქიდან გამომდინარე, რომ ეს განზომილება უკავშირდება შფოთვას, ემოციის აღქმის შესწავლისას, შიშის შეფასებისას, მან, შესაძლოა, მეტი ინფორმაცია მოგვცეს (მაცუმოტო, 1989, გვ.95).

გაურკვევლობის თავიდან არიდების მაჩვენებელმა, შესაძლოა, მეტი ინფორმაცია მოგვაწოდოს კონკრეტული სოციუმის მიერ ფრეიმინგის ინტენსივობაზე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, საზოგადოებებში, სადაც დაბალია გაურკვევლობის თავიდან არიდების მაჩვენებელი, შესაძლოა, აღინიშნებოდეს ემოციის ფრეიმინგისა და აღქმის მეტი ინტენსივობა, ასევე, სწორედ ისეთი ხსენებული მახასიათებლების გამო, როგორცაა მარტივი რისკი, დღევანდელი დღით ცხოვრება, განსხვავებული აზრის მიმართ ტოლერანტულობა. მეორეს მხრივ, საზოგადოებებში, სადაც აღინიშნება გაურკვევლობის თავიდან არიდების მაღალი მაჩვენებელი, შესაძლოა, ვხვდებოდეთ მეტ რაციონალურ მიდგომას და შესაბამისად, ემოციის ფრეიმინგისა და აღქმის ნაკლებ ინტენსივობას.

ემოცია ხშირად განიხილება კონკრეტულ კულტურულ კონტექსტში იდენტობის ჩამოსაყალიბებელ ელემენტადაც. (ჰალპერინი და პლისკინი, 2015, გვ:120-121). ამ მოსაზრებიდან გამომდინარე, კულტურა თამაშობს მთავარ როლს იდენტობის ჩამოყალიბებაშიც. ტაიფელისა და ტერნერის (1986) სოციალური

იდენტობის ჩამოყალიბების თეორიის მიხედვით, მთავარი მახასიათებელი, რისკენაც ინდივიდები მიისწრაფიან, არის პოზიტიური იდენტობის შექმნა, რომელსაც ძირითადად ახდენენ შიდა და გარე ჯგუფობრივ შედარებებზე დაყრდნობით. აქედან გამომდინარე, ამ შედარებების შესაქმნელად საჭიროა ღირებულებები, რომელიც კულტურიდან გამომდინარე იქმნება, ამ ფენომენს შესაძლოა ე.წ. კულტურული ფრეიმინგიც ვუწოდოთ, რაც გულისხმობს საზოგადოებაში მიღებული ღირებულებების ფრეიმინგის შედეგად მორალური და ამორალური ქცევის კონცეპტების შექმნას. შესაბამისად, მორალური ქცევა გულისხმობს დადებით, პოზიტიურ ემოციების ფრეიმინგს, ხოლო ამორალური ქცევა, პირიქით, უარყოფითი ემოციების ფრეიმინგს.

უნდა აღვნიშნოთ, რომ ემოციის შესწავლისას უნივერსალური სისტემური ჩარჩო, რასაც ფრეიმინგს ვუწოდებთ, არაეფექტური იქნება, თუ არ გავითვალისწინებთ სოციუმის კულტურულ მახასიათებლებს, რადგან თუმცა ფრეიმინგი დამოუკიდებელია ენისგან, იგი დამოკიდებულია კულტურაზე და როგორც აღინიშნა, შესაძლოა, კულტურაც განვმარტოთ როგორც სოციუმისთვის საზიარო ფრეიმების ერთობლიობა. აქედან გამომდინარე, ემოციის ფრეიმინგის დროს აუცილებელია საკითხს კულტურის ჭრილიდანაც მივუდგეთ, ჰოფსტედეს კულტურული განზომილებები (1983), ასევე მაცუმოტოს კვლევა (1989), შესაძლოა, გამოვიყენოთ თეორიულ სარჩულად ემოციის ფრეიმინგის კვლევისას. მსგავსმა კვლევა ახსნის, სხვადასხვა სოციუმის ან კულტურის მაგალითზე, თუ რა განსხვავებები არსებობს ემოციის ფრეიმინგში.

ემოციის ფრეიმინგის კვლევისას საჯარო გამოსვლებში შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, ამ ოთხი განზომილების მაგალითზე, რა განსხვავებები აღინიშნება სხვადასხვა სოციუმის წარმომადგენელთა გამოსვლებს შორის, რაც ნათელს მოჰფენს შეკითხვებს როგორცაა, დამოკიდებულია თუ არა ემოციის ფრეიმინგი გენდერზე, აღვიქვამთ თუ არა ემოციებს ერთნაირი ინტენსივობით, რამდენად უნივერსალურია ემოციის ფრეიმინგი სხვადასხვა საზოგადოებებს შორის და ემოციის აღქმის რა კულტურული სახესხვაობები არსებობს. დარწმუნების კვლევისას, კულტურული განზომილებების კატეგორიზაცია საშუალებას გვაძლევს, ვიმსჯელოთ რწმენა-წარმოდგენებზე და შესაბამისად, შეგვიძლია ვივარაუდოთ საჯარო გამომსვლელის მიერ დარწმუნების პროცესში ექვექვემ დაყენებული რწმენა-წარმოდგენები და საზოგადოებაში მათი

გადაფასება. ამრიგად, ემოციის ფრეიმინგისას კულტურა მნიშვნელოვან ელემენტს წარმოადგენს. ამასთანავე, აქვე, საჭიროა, სტერეოტიპებზე და გენდერზეც ვისაუბროთ, რადგან, როგორც კულტურული განზომილებები და მათი შესაბამისი სახასიათო ელემენტები, აგრეთვე გენდერის კუთხით არსებული სტერეოტიპებიც შესაძლოა გამოიყენებოდეს საჯარო გამომსვლელის მიერ რწმენა-წარმოდგენების გადაფასების პროცესში (იხილეთ ვრცლად მომდევნო თავში). გენდერის საკითხი, აგრეთვე, შესაძლოა განვმარტოთ ზემოთ ხსენებული მასკულინური და ფემინური კულტურების მახასიათებლებისა და ღირებულებების საფუძველზეც.

1.3 ემოციის სტერეოტიპირება გენდერის მიხედვით

შნალის (2005) თანახმად, კომუნიკაციის მიზანია მსმენელში გარკვეული კოგნიტური შედეგის მიღწევა შესაბამისი ინფორმაციის გადასაცემად. შესაბამისად, წარმატებული კომუნიკაციის პროცესში, მსმენელი და მოსაუბრე ერთმანეთში „ქმნიან“ საზიარო რეალობას და გადაცემული ინფორმაცია ხშირად შეფარული, ნაგულისხმებია და არა პირდაპირ, სიტყვასიტყვით ნათქვამი (შნალი, 2005, გვ.28). რა თქმა უნდა, ნებისმიერი წარმატებული კომუნიკაციისთვის აუცილებელი პირობაა დაფარული, ნაგულისხმები მნიშვნელობის სწორი გაშიფრვა, დეკოდირება. რიგ შემთხვევაში, გაუგებრობები და მათი ინტერპრეტაცია სწორედ ნაგულისხმები მნიშვნელობის არასწორი გაშიფვრის შედეგია. ნაგულისხმები ინფორმაცია, თავისთავად, ემოციური მნიშვნელობის მატარებელიცაა, რადგან ემოციური მდგომარეობა ნებისმიერი სახის კომუნიკაციის თანმდევი ნაწილია. შესაბამისად, კომუნიკაციის სახესხვაობების კვლევისას მნიშვნელოვანია ემოციის კვლევაც, რომლის ერთ-ერთ საკვლევ საკითხადაც შეგვიძლია დავასახელოთ განსხვავებები ემოციის აღქმასა და გამოხატვას შორის გენდერის მიხედვით. უნდა აღინიშნოს, რომ თუ საკითხს ფსიქოლოგიური კუთხით მივუდგებით და გავიხსენებთ თეორიებს, რომლებიც ზემოთ (გვ.: 6 - 10) განვიხილეთ, როგორცაა, მაგალითად, ემოციის შეფასების თეორია, ბირთვული აფექტის, მოქმედება-მზაობისა თუ კომუნიკაციის თეორია, ვნახავთ, რომ ისინი არ განიხილავენ განსხვავებებს გენდერს შორის და

მეტად კონცენტრირდებიან ფიზიოლოგიური და კოგნიტური პროცესების ურთიერთქმედებაზე. თუმცა, მეორეს მხრივ, როდესაც საკითხის სოციო-კულტურული ჭრილიდან ვაანალიზებთ, უნდა ვივარაუდოთ, რომ როგორც სოციალური ურთიერთქმედების ნებისმიერ საფეხურზე, ემოციის გამოხატვის ასპექტშიც, არსებობს კონკრეტული ნორმები, რომლებიც არეგულირებენ ორივე გენდერის ურთიერთობას.

ჰოლმსმა და შნურმა (2006) შეისწავლეს გენდერული განსხვავებები სამსახურეობრივ კონტექსტში და აღნიშნეს, რომ ურთიერთობასა და კომუნიკაციაში გენდერი, გარკვეულ დონეზე, მნიშვნელოვანია და გავლენას ახდენს როგორც ჩვენი ქცევის ფორმულირებაზე, ასევე იმაზე, თუ როგორ აღვიქვამთ სხვათა ქცევას. (ჰოლმსი და შნური, 2006, გვ.33). შესაბამისად, ყოველთვის ვითვალისწინებთ გენდერულ როლებს და, სქესის მიხედვით, ადამიანებს მივაწერთ სხვადასხვა სტერეოტიპებს და მათგანაც მოველით შესაბამის ქცევას. მსგავსი დამოკიდებულება აღინიშნება ემოციის დისკურსშიც. რა თქმა უნდა, მსგავსი ინტერპრეტაცია დამოკიდებულია კულტურის სპეციფიკაზე და მდებარეობითი და მამრობითი სქესის შესაბამის კულტურულ მახასიათებლებზე, რომლებიც, შესაძლოა, განსხვავდებოდეს ქვეყნებისა და საზოგადოებების მიხედვით. ჰოფსტედეს მიხედვით, როგორც ზემოთაც აღინიშნა, კულტურები, სადაც ფიქსირდება დაბალი მასკულინიზმის მაჩვენებელი, კაცებს არ მიაწერს „მტკიცე“ ხასიათს, და ამგვარ კულტურებში მამრობითი სქესის წარმომადგენლები მზრუნველის როლსაც ირგებენ. მეორე მხრივ, საზოგადოებებში, სადაც მასკულინიზმის მაჩვენებელი მაღალია, მამაკაცები ხასიათდებიან ხასიათის სიმტკიცით, ხოლო ქალების მთავარი როლი არის მზრუნველობის გამოჩენა (ჰოფსტედე 1983, გვ.63). ეს ნიშნავს, რომ კულტურა ასახავს და განსაზღვრავს გენდერულ როლებს, რომლებიც სოციალური ცხოვრების ნორმად ითვლება.

ბროდი და ჰოლის (2008) თანახმად, ”გენდერული განსხვავებები, ემოციური ფუნქციონირების დროს, სოციოკულტურული, კოგნიტური, ბიოლოგიური და ქცევითი ცვლადებით გადაიცემა და რეგულირდება” (ბროდი და ჰოლი, 2008, გვ. 395). სოციალური ნორმები დიდ გავლენას ახდენენ ნებისმიერი ტიპის ინტერაქციაზე. შესაბამისად, თუ გენდერული ნიშნის განსხვავებები აღინიშნება კომუნიკაციაში, იგი სოციალური ნორმებისგან მომდინარეობს. ამრიგად, ემოციის

გამოხატვა სქესის მიხედვით განსხვავებული ნიშან-თვისებების მქონე მოვლენად შეიძლება ჩაითვალოს. ხსენებული განსხვავებები, შესაძლოა, აღინიშნებოდეს როგორც ემოციის აღქმის, ასევე გამოხატვის პროცესშიც. მნიშვნელოვანია, განვასხვავოთ ერთმანეთისგან ემოციის კომუნიკაცია და ფრეიმინგი. ემოციის ფრეიმინგი არ გულისხმობს ემოციის კომუნიკაციას, არამედ, შესაძლოა, განვიხილოთ, როგორც ემოციის კომუნიკაციის ერთ-ერთი საფეხური.

გენდერული ტიპის სტერეოტიპები დიდ როლს თამაშობენ ემოციის დისკურსში მდედრობით და მამრობით სქესს შორის არსებული მსგავსება-განსხვავებების კვლევაში, რადგან სწორედ სტერეოტიპები წარმოადგენენ იმ სოციალური ნორმების პრაქტიკულ და კონცეპტუალურ შედეგებს, რომლებიც მონაწილეობენ მდედრობით და მამრობით სქესს შორის განსხვავებული ემოციური მუხტის მინიჭებაში, რადგან სტერეოტიპები, შესაძლოა, იყვნენ ემოციურად დატვირთული და ასევე, შესაძლოა ისინი განზრახ გამოვიყენოთ ემოციის ფრეიმინგის დროს. მაგალითად, ბროდი და ჰოლის (2008) მიხედვით, ბედნიერება, სირცხვილი, გაოცება, სევდა, შიში, უხერხულობა, და დანაშაულის განცდა მეტი სიხშირით გვხვდება ქალებში, მაშინ როცა ბრაზი, კმაყოფილება და სიამაყე მეტადაა დაკავშირებული მამრობით სქესთან (ბროდი და ჰოლი 2008; გვ:396). შესაბამისად, შესაძლოა ვივარაუდოთ, რომ სტერეოტიპულად მდედრობითი ემოციები შესაძლოა მამრობითი სქესის წარმომადგენელმა გამოიყენოს როგორც სპეციალური ხერხი მსმენელში ემოციური გავლენის მოსახდენად და პირიქით.

კულტურული კონტექსტი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია გენდერული განსხვავებების კვლევისას. არსებობს შემთხვევები, როდესაც კულტურული კონტექსტი გადაფარავს სტერეოტიპებს, მაგალითად, ჩაპლინს (2015) მოჰყავს მუშათა კლასის ან დაბალი შემოსავლის მქონე ამერიკული საზოგადოება, რომელშიც გოგონები ცდილობენ, მოირგონ „მკაცრი“ სახე, რათა პოტენციურად საშიშ მომენტში შეძლონ თავის დაცვა, შესაბამისად, ამ გოგონებს არ უწევთ, მიჰყვნენ და დაიცვან სოციალური ნორმა, რომლის მიხედვითაც, ბრაზის გამოხატვა მდედრობითი სქესის წარმომადგენელთათვის უნდა იყოს შეზღუდული. ჩაპლინი (2015) სხვა მაგალითზე დაყრდნობით, ყურადღებას ამახვილებს სხვადასხვა ეთნიკურ ჯგუფებზეც, რომელთაც ემოციის გამოხატვის განსხვავებული წესები შეიძლება ჰქონდეთ მდედრობითი და მამრობითი სქესისთვის. ამ მოსაზრების გასამყარებლად ავტორს

მოჰყავს მაცუმოტოს (1993) კვლევის შედეგები, რომლის მიხედვითაც ამერიკის შეერთებული შტატების მაგალითზე, თეთრკანიანმა ზრდასრულებმა შიშის გამოხატვა უფრო მისაღებად შეაფასეს, ვიდრე ჰისპანური კულტურის წარმომადგენლებმა. აგრეთვე, მეტად მისაღები იყო კავკასიელებისთვის სევდის გამოხატვა აფროამერიკელებისგან განსხვავებით. ეს, შესაძლოა, მიუთითებდეს თეთრკანიანი მშობლების აღზრდის მანერებზეც, რომ ისინი მეტად ახალისებენ გოგონებში სევდის გამოხატვას, როდესაც აფრო-ამერიკელი მშობლები, შესაძლოა, მეტი ალბათობით ზღუდავდნენ ცუდი განწყობის გამოხატვას, სავარაუდოდ როგორც გოგონების, ასევე ბიჭების შემთხვევაშიც (ჩაპლინი, 2015, გვ.:18-19). შესაბამისად აიხსნება სტერეოტიპული შეხედულებებიც, რაც გამოხატულია პატარა ბავშვების აზროვნებაშიც. მაგალითად როდესაც მშობელი ვაჟს ეუბნება: „ნუ ტირი, გოგო ხომ არ ხარ“. ამრიგად, კულტურაში გავრცელებული წესები, რაც ბავშვობიდან ილექება ადამიანთა აზროვნებაში, მეტწილად განსაზღვრავს ზრდასრულობაში ადამიანის აზროვნების პროცესსაც.

მსგავსი მსჯელობა საშუალებას გვაძლევს გავანალიზოთ გამომსვლელის იდენტობის მნიშვნელობა საჯარო გამოსვლაში და ამოვხსნათ ამ იდენტობის მახასიათებლები, რადგან სოციალური იდენტობა პირდაპირ უკავშირდება ემოციის ფრეიმინგის პროცესს, რომელიც, თავის მხრივ, ერთერთ მთავარ როლს თამაშობს მსმენელის დარწმუნებაში. შესაბამისად, როდესაც საჯარო გამომსვლელის იდენტობა გაშიფრულია, მარტივდება მისი მოტივების ამოცნობა და ასევე ცხადია მორალური ღირებულებებიც, რომელზე მანიპულირების შედეგადაც ხდება დარწმუნება. იმისთვის, რომ საჯარო გამომსვლელსა და მსმენელს შორის გაიცვალოს ინფორმაცია, როგორც ვერბალური, ასევე ემოციური, აუცილებელია არსებობდეს საზიარო რეალობა, რომლის რეკონსტრუირებასაც საჯარო გამომსვლელი სწორედ კულტურის ცოდნის საფუძველზე ახდენს. ამიტომ, თუ მოსაუბრისა და მსმენელის გამოცდილება არ გადაიკვეთა, ნაკლებ სავარაუდოა, რომ ემოციის სრული გადაცემა წარმატებით განხორციელდეს. შესაბამისად, მოსაუბრის მხრიდან ვერც მსმენელის დარწმუნება მოხერხდება.

1.4 ემოციის შესწავლის კოგნიტური და ლინგვისტური ასპექტები

მეჟიდი (2012) ყურადღებას ამახვილებს ემოციის შესწავლის ლინგვისტურ ასპექტებზე. აღსანიშნავია, რომ მიუხედავად იმისა, რომ ყველა ენის ლექსიკური ბადე სხვადასხვა რაოდენობისა თუ ინტენსივობის ემოციის აღმნიშვნელი ლექსიკონით ხასიათდება, ერთი რამ მაინც შეიძლება საერთო მახასიათებლად ჩაითვალოს. კერძოდ, ესაა ემოციის გამოხატვის ვარიაციების სიუხვე. ემოცია გამოიხატება არა მხოლოდ სიტყვით, არამედ ბგერასაც შეუძლია გარკვეული ემოციური დატვირთვის გამოხატვა, რომ აღარაფერი ვთქვათ სხვადასხვა მხატვრულ ხერხზე. ემოციის ვერბალურად გამოხატვის თავისებურებებზე საუბრისას აუცილებელია საკითხის სისტემური შესწავლა, რაც გულისხმობს არა ცალკეული ლექსიკური ელემენტებისა და მათი გამოყენების სპეციფიკის შესწავლას, არამედ ადამიანის აზროვნების მოდელის კვლევასაც ემოციის დისკურსში.

ლეიკოფისა და ჯონსონის მიხედვით, ადამიანის კონცეპტუალური აპარატი მეტაფორულად აზროვნებს. აქედან გამომდინარე, მეტაფორა არ არის მხოლოდ მხატვრული ხერხი, არამედ წარმოადგენს გაცილებით რთულ კონცეპტუალურ სისტემას. როგორც მეჟიდი (2012) აღნიშნავს, ემოციის აღმნიშვნელი ლექსიკონები შეიძლება მოცულობითი იყოს, თუმცა სიტყვები და ფრაზები ცალკე მდგომ ერთეულებს არ წარმოადგენენ და ურთიერთკავშირის შედეგად აყალიბებენ ერთგვარ ქსელს. მეტაფორაც შესაძლებელია განვიხილოთ ამგვარ სუბრა-ლექსიკურ სტრუქტურად (მეჟიდი, 2012, გვ.436). მაგალითად, ლეიკოფი და ჯონსონის მიერ განხილული (2003) ორიენტაციული მეტაფორები, როგორცაა Happy is up; Sad is down; Rational is up; Emotional is down გვაჩვენებენ, თუ როგორ აღვიქვამთ ემოციას ორიენტაციის მიხედვით (ზემოთ-ქვემოთ).

გარდა მეტაფორისა, ემოცია შესაძლოა გამოიხატოს ენის სინტაქსური სტრუქტურების საშუალებით. როგორც მეჟიდი (მეჟიდი, 2012, გვ.438) აღნიშნავს, ემოციის აღწერისას, ძირითადად, გამოიყენება ისეთი კონსტრუქციები, სადაც ზმნა განიხილება როგორც გარდამავალი შემასმენელი. გამოცდილების „მიმღები“, აგენსი არის სუბიექტი, ხოლო სტიმული - ობიექტი. ასევე გამოიყენება მიცემითი ბრუნვის ფორმა, სადაც სტიმული არის სუბიექტი და მესამე ვარიანტი, როდესაც

გამოცდილების მიმღები არის ობიექტი და სტიმული კი- სუბიექტი (მეჟიდი, 2012, გვ.438).

როგორც კოვეჩეში (1990) აღნიშნავს, ყველა ემოციას აქვს ობიექტი, ანუ ყველა ემოცია რაღაცას მიემართება, მათ გარკვეული გამომწვევი მიზეზი აქვთ. აქვე მას მოჰყავს მაგალითი შიშსა და შფოთვის შორის (fear/anxiety) და აღნიშნავს, რომ მათ შორის განსხვავება დამოკიდებულია ფაქტზე, რომ შიშს ჰყავს ობიექტი, ხოლო შფოთვის - არა. თუმცა ეს ორი ემოცია, სხვა მხრივ, ძალიან ჰგავს ერთმანეთს. მსგავსი განსხვავებები შეგვიძლია ვიპოვოთ სხვა ემოციების შორის, როგორცაა, კვლავ ავტორის მიხედვით, ბრაზი (anger), რომელსაც გააჩნია ობიექტი; როცა ვბრაზობ, ყოველთვის მაქვს ამის მიზეზი და მეორეს მხრივ - წყენა (resentment), რომელსაც განვიცდით კონკრეტული მიზეზის გარეშე. ეს ორი ემოცია ძალიან მსგავსია, იმ განსხვავებით, რომ ემოციას - წყენა (resentment) არ აქვს ცნობიერი გამომწვევი კომპონენტი, ანუ იგი არ მიემართება კონკრეტულ მიზეზს (კოვეჩეში, 1990, გვ.3). უნდა აღინიშნოს, რომ ერთ-ერთი პრობლემური საკითხი ემოციის შესწავლის დროს არის კითხვა, თუ რამდენად უნივერსალურად შეიძლება ჩაითვალოს ემოციის აღმნიშვნელი ლექსიკონები სხვადასხვა ენებსა და კულტურებს შორის.

საინტერესოა თავად ემოციის განცდის ასპექტიც. რამდენად სწორია შეხედულება, რომ ადამიანი ემოციას განიცდის მხოლოდ მაშინ, როდესაც მას შესაბამისი სტიმული ეძლევა; არსებობს თუ არა მდგომარეობა, როდესაც ადამიანი არანაირ ემოციას არ განიცდის? იზარდი ამ მოსაზრებას უარყოფს და თვლის, რომ ადამიანი ქვეცნობიერად ყოველთვის გრძნობს გარკვეულ ემოციას, რაც, შესაბამის კონტექსტში, გავლენას ახდენს ჩვენს არჩევანზე და შეფასებებზე (იზარდი, 1992, გვ.562). თუ ამ მსჯელობას მივყვებით, მივალთ შეკითხვამდე, თუ რამდენად ობიექტური შეიძლება იყოს ემოციის ფენომენი. თუ გარკვეული ინტენსივობის ემოციის შეგრძნება ყოველთვის არსებობს ჩვენს ქვეცნობიერში, ყოველი ჩვენი გადაწყვეტილება თუ არჩევანი განპირობებულია ამ ემოციური მდგომარეობით. აქედან გამომდინარე, მას უფრო სუბიექტური ხასიათი აქვს, ვიდრე ობიექტური, რაც გულისხმობს, რომ თითოეული ადამიანი, შესაძლოა, განსხვავებულად აღიქვამდეს კონკრეტულ შემთხვევასა თუ სიტუაციას. მაგალითისთვის, თუ კონკრეტული ადამიანის განვლილი გამოცდილებებისა და შედეგად მიღებული ცოდნის საფუძველზე უარყოფითად შეფასდა კონკრეტული სიტუაცია, მაგალითად

მაღაზიაში წასვლა, ყოველი ამ მოქმედების შესრულებისას ამ ადამიანის ემოციური ფონი განსხვავებული იქნება სხვებისგან, რომელთათვისაც იგივე მოქმედება, გამოცდილებების საფუძველზე, დადებითი ემოციური ფონით ხასიათდება. ამ ყველაფრიდან გამომდინარე, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ემოციის შეგრძნება და გააზრება სუბიექტური ხასიათისაა და დამოკიდებულია ადამიანის განვლილ გამოცდილებებსა და შედეგად შექმნილ ცოდნაზე. ემოციის ეს სუბიექტური ხასიათი კულტურისგან დამოუკიდებელი მოვლენაა და ამ შემთხვევაში კულტურა განიხილება არა როგორც პირველწყარო ემოციის კვლევისას, არამედ როგორც ინფორმაციის შემავსებელი ფაქტორი, რომელიც ერთ შინაარსობრივ სივრცეში უყრის თავს ადამიანებს, თუმცა ეს ადამიანები თვისობრივად სხვადასხვა ემოციის მატარებლები არიან. სწორედ ლინგვისტური ინფორმაციის „მოვალეობა“, ეს განსხვავებული ემოციური ტალღა მომართოს ერთ მხარეს და შექმნას საერთო ემოციური მდგომარეობა. ზემოთ მოცემული მსჯელობიდან გამომდინარე, ეს საერთო ემოციური ფონი, რა თქმა უნდა, შესაძლოა, ყველა ინდივიდის მიერ განსხვავებული ინტენსივობით აღიქმებოდეს, თუმცა სიმძაფრის ხარისხი შინაარსის აღქმისა და ლინგვისტური ინფორმაციის დეკოდირებისას არ წარმოადგენს ხელის შემშლელ ფაქტორს.

ამ მსჯელობის მიხედვით, შეიძლება ითქვას, რომ ემოციის შეგრძნება სუბიექტური ხასიათისაა და დამოკიდებულია ქვეცნობიერ ემოციურ ფონზე. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ რადგან ეს ემოციური ფონი დამოკიდებულია ცნობიერებაზე, იგი მნიშვნელობას იძენს რელევანტური გამოცდილებების მიღების შედეგად. სწორედ ამ გამოცდილებების არსებობაზეა დამოკიდებული აღძრული ემოციის ადეკვატურობა. ამ შემთხვევაში, შეგვიძლია ვიმსჯელოთ იდეების როლზე, როგორც ერთგვარ ფრეიმებზე, რომლებიც განსაზღვრავენ საზოგადოების ემოციურ დამოკიდებულებებს სხვადასხვა საკითხის მიმართ. მსგავს იდეებად შეგვიძლია განვიხილოთ ონტოლოგიური, ორიენტაციული მეტაფორები ლეიკოფისა და ჯონსონის კოგნიტიური მეტაფორის თეორიიდან (ლეიკოფი და ჯონსონი, 1980).

მეორე საინტერესო საკითხი ემოციასთან მიმართებაში ეხება მოსაზრებას, რომ არსებობს ბუნებრივი ემოციების ჯგუფი, რომლებიც წარმოადგენენ სუბიექტურ გამოცდილებებს და გამოიხატებიან ემოციის აღმნიშვნელი ტერმინებით (ჯონსონ-ლეირდი და ოუთლი, 1989, გვ.82;). თუ ამ მოსაზრებას განვავრცობთ, კვლავ უნდა

გავუსვათ ხაზი, რომ თუკი ემოციის სუბიექტურ ხასიათზე ვიმსჯელებთ, დავასკვნით, რომ კულტურის თითოეული წარმომადგენლისთვის ემოციის აღქმა და ასევე წარმოქმნა დამოკიდებული იქნება სუბიექტურ გამოცდილებებზე, აქედან გამომდინარე, ეს მოსაზრება ეჭვქვეშ აყენებს ემოციის, როგორც ცალკეული კონცეპტების უნივერსალურობას. ვეჭვიცკას მიხედვით, ემოცია აზროვნებასთან დაკავშირებული მოვლენაა და ყველა კულტურას ახასიათებს ემოციის კატეგორიზაცია, რაც დამოკიდებულია კონკრეტული ენის მიერ წარმოდგენილ ლექსიკურ ბადეზე (ვეჭვიცკა, 1999, გვ.:3-4). ეს მსჯელობა გულისხმობს, რომ სხვადასხვა სოციუმი, თავისი მშობლიური ენიდან გამომდინარე, სხვადასხვა ლექსიკური ერთეულები გააჩნია ემოციის აღმნიშვნელი ერთეულების გამოსახატად. მაგალითად, შნოლის მიხედვით (2005), shame (სირცხვილი) არის ემოცია, რომელსაც ადამიანი გრძნობს, როდესაც მისი კონკრეტული ნაკლი გამოაშკარავდება, მაშინ, როცა embarrassment (უხერხულობა) არის ემოცია, რომელსაც ადამიანი განიცდის, როდესაც რაიმე აშკარა და ხილვადი ნაკლი ვლინდება. მთავარი განსხვავება ამ ორ ემოციას შორის მდგომარეობს იმაში, არის თუ არა ნაკლი ნამდვილი (შნოლი, 2005, გვ.29). ამ მაგალითის საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ ერთ სიტყვას შეუძლია გამოხატოს გაცილებით რთული და კომპლექსური მდგომარეობა.

ლოსიკი (2009) აღნიშნავს, რომ ემოციის კოდების გამოყოფა და განხილვა რთულ საკითხს წარმოადგენს, რადგან არ არსებობს უნივერსალური ემოციის ლექსიკონი, რომელსაც შეუძლია დეტალურად განასხვავოს ერთმანეთისგან უცხო ენაზე მოსაუბრეთათვის ისეთი სინონიმური სიტყვები როგორცაა: fear, horror, unease, dismay, fright და ა.შ. (ლოსიკი, 2009, გვ.502). ეს პრობლემა აქტუალურია, რადგან შეუძლებელია ინგლისურ ენაში არსებულ ყველა ემოციის გამომხატველ სიტყვას მოვუძებნოთ შესაფერისი ტერმინი სხვა ენებში, მარტივი მიზეზის გამო, რადგან ემოციის გამომხატველი ლექსიკური ბადე თვისობრივად განსხვავებულია ენებს შორის. ამ პრობლემას განიხილავს ვეჭვიცკაც და დასძენს, რომ უნივერსალური ემოციების შესასწავლად საჭიროა მათი ასახვა კონკრეტული ენისა და კულტურისგან დამოუკიდებელი სემანტიკური მეტაენით; რაც უფრო მარტივია კონცეპტი, მით ნაკლებადაა ის კულტურულად განპირობებული და, ასევე, მით უფრო ფართო იქნება ენების სპექტრი, რომელიც ამ სიტყვებს თავის ლექსიკონში იყენებს (ვეჭვიცკა, 1986, გვ.585). ემოციის კატეგორიზაცია თუ კულტურულად განპირობებული

პროცესია, ასევე უნდა აღვნიშნოთ კოგნიტიური შეფასების როლი ემოციის აღძვრის დროს. ლოგიკურია მსჯელობა, რომ ინდივიდი კოგნიტიურ შეფასებას ახდენს საკუთარ გამოცდილებაზე დაყრდნობით და ამ გამოცდილების შედეგად მიღებულ ცოდნაზე დაფუძნებით.

კოვეჩემი ემოციის კონცეპტის განსამარტად გვთავაზობს ე.წ. კულტურულ მოდელს, რომელსაც ბევრი მნიშვნელოვანი მახასიათებელი ფაქტორი გააჩნია. ერთ-ერთი განმარტებით, კულტურული მოდელები წარმოადგენენ კულტურაში ჩვენი კოჰერენტული გამოცდილებების კოგნიტიურ გამოსახულებებს. ეს მსჯელობა გულისხმობს, რომ ნებისმიერი ობიექტი, შესაძლოა, განვიხილოთ როგორც კულტურული მოდელი. აქ ასევე იგულისხმება სცენარის მსგავსი სტრუქტურაც. იგი ემოციას განმარტავს სწორედ როგორც კონკრეტული სცენარის მქონე მენტალურ სტრუქტურას. ემოციების კულტურული მოდელი ასახავს ემოციებს, როგორც მცირე ნარატივებს, რომლის საწყისიც წარმოადგენს მიზეზისა და შედეგის მსგავს მდგომარეობას. მეორეს მხრივ, ავტორის მიერ კულტურული მოდელები ასევე განიხილება, როგორც პროტოტიპები, რომლებიც გვაწვდიან სხვადასხვა კატეგორიების ხედვას, სადაც ერთი წევრი, შესაძლოა, სხვაზე უკეთეს მაგალითს წარმოადგენდეს კონკრეტული შემთხვევისთვის. მესამე პრინციპის მიხედვით, კულტურული მოდელები არ არიან კატეგორიების კონკრეტული, სპეციფიკური წევრები; ისინი წარმოადგენენ რეალობის იდეალიზირებულ ვერსიებს. (კოვეჩემი, 1990, გვ.:3-6). კოვეჩემის მსჯელობიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ლინგვისტური განმარტებით, ემოცია არის კონცეპტუალური მოდელი/ფრეიმი, რომელიც ემოციურად დატვირთულ დისკურსში განსაზღვრავს ინდივიდის ქცევის მოდელს.

იმის მიხედვით, თუ როგორ აღწერს ენა ემოციას, შესაძლებელია ზოგადი ფონის შექმნა თავად ამ ენაზე მოსაუბრეთა აზროვნების შესახებ. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ადამიანის კონცეპტუალური აპარატი მეტაფორულად აზროვნებს, აქედან გამომდინარე, თუ ემოციის გამომხატველ კონცეპტუალურ მეტაფორებს დავაკვირდებით, შესაძლოა ზოგადი წარმოდგენა შევიქმნათ აზროვნების ტიპზეც. კოვეჩემი ასევე წარმოგვიდგენს მის მიერ სხვადასხვა წყაროებიდან თავმოყრილ ემოციის კონცეპტუალური მეტაფორების მაგალითებს:

HAPPY IS WARM: That warmed my spirits. (ბედნიერება არის თბილი)

HAPPINESS IS A FLUID IN A CONTAINER: He was overflowing with joy.
(ბედნიერება არის სითხე სათავსოში)

HAPPINESS IS A CAPTIVE ANIMAL: His feelings of happiness broke loose. She couldn't hold back her feelings of happiness. (ბედნიერება არის დატყვევებული ცხოველი)

HAPPINESS IS AN OPPONENT IN A STRUGGLE: He was knocked out! She was overcome by joy. (ბედნიერება არის მოწინააღმდეგე ბრძოლაში)

HAPPINESS IS A RAPTURE/HIGH: I was drunk with joy. (ბედნიერება არის ამაღლება)

HAPPY IS UP: We had to cheer him up. (ბედნიერება არის ზემოთ)

HAPPINESS IS BEING OFF THE GROUND: I am six feet off the ground. I was so happy my feet barely touched the ground. (ბედნიერება არის მიწისგან მოწყვეტილობა)

HAPPINESS IS BEING IN HEAVEN: That was heaven on earth. (ბედნიერება არის სამოთხეში ყოფნა)

HAPPY IS LIGHT: She brightened up at the news. (ბედნიერება არის სინათლე)

HAPPINESS IS HEALTH: It made me feel great. (ბედნიერება არის ჯანმრთელობა)

HAPPINESS IS A PLEASURABLE PHYSICAL SENSATION: I was tickled pink.
(ბედნიერება არის სიამოვნების ფიზიკური განცდა)

HAPPINESS IS INSANITY: They were crazy with happiness. (ბედნიერება არის სიგიჟე)

HAPPINESS IS A NATURAL FORCE: He was swept off his feet. (ბედნიერება არის ბუნებრივი ძალა)

HAPPINESS IS VITALITY: He was alive with joy (ბედნიერება არის სიცოცხლე)

A HAPPY PERSON IS AN ANIMAL THAT LIVES WELL: He was happy as a pig in shit. He looks like the cat that got the cream. (ბედნიერი ადამიანი არის ცხოველი, რომელიც კარგად ცხოვრობს)

JOYFUL BEHAVIOR STAND FOR HAPPINESS: He was jumping up and down for joy.
(ხალისიანი ქცევა ასახავს ბედნიერებას) (კოვეჩეში, 1990 გვ:3-6).

როგორც ვხედავთ, მიუხედავად იმისა, რომ ერთ კონკრეტულ ემოციას, ამ შემთხვევაში, ბედნიერებას განვიხილავთ, კონცეპტუალურად საკმაოდ მრავალფეროვანი სახესხვაობებით გამოიხატება. ამის მიზეზებზე კოვეჩეშიც

საუბრობს, და აღნიშნავს, რომ რადგან კონცეპტები სხვადასხვა ასპექტებისგან შედგებიან, მოსაუბრეებს სჭირდებათ სხვადასხვა დომენი, რათა სხვადასხვა ასპექტები გაიაზრონ. თითოეული ზემოთ მოყვანილი კონცეპტუალური მეტაფორა სხვადასხვა ნიშნულებზე ამახვილებს ყურადღებას.

ავტორი ახასიათებს ბედნიერების ყოველდღიურ კონცეპტებს:

- შენ ხარ კმაყოფილი (AN ANIMAL THAT LIVES WELL)
- თავს გრძნობ ენერგიულად (VITALITY)
- განიცდი შენს მდგომარეობას, როგორც სასიამოვნოს (PLEASURABLE PHYSICAL SENSATION, RAPTURE)
- თავს გრძნობ სამყაროსთან ჰარმონიაში. (AN ANIMAL THAT LIVES WELL)
- შენს ემოციებთან პასიური ურთიერთობა გაქვს (NATURAL FORCE)
- შენი გამოცდილებების ინტენსივობა არის მაღალი. (A FLUID IN A CONTAINER)
- ლიმიტებს მიღმა, ინტენსივობის გაზრდა მიანიშნებს საფრთხეზე, რომ გახდები დისფუნქციური და დაკარგავ კონტროლს. (A FLUID IN A CONTAINER, A CAPTIVE ANIMAL, AN OPPONENT, NATURAL FORCE)
- არ არის სრულიად მისაღები თავისუფლად გამოხატო რასაც გრძნობ. (A FLUID IN A CONTAINER, A CAPTIVE ANIMAL, AN OPPONENT)
- ცდილობ, ემოცია აკონტროლო, კონტროლქვეშ გქონდეს (A FLUID IN A CONTAINER)

მიუხედავად ყველაფრისა, მაინც შეიძლება დაკარგო კონტროლი. (A CAPTIVE ANIMAL, AN OPPONENT, A NATURAL FORCE) შედეგად ქცევაზე ნაკლები კონტროლია. (INSANITY) (კოვეჩეში, 1990, გვ.: 10-11).

მიუხედავად დეტალური აღწერისა, ავტორი ასევე აღნიშნავს, რომ ეს დახასიათება არ შეიძლება სრულად ასახავდეს ბედნიერების კონცეპტს; ის მხოლოდ მეტაფორული კონცეპტებისგან არ შედგება და შეიცავს, ასევე, მეტონიმისა და პირდაპირი, არაგადატანითი მნიშვნელობის კონცეპტებსაც.

კოვეჩეში წარმოგვიდგენს ბედნიერების ემოციის უფრო დეტალურ, ხუთი საფეხურისგან შემდგარ აღწერას, რომელსაც ქვემოთ წარმოგიდგენთ:

საფეხური 1: ბედნიერების მიზეზი

გინდა მიაღწიო რაღაცას.

აღწევ მიზანს.

გაქვს მყისიერი ემოციური პასუხი.

საფეხური 2: ბედნიერების არსებობა

ხარ კმაყოფილი

გამოხატავ სხვადასხვა სახის გამოხატველობით და ქცევით პასუხებს, რომელიც მოიცავს თვალების სიბრწყინვალეს, ღიმილს, სიცილს, ხტუნვას და ხშირად ტირილსაც.

ხარ ენერგიული.

ასევე განიცდი ფიზიოლოგიურ პასუხებს, როგორცაა სითბო, ადგუნება და აღტაცება.

კონტექსტი, რომელშიც იმყოფები არის სოციალური, ხშირად ეხება დღესასწაულებს.

სამყაროს შენეული ხედვა არის პოზიტიური.

გრძნობ საჭიროებას, რომ ემოცია გაუზიარო გარშემომყოფთ.

ემოცია შესაძლოა გადაედოს სხვებსაც.

განიცდი შენს მდგომარეობას, როგორც სასიამოვნო შემთხვევას.

გრძნობ, რომ სამყაროსთან ჰარმონიაში ხარ.

არ შეგიძლია შეცვალო რასაც განიცდი, შენ ემოციებთან მიმართებით პასიური ხარ.

გამოცდილებების ინტენსივობა არის მაღალი.

საზღვრების მიღმა, არსებობს შანსი, რომ დაკარგავ კონტროლს.

ასი პროცენტით მისაღები არ არის ემოციის სრული გამოხატვა.

საფეხური 3: კონტროლის მცდელობა

იქიდან გამომდინარე, რომ არ არის მისაღები ემოციის სრულიად გამოხატვა, ცდილობ ემოცია კონტროლის ქვეშ მოაქციო: ცდილობ, არ ჩაერთო ქცევით პასუხში და არ გამოხატო ემოციური რეაქცია და, შედეგად, არ გადასცე რეალური ემოციის მესიჯი.

საფეხური 4: კონტროლის დაკარგვა

მიუხედავად ყველაფრისა კარგავ კონტროლს. შედეგად ქცევაზე აისახება კონტროლის ნაკლებობა.

საფეხური 5: მოქმედება

ერთვები ქცევით პასუხში, ექსპრესიულ რეაქციებში და, შესაბამისად, ახდენ ემოციის კომუნიკაციას. შედეგად, შესაძლოა გამოხატო უჩვეულო ქცევა, როგორცაა ცეკვა, სიმღერა და სხვა ენერგიული ქცევები გამოხატული ბევრი მოძრაობით. (კოვერემი, 1990, გვ.: 10-12).

თუ ემოციას განვიხილავთ როგორც კონცეპტუალური იდეის შედეგს, მაშინ ხაზი უნდა გავუსვათ კულტურის როლს ემოციის აღქმისას. შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ემოციები კონცეპტუალურად განსხვავებულად აღიქმება სხვადასხვა კულტურებში. აქედან გამომდინარე, ის ლექსიკური ერთეულები, რაც ემოციის აღსაძრავად გამოიყენება, განსხვავდება არა მხოლოდ კონტექსტის მიხედვით, არამედ, შესაძლოა, კულტურულად სრულიად საპირისპირო სახესხვაობებს წარმოადგენდნენ. (ვეჟბიცკა, 1999, გვ.:24-26). ეს მსჯელობა, რა თქმა უნდა, არ ნიშნავს, რომ ენების შედარების დროს შეუძლებელია უნივერსალური ელემენტების აღმოჩენა, რადგან მეორეს მხრივ, შესაძლოა გამოიყოს ენებს შორის ბუნებრივი, ე.წ. ორგანულად დამახასიათებელი ელემენტები, რაც დამოუკიდებელია კონკრეტული ენისგან და კულტურისგან. თუმცა სხვა ასპექტებში, ამავდროულად, უზარმაზარი რაოდენობის განსხვავებებს ვხვდებით, როგორცაა, თუნდაც, როგორც ვეჟბიცკა ასახელებს, ემოციისა თუ ღირებულებების კატეგორიზაცია ენებს შორის (ვეჟბიცკა და ანდორი, 2009, გვ.316). ის ფაქტი, რომ ენას კონკრეტული ემოციისთვის არ აქვს ცალკე სიტყვა, არ ნიშნავს, რომ ამ ენაზე მოსუბრეებისთვის უცხოა ეს კონკრეტული ემოცია და არ შეუძლიათ მისი გამოხატვა ან მასზე საუბარი. (ვეჟბიცკა, 1986, გვ.587). ბოლოს, როგორც კვლავ ვეჟბიცკა აღნიშნავს, კონკრეტული ენა არ უნდა იყოს ემოციის ანალიზის ანალიტიკური ხელსაწყო (ვეჟბიცკა, 1986, გვ.588).

თუ კონკრეტულ ენას არ განვიხილავთ ემოციის ანალიზისთვის საჭირო ხელსაწყოდ, საჭირო გახდება უკეთესი, ნეიტრალური მედიატორის მოძებნა. ამ მხრივ, შეგვიძლია დავასახელოთ ფრეიმული ანალიზის მეთოდი, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია აიხსნას, როგორ ხდება ემოციის აღძვრა მსმენელში. კერძოდ, შესაძლოა შეიქმნას უნივერსალური სქემატური მოდელი, რომელიც ასახავს

და ხსნის ემოციის კომუნიკაციის თუ კონცეპტუალიზაციის პროცესს. აღსანიშნავია, რომ ემოციის კონცეპტუალიზაციაში იგულისხმება მხატვრული ხერხების აქტუალიზაცია, როგორცაა მეტონიმია, მერონიმია და მეტაფორა. ამ მხრივ აღსანიშნავია პერაკის (2017) კვლევა, რომელიც კონცენტრირდება ნომინალური ემოციის ლექსემის კონცეპტუალიზაციაზე, იყენებს რა სხვადასხვა მეთოდოლოგიურ და თეორიულ მიდგომებს, როგორცაა სისტემური თეორია (კაპრა, 1997, კლეიტონი და სხვ., 2006), ემოციის შეფასების თეორია, კოგნიტურ ლინგვისტური მიდგომები ემოციის კონცეპტუალიზაციის შესახებ, რომელიც გულისხმობს მხატვრული ენის კონცეპტუალიზაციას (კოვეჩეში, 2000, ლანგაკერი, 2008) და სხვა. (პერაკი, 2017, გვ.:299-300). პერაკის (2017) კვლევა ასევე ყურადღებას ამახვილებს სემანტიკურ ფრეიმებზე და აღნიშნავს, რომ, ფრეიმული კონცეპტებიდან გამომდინარე, ლინგვისტური კონსტრუქციები ახდენენ ემოციის კონცეპტუალიზაციას და შედეგად, ემოციის ფრეიმის ძირითად კონცეპტებს შორის აქტიურდება ონტოლოგიური ურთიერთობები. (პერაკი, 2017, გვ.303).

შესაძლებელია დავასკვნათ, რომ ემოციის გამოხატვა, რა თქმა უნდა, არ ხდება მხოლოდ ემოციის ლექსიკური ბადით. ემოცია წარმოადგენს გაცილებით კომპლექსურ სისტემას, რომელიც მხოლოდ ემოციასთან დაკავშირებული ლექსიკური ერთეულებით (როგორცაა ბრაზი, სიხარული, სევდა და სხვა) არ გამოიხატება. ამრიგად, ემოცია შესაძლოა განვიხილოთ არა მარტო როგორც ფიზიოლოგიური პროცესი, არამედ როგორც კონცეპტუალური სისტემა, რომელიც სქემატურად მუშაობს და წარმოადგენს ცოდნასა და გამოცდილებებს, რომელზე დამყარებითაც სხვადასხვა სოციალურად დატვირთულ სიტუაციაში შესაძლოა შევქმნათ და ასევე გავშიფროთ ახალი ემოციურად დატვირთული მესიჯი. კონცეპტუალური „ცოდნა“ კონკრეტული ემოციის შესახებ კი, შესაძლოა ითქვას, რომ კულტურული მოდელებიდან გვეძლევა, რომელსაც შემდგომ ინდივიდუალური გამოცდილებების შედეგად განვავრცობთ.

ემოციის კონცეპტუალიზაციის კვლევისას, საინტერესოა ყურადღება გავამახვილოთ ენის მხატვრულ ელემენტებზე. მაგალითად, ემოციის მერონიმული კონცეპტუალიზაციის კვლევისას, როგორც პერაკი (2017) აღნიშნავს, მნიშვნელოვანია ემოციის კულტურული მოდელის გათვალისწინებაც. იგულისხმება კოვეჩეშის (2000) მიერ წარმოდგენილი მეთოდი, რომელიც ზემოთ განვიხილეთ, რომელიც

გულისხმობდა ემოციის სქემატურად ასახვას, როგორც 5 საფეხურიანი სისტემისა. აღნიშნული მოდელი მნიშვნელოვანია, რადგან ემოციის აღქმისას აუცილებელია საზოგადოების წევრებს ქონდეთ სქემატური ცოდნა კონკრეტული ემოციების შესახებ, რათა ეს ცოდნა სხვადასხვა კონტექსტს მოარგონ და საჭიროების მიხედვით გამოიყენონ. მერონიმული კონცეპტუალიზაციის ერთერთ მაგალითად პერაკს (2017) მოჰყავს შემდეგი წინადადება: *I'm shaking (of fear). (შიშისგან) ვცახცახებ.* ამ შემთხვევაში, *shaking* წარმოადგენს შიშის ნაწილს. (პერაკი, 2017, გვ.303).

სემანტიკური ფრეიმების თეორია საშუალებას გვაძლევს, მსგავსი დამოკიდებულებების შესწავლისას, დავაკვირდეთ და გამოვყოთ ძირითადი სემანტიკური როლები, რომლებიც მონაწილეობენ კონცეპტის გამოხატვაში. სემანტიკური როლების, ე.წ. ფრეიმის ელემენტების გამოყოფა საშუალებას გვაძლევს, სხვადასხვა სიტუაციაში გამოვყოთ და გავაანალიზოთ კონკრეტული ემოციის კონცეპტი. როგორც პერაკი (2017) აღნიშნავს: *„ყველა არსებული ემოციის კატეგორია განისაზღვრება მისი პროტოტიპული კონფიგურაციით, რაც წარმოადგენს კომპონენტების დინამიურ ქსელს. ამ მერონიმული ქსელის აღიარება აყალიბებს ფორმირებულ ცოდნას ემოციების შესახებ. ამ ცოდნის კომპონენტები ფილოგენეტიკურად მემკვიდრეობით გადადის და ონტოგენეტიკურად ვითარდება ეკოლოგიურ კონტექსტში სოციალური ქცევისა და ურთიერთქმედების საშუალებით, რომლის ნაწილიცაა სიმბოლური ენობრივი კომუნიკაცია.“* (პერაკი, 2017, გვ.304).

მერონიმური პროფილების გარდა, ემოციის კონცეპტუალიზაცია შესაძლებელია მეტაფორული კონსტრუქციების გამოყენებითაც. ძირითადი განსხვავება მერონიმულ და მეტაფორულ პროფილებს შორის მდგომარეობს ახალი ცოდნის შექმნაში. პერაკის(2017) მიხედვით მეტაფორა არის პროცესი, რომელიც ააქტიურებს კავშირს ორ ონტოლოგიურად განსხვავებულ მოდელს შორის. ეს არის ახალი კავშირი, რომელიც დაფუძნებულია მერონიმული სტრუქტურების გამოყენებაზე. ამრიგად, ავტორი ასკვნის, რომ კონსტრუქცია წარმოქმნის მეტაფორულ კონცეპტუალიზაციას, თუ მასში შემავალი ლექსემები ააქტიურებენ გონებრივ წარმოდგენებს, რაც გულისხმობს ონტოლოგიური ურთიერთობების დარღვევას, რაც, თავის მხრივ, განისაზღვრება კონსტრუქციის შემადგენელი ნაწილების პროტოტიპული სემანტიკური როლებით. (პერაკი, 2017, გვ.305).

ემოციის მეტაფორული კონცეპტუალიზაციის მაგალითია His remarks made me BOIL inside.⁷ ამ შემთხვევაში, ბრაზის ემოცია დუდილის კონცეპტთან არის დაკავშირებული. აქვე შეგვიძლია მოვიყვანოთ ლეიკოფისა და ჯონსონისეული ე.წ. container მეტაფორები. (ANGER IS HOT FLUID IN A CONTAINER (კოვეჩეში, 2000;)

როგორც პერაკი აღნიშნავს: „ჩვენ შეგვიძლია ვიფიქროთ ემოციის მეტაფორებზე, როგორც ადამიანის თანდაყოლილ შემეცნებით უნარზე, განავრცოს ცოდნა ემოციების შესახებ ახალი კონცეპტუალიზაციით, ენის, როგორც წარმომადგენლობითი ინსტრუმენტის გამოყენებით.“ (პერაკი, 2017, გვ.305).

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ემოციის გამოხატვა კომპლექსური მოვლენაა და მრავალი ერთეულით შეიძლება გამოიხატოს, მაგალითად: ინტონაცია, გრამატიკული ფორმა, სინტაქსი, კონკრეტული ლექსიკური ერთეულები და სხვა.

შესაძლებელია, ემოცია განვიხილოთ, როგორც დარწმუნებითი კომუნიკაციის მთავარი ელემენტი, რომელიც გამოიყენება მოსაუბრის მიერ კონკრეტული იდეოლოგიისა თუ იდეის წარმატებული კომუნიკაციისა და მსმენელსა და მოსაუბრეს შორის საზიარო რეალობის შექმნისთვის. ამგვარ მსჯელობაში იგულისხმება ისეთი მაგალითი, როდესაც მოსაუბრე განზრახ იყენებს ისეთ სიმბოლურ კოდებს, რომლებიც მსმენელს სასურველი კუთხით დაანახებენ დასმულ საკითხს. მაგალითისთვის, შეგვიძლია მოვიყვანოთ მსხვერპლისა და დამნაშავეს სიმბოლური კოდები, რომლებიც ძალიან ხშირად გამოიყენება საჯარო გამოსვლებსა და მედია სივრცეში ტერორიზმზე საუბრისას.

ზემოთ განვიხილეთ ემოციის შესწავლის სხვადასხვა მაგალითები, როგორცაა ბაზისური ემოციის თეორია, ბირთვული აფექტის თეორია, კომუნიკაციის თეორია, ასევე კულტურული მოდელების კონცეპტი, სემანტიკური ფრეიმების თეორია და ა.შ. უნდა აღინიშნოს, რომ ემოციის დისკურსის როლი ამ თეორიებისა და მიდგომებისგან სრულიად განსხვავდება და მას არ აინტერესებს არც კონცეპტუალური სისტემები და სკრიპტები, არამედ ყურადღებას ამახვილებს კონტექსტზე და ამ კონტექსტის მიხედვით შექმნილ კომუნიკაციაზე, რომელსაც ხშირად დარწმუნებითი ხასიათი აქვს და გამოიყენება საზოგადოებაზე გავლენის მოსახდენად. დისკურსის კვლევისას საინტერესოა, თუ როგორ ხდება კონკრეტული

⁷ <https://framenet2.icsi.berkeley.edu/fnReports/data/frameIndex.xml?frame=Feeling>

ამბის კონსტრუირება და როგორ ამოიცივება და როგორ იღებს რელევანტურ მნიშვნელობას ემოციასა და სცენარს შორის არსებული კავშირები. (ედუარდსი, 1999, გვ.:278-279)

ედუარდსის მიხედვით, ემოციის დისკურსის მთავარი მახასიათებელია ემოციის განლაგება თხრობასა და რიტორიკაში. ემოციის ტერმინები არ გვხვდება, როგორც ცალმხრივი აღწერილობები კონკრეტული აქტებისა თუ რეაქციებისათვის, არამედ წარმოადგენენ ურთიერთდაკავშირებულ სისტემას, რომლის წევრებიც თხრობის თანმიმდევრობისას (სინტაგმატურად) და აგრეთვე რიტორიკაში (პრაგმატიკულად), ძლიერი კონტრასტის შემთხვევაში, სხვადასხვა აღწერილობას შორის უკავშირდებიან ერთმანეთს. ემოციის კატეგორიები არ განიხილება, როგორც პირადი ემოციები ან გამოხატულებები და არც მათი დისკურსული გადანაწილებები შეიძლება დავიყვანოთ განცალკევებულ, კოგნიტურ მნიშვნელობაზე. (ედუარდსი, 1999, გვ.:278-279)

ფრაიდა (1988) გამოყოფს ე.წ. ემოციის კანონებს. მისი მიხედვით, ემოცია წარმოიქმნება მოცემული სიტუაციის მნიშვნელობების სტრუქტურებზე პასუხად; სხვადასხვა სიტუაციის სტრუქტურიდან გამომდინარე, პასუხად სხვადასხვა ემოცია ყალიბდება. ამ მსჯელობის მიხედვით, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ემოციები, შესაძლოა, განიმარტოს კონტექსტიდან გამომდინარე. როგორც თავად ფრაიდა აღნიშნავს, მაგალითად, ემოცია გლოვა წარმოიქმნება გარკვეული პირადი დანაკლისისას, ბრაზი- შეურაცხყოფისას ან გაღიზიანებისას და ა.შ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ფრაიდა ყურადღებას ამახვილებს კონტექსტის გადამწყვეტ როლზე და აღნიშნავს, რომ ყველა ემოციას აქვს ობიექტი/გამომწვევი ფაქტორი. (ფრაიდა, 1988, გვ.349). თუმცა, რა ხდება, როდესაც არ არის საუბარი პირად განცდებზე და ემოციას განვიხილავთ, როგორც ინსტრუმენტს დამარწმუნებელი კომუნიკაციის დროს? ამ შემთხვევაში როგორ ქმნიან მოსაუბრეები სასურველ ემოციურ ფონს? კვლავ ფრაიდას მიხედვით, ემოციები წარმოიქმნება იმ ღონისძიებებზე პასუხად, რომელიც ინდივიდისთვის მნიშვნელოვანია და ამ მნიშვნელოვნებას ინდივიდი ასე თუ ისე აფასებს. აქედან გამომდინარე, დადებითი ემოცია წარმოიქმნება მაშინ, როცა ინდივიდი აღწევს მიზანს; ის, რაც ზიანს აყენებს ან საფრთხეს უქმნის ინდივიდს, იწვევს ნეგატიურ ემოციებს. ასევე, ემოცია, შესაძლოა, გამოწვეული იყოს ახალი ან მოულოდნელი ღონისძიების შედეგადაც. (ფრაიდა, 1988, გვ.349).

ემოცია, როგორც ფსიქოლოგიური, სოციოლინგვისტური, კულტურული და კოგნიტური პროცესი წარმოადგენს ინდივიდის კონცეპტუალური სისტემის ნაწილს, რომელიც რიგ სოციალურ სიტუაციებში განსაზღვრავს ქცევის თავისებურებებს და მონაწილეობს ღირებულებებისა და შეფასებების შექმნასა და მათ ვერბალურ თუ არავერბალურ გამოხატულებაში. ერთი მხრივ, ემოციის ფრეიმინგი შეგვიძლია განვახორციელოთ ემოციის გამომხატველი ლექსიკური ბადის გამოყენებით, რომელიც უშუალო კავშირშია კონკრეტულ ენასთან და ამ ენაზე მოსაუბრე სოციუმის რწმენა-წარმოდგენებთან. ემოციის ფრეიმინგის აღნიშნულ მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ შემდეგი შემთხვევები, როდესაც ერთი პიროვნება, ემოციის გამოსახატად, პირდაპირ იყენებს ემოციის აღნიშნულ ლექსიკურ ერთეულებს:

მე შენ მიყვარხარ; (ლექსიკური ერთეული სიყვარული; ემოცია - სიყვარული);

მე შენ მძულხარ; (ლექსიკური ერთეული სიძულვილი; ემოცია - სიძულვილი);

აღნიშნულ მაგალითებში ემოციას კონკრეტული ადრესატი ჰყავს. შესაბამისად, გადმოცემული მესიჯის მოსმენის შემდეგ ადრესატი ამ მესიჯის ემოციურ ღირებულებას ორი კატეგორიის მიხედვით აფასებს; კერძოდ, დადებითად ან უარყოფითად. დადებითად შეფასების შემთხვევაში ემოციის ფრეიმინგის შედეგად ადრესატში აღიძვრება ასევე დადებითი ემოციები, რაც, კონტექსტის მიხედვით, შეიძლება განსხვავდებოდეს, მაგალითად, სიყვარული, ბედნიერება, სიხარული და სხვა; ხოლო უარყოფითად შეფასების შემთხვევაში, ადრესატში აღიძვრება აგრეთვე უარყოფითი ემოციები, როგორცაა ბრაზი, სიძულვილი, წყენა და სხვა.

მეორეს მხრივ, ემოციის ფრეიმინგის სხვა მაგალითია, როდესაც მოსაუბრე არ იყენებს ემოციის გამომხატველ ლექსიკურ ერთეულებს, არამედ მიმართავს კონცეპტუალურ მეტაფორებს:

მეცხრე ცაზე ვარ; (ემოცია - სიხარული; სიხარული = ზემოთ);

თითქოს მიწა გამისკდა და შიგ ჩამიტანა; (ემოცია - სირცხვილი; სირცხვილი = ქვემოთ);

ემოციის ფრეიმინგზე საუბრისას, მნიშვნელოვანია ასევე შევხებით კულტურის საკითხს. პირველ თავში წარმოდგენილი მსჯელობის მიხედვით ვნახეთ, რომ

კულტურია მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ემოციის ფრეიმინგის კონტექსტში. როდესაც ემოციის ფრეიმინგი ხდება არა ემოციის გამომხატველი ლექსიკური ბადით, არამედ ნაგულისხმებია ფრაზაში ან ვრცელ ნარატივში, საჭიროა კომუნიკაციის მონაწილე წევრების კულტურული მიკუთვნების გათვალისწინებაც. მაგალითად, საჯარო გამომსვლელი, რომელიც ფემინური კულტურის წარმომადგენელ საზოგადოებას ესაუბრება ქალთა როლებზე და სურს დაარწმუნოს მსმენელი, რომ ქალისა და მამაკაცის უფლებები უნდა იყოს თანაბარი, დადებითად შეფასდება. ანუ, ემოციის ფრეიმინგის შედეგად, მსმენელი საზოგადოება მის გამოსვლას შეაფასებს დადებითად. იგივე საჯარო გამომსვლელი მასკულინური კულტურის წარმომადგენლებთან შეიძლება უარყოფითად შეფასდეს და შესაბამისად, ვერ მოახდინოს ემოციის ფრეიმინგი წარმატებულად, რადგან საჯარო გამომსვლელისა და საზოგადოების კულტურა, შესაბამისად რწმენა-წარმოდგენები არ იქნება საზიარო; აქედან გამომდინარე, ჰოფსტედეს მიერ კულტურის კატეგორიზაცია ოთხ ელემენტად საკითხის კვლევის დროს, გვეხმარება, გამოვყოთ საჯარო გამომსვლელის კულტურული ღირებულებები და მივაკუთვნოთ მისი გამოსვლა კონკრეტული კულტურის სახეს. ამ საშუალებით, ემოციის ფრეიმინგის პროცესში ცხადი ხდება გადაცემული მესიჯის ნაგულისხმები ემოციური ღირებულება. განვიხილოთ შემდეგი წარმოსახვითი სიტუაციები:

სიტუაცია 1:

შეყვარებული წყვილი რესტორანში სადილობს, სადილის ბოლოს ბიჭმა გოგონას შესთავაზა ანგარიშის გაყოფა;

სიტუაცია 2:

30 წელს გადაცილებული მეგობარი მამაკაცები საუბრობენ და ერთი ეუბნება მეორეს: „გუშინ ძალიან გავბრაზდი ჩემს ცოლზე, სამსახურიდან მოსულს, დაღლილს, სადილი არ დამახვედრა;“

დავსვათ შემდეგი შეკითხვა, რა ემოციის კომუნიკაცია სურდათ მოსაუბრეებს? თუ მოსაუბრე ქართველია, ლოგიკურად დავასკვნით, რომ პირველი სიტუაციის პერსონაჟი ძუნწია და ამ შემთხვევაში, მის მიერ გადაცემული ფრაზის ემოციური ღირებულება გულისხმობს გოგონას მიმართ ინტერესის არქონას. ახლა დავფიქრდეთ შემთხვევაზე, თუ აღნიშნული პერსონაჟი არის დასავლური კულტურის წარმომადგენელი, მაგალითად ამერიკელი, ბრიტანელი ან გერმანელი.

ამ შემთხვევაში ვიფიქრებთ, რომ მისი მესიჯის ემოციური ღრებულება გულისხმობს გოგონას მიმართ პატივისცემას, რომ ბიჭს არ სურს გოგონამ იფიქროს, რომ თავს რამით მასზე მაღლა აყენებს და ამ საქციელით აჩვენებს, რომ პატივს სცემს მას, როგორ ყველანაირად თანასწორ პარტნიორს;

მეორე სიტუაციის შემთხვევაში, თუ ქართველი ესაუბრება ქართველს, ხორციელდება უარყოფითი ემოციის ფრეიმინგი, მაგალითად, მამაკაცი გამოხატავს უკმაყოფილებას, ბრაზს, იმედგაცრუებას; მაგრამ, თუ ქართველი ესაუბრება ეროვნებით არა ქართველს, არამედ ამერიკელს, ბრიტანელს ან სხვა დასავლური კულტურის წარმომადგენელს ემოციის ფრეიმინგი წარუმატებელი იქნება, რადგან ფემინური კულტურის წარმომადგენლისთვის მორალურად არასწორ ღირებულებას გაუსვამს ხაზს.

აღნიშნული სიტუაციები ცხადყოფენ, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია კულტურის ცოდნა ემოციის ფრეიმინგის კვლევისას, რადგან, როგორც ზემოთ დახატულმა სიტუაციებმა გვაჩვენა, ემოციის შეფასებაში დიდ როლს თამაშობს ინდივიდების რწმენა-წარმოდგენები, რაც კულტურიდან მომდინარეობს. შესაბამისად, ჰოფსტედეს კულტურული განზომილებები საშუალებას გვაძლევს, მივიღოთ საჭირო ინფორმაცია კულტურის შესახებ ემოციის ფრეიმინგის კვლევისას;

1.5 ემოცია საჯარო გამოსვლების კონტექსტში

ნაშრომში მიმოვიხილეთ ემოციის თეორიები, რომლებიც სხვადასხვა ასპექტით განიხილავდნენ ჩვენთვის საინტერესო საკითხს. განსაკუთრებით საყურადღებოა კოგნიტური, კომუნიკაციური და ლინგვისტური თეორიები, რადგან ისინი გვაწვდიან ინფორმაციას ემოციის როგორც კომუნიკაციის, ასევე, მისი კონსტრუირების შესახებ, რაც აუცილებელია დარწმუნებისა და ემოციის ფრეიმინგის შესწავლისას.

სემანტიკური ფრეიმების შესახებ არსებული თეორია (ფილმორი 1976) და განხილული ფრეიმები მნიშვნელოვანია, რადგან გვაჩვენებს, თუ როგორ შეიძლება მოსაუბრემ „გააღვიძოს“ ემოციასთან დაკავშირებული სხვადასხვა ფრეიმები. მეორე

მხრივ, ჩნდება შეკითხვა, თუ როგორ შეიძლება ეს თეორია დაუკავშირდეს ჩვენს საკვლევ საკითხს, რომელიც, როგორც ვთქვით, შედარებით უფრო ფართო მასშტაბით განიხილავს ემოციის ფრეიმინგს, იმ თვალსაზრისით, რომ არ ინტერესდება საკითხის მხოლოდ წინადადების დონეზე შესწავლით, არამედ მეტ ყურადღებას ამახვილებს თავად დისკურსზე და შესაბამისად, ცალკეული წინადადებების ანალიზის ნაცვლად, ინტერესდება ემოციის ფრეიმინგის აქტუალიზაციით წინადადებაზე ვრცელ კონტექსტში. კვლევის ძირითადი მეთოდოლოგია ეფუძნება ფრეიმულ ანალიზს, თუმცა საკითხს უდგება სხვადასხვა კუთხიდან, კერძოდ, როგორცაა ემოციის ფრეიმინგის ანალიზი თემატური და ეპიზოდური ფრეიმების აქტუალიზაციის შედეგად. საერთო ჯამში, ყალიბდება კომპლექსური ხედვა დარწმუნებითი კომუნიკაციის დისკურსში ემოციის ფრეიმინგის შესახებ.

ტექსტისთვის ემოციური ღირებულების მინიჭების ერთ-ერთ საშუალებად შეგვიძლია დავასახელოთ ენობრივ-გამომხატველობითი საშუალებები, რომლებსაც საჯარო გამომსვლელები იყენებენ რათა მეტი ექსპრესიულობითა და დრამატიზმით გადმოგვცენ შინაარსი. ამგვარ ენობრივ-გამომხატველობით საშუალებებად შეგვიძლია დავასახელოთ მეტაფორა, გაზვიადება, სხვადასხვა სახის გამეორება, ირონიის, სარკაზმის გამოყენება, ხუმრობა და სხვა.

სხვადასხვა მხატვრული ხერხების აქტუალიზაციის გარდა, ემოციის ფრეიმინგის პროცესში ასევე მნიშვნელოვანია არავერბალური კომუნიკაციის რიგი ელემენტების გამოყოფა, რომლებიც მონაწილეობენ ემოციის აღძვრაში და შესაბამისად, როგორც შინაარსობრივი, აგრეთვე ემოციური ღირებულების გაცვლაში მოსაუბრესა და მსმენელს შორის. არავერბალური კომუნიკაცია ისეთივე მნიშვნელოვანია წარმატებული სოციალური ინტერაქციისთვის, როგორც ვერბალური. სხვადასხვა დეტალს, როგორცაა მიმიკა, საუბრის მანერა, პოზა და სხვა შესაძლებელია განსხვავებული მნიშვნელობები ჰქონდეს და გამოხატავდეს განსხვავებულ ემოციურ ფონს. ასევე, გასათვალისწინებელია არავერბალური კომუნიკაციის განსხვავებული მნიშვნელობა ინტერკულტურულ კონტექსტში. თანამედროვე სამყაროში აუცილებელიც კი არის, უცხო კულტურის შესწავლისას, ყურადღება გავამახვილოთ არავერბალურ კომუნიკაციაზე, თუ გვსურს წარმატებული და ეფექტური კომუნიკაციის დამყარება. შეგვიძლია გამოვყოთ

არავერბალური კომუნიკაციის სხვადასხვა ელემენტები, როგორცაა კინესიკა, პროქსოდიკა, ტაკესიკა, პროქსემიკა.

კინესიკა წარმოადგენს სხეულის არალინგვისტურ მოძრაობებსა (მაგალითად, გაწითლება, მხრების აჩეჩვა ან თვალის მოძრაობა) და კომუნიკაციას შორის არსებული კავშირის სისტემურ შესწავლას. შესაბამისად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ კინესიკა საჯარო გამოსვლის კონტექსტში აკვირდება საჯარო გამომსვლელის ვიზუალურ ქმედებებს, რაშიც შესაძლოა იგულისხმებოდეს ინფორმაციის გადაცემა მიმიკით, მზერით, ჟესტიკულაციით და სხვა. ემოციის შესწავლის კონტექსტში კინესიკა დიდ როლს თამაშობს, რადგან, სახის გამომეტყველების მიხედვით, შეგვიძლია ამოვიცნოთ ადამიანის ემოციური მდგომარეობა. ბაზისური ემოციების შესახებ არსებული თეორიები კი მეტწილად ეფუძნება კვლევებს, რომლებიც კონცენტრირდებიან იმ უნივერსალური გამომეტყველებების ამოცნობით, რომლებსაც ვუკავშირებთ კონკრეტულ ემოციებს. შესაბამისად, ყველა ბაზისური ემოცია კულტურებს შორის გამოიხატება სახის გამომეტყველებით. (იხ. თავი I). აგრეთვე, შეგვიძლია ვიმსჯელოთ რამდენად მნიშვნელოვანია ემოციის კომუნიკაციის დროს ინტონაცია და საუბრის ტემპი. ენის რიტმულ და ინტონაციურ ასპექტს შეისწავლის პროქსოდიკა. შესაბამისად, საჯარო მეტყველების კონტექსტში ემოციის ფრეიმინგის კვლევისას, გარდა საკითხის კონცეპტუალური კვლევისა, საჭიროა ყურადღება გავამახვილოთ აღნიშნულ ექსტრალინგვისტურ ფაქტორებზე, რაც კომპლექსურად ახსნის როგორც დარწმუნების, ასევე ემოციის ფრეიმინგის როლს საჯარო გამოსვლებში.

ტაკესიკა სწავლობს შეხებას და შეხებით ზემოქმედებას, ხოლო პროქსემიკა ინტერესდება და შეისწავლის სივრცულ დაშორების სახეს, ხარისხს და ეფექტს ინდივიდებს შორის სხვადასხვა სოციალურ და ინტერპერსონალურ სიტუაციებში და აგრეთვე იმას, თუ როგორ უკავშირდება ეს დაშორება გარემო და კულტურის ფაქტორებს. ამრიგად, აღნიშნული ელემენტები საკმაოდ მნიშვნელოვანია ემოციის კომუნიკაციის კვლევაში, თუმცა, კონკრეტული ნაშრომი მეტად ინტერესდება დისკურსის შესწავლით, კონცენტრირდება არა მხოლოდ დარწმუნების დისკურსის სოციალური თუ კულტურული თავისებურებების გამოვლენაზე, არამედ, ტექსტის ემოციური ღირებულების ანალიზზე, რაც საშუალებას იძლევა ვიმსჯელოთ ემოციის ფრეიმინგის თავისებურებებზე საჯარო დისკურსში. თავად ემოციის ფრეიმინგი კი

განხილულია როგორც შედარებით ვრცელი და კომპლექსური პროცესის შემადგენელი ნაწილი; კერძოდ, საჯარო გამომსვლელები, რომელთათვისაც საზოგადოებასთან კომუნიკაციის მთავარ მიზნად დარწმუნებას განვიხილავთ, მისდევენ მსგავს სცენარს, რომელსაც შემდეგ თავში დარწმუნების სცენარი ეწოდება; ემოციის ფრეიმინგი კი შესაძლოა ითქვას ერთ-ერთი საფეხურია მსმენელში დარწმუნების მისაღწევად.

საჯარო დისკურსის კვლევისას ძირითადი ყურადღება მიჰყრობილია საჯარო გამომსვლელებზე და მის რიტორიკაზე. გრიფინი (2011) კომუნიკაციის თეორიების განხილვისას ყურადღებას ამახვილებს რიტორიკის შესწავლის საწყისებზე და საკმაოდ საინტერესო დეტალებს ანალიზებს. მაგალითად, საჯარო გამომსვლელს მსმენელი საზოგადოება შესაძლებელია განსხვავებული კუთხით აფასებდეს; როდესაც საჯარო გამომსვლელი აღიქმება პოზიტიურად, მსმენელი აფასებს მის, როგორც მოსაუბრის, ოსტატობას, ხოლო ნეგატიური კუთხიდან მსმენელი შესაძლოა აღიქმებოდეს როგორც გარკვეული სიმართლისადმი გულგრილი და არაერთგული. ეს ორი ურთიერთგამომრიცხავი შეფასების მოდელი მოქმედებს მსმენელის კონტექსტშიც, თხრობის სტილის არჩევისას. კერძოდ, ისმის კითხვა, უნდა იყოს თუ არა თხრობა რეალობის ზუსტი ასახვა, თუ გამართლებულია საჯარო გამომსვლელის მიერ სხვადასხვა ხერხების გამოყენება იმ მიზნით, რომ საზოგადოება დააინტერესოს და მასზე გავლენა მოახდინოს. აღნიშნული საკითხი, შესაძლოა, მხატვრული და არამხატვრული რიტორიკის არისტოტელესეულ განმარტებას დავუკავშიროთ, სადაც მხატვრული დარწმუნება გულისხმობს მოსაუბრის მიერ შექმნილ შინაგან მტკიცებას, ხოლო არამხატვრული- წარმოადგენს გარე მტკიცებულებებს, მაგალითად მოწმის ჩვენება ან სხვადასხვა სახის დოკუმენტები, წერილობითი შეთანხმებანი თუ სხვა (გრიფინი, 2011). ისმის ლოგიკური შეკითხვა, რამდენად ეთიკურია საზოგადოების შეხედულებებზე თამაში?

საჯარო გამოსვლის და, ზოგადად, ორატორიის კვლევის საფუძვლებთან თუ დავბრუნდებით, არისტოტელესეული გააზრებით, რიტორიკა შესაძლოა განვმარტოთ როგორც დარწმუნების საშუალება. როგორც გრიფინი მიმოიხილავს (2011), არისტოტელე საკმაოდ სკეპტიკურად იყო განწყობილი ემოციით წარმართულ საჯარო ორატორიისადმი და ამჯობინებდა ლოგიკაზე დაფუძნებულ დისკუსიას. თუმცა, პათოსის თეორია გვთავაზობს არა აუდიტორიის ემოციებით სარგებლობას,

არამედ ამ ემოციების გამოყენებას, როგორც სოციუმისთვის სასარგებლო მაკორექტირებელი ღონისძიებისა, რაც ეხმარება გამომსვლელს ემოციური მოწოდებების შემუშავებაში, რათა შთააგონოს მსმენელი საზოგადოებისთვის სასარგებლო გადაწყვეტილების მიღებისთვის. შესაბამისად, არისტოტელე გამოყოფს ურთიერთსაპირისპირო ემოციათა ჯგუფს და განიხილავს, თუ რა არის საჭირო იმისთვის, რომ ეს ემოციები აღიძრას მსმენელში. ხსენებული ჯგუფებია: ბრაზი და თვინიერება; სიყვარული/მეგობრობა და სიძულვილი; შიში და რწმენა; განწყობა და შებრალება; აღტაცება და შური. შემოთავაზებული მოდელი, შესაძლოა, აღვიქვათ როგორც ადამიანის ფსიქოლოგიის შესწავლის საფუძველიც. თუ პარალელს გავავლებთ პირველ თავში მიმოხილულ ემოციის თეორიებთან, სახეზეა ე.წ. ორფაქტორიანი მოდელი, რომელიც გულისხმობს ურთიერთსაპირისპირო საწყისების შეპირისპირებას, როგორცაა მუდმივი ბრძოლა კარგსა და ცუდს შორის, ან კეთილსა და ბოროტს შორის. შესაბამისად, საჯარო გამომსვლელს მსმენელიც აფასებს აღნიშნული ორპოლუსიანი სისტემით, როგორც კარგს ან ცუდს, სარწმუნოს ან საეჭვოს, მართალს ან მტყუანს და სხვა. ამრიგად, იდეალური საჯარო მეტყველის მთავარ ნიშნად არისტოტელე გამოყოფს ზომიერებას, როგორც ოქროს შუალედს (გრიფინი, 2011).

რიტორიკაზე საუბრისას, ასევე აღსანიშნავია კენეთ ბურკეს (1963) მიდგომა, რომელიც ყურადღებას ამახვილებს დრამატიზმზე და, აგრეთვე, მსმენელში მოტივაციის აღძვრაზე. საინტერესოა როგორ განმარტავს ადამიანს:

“Man is the symbol-using (symbol-making, symbol-misusing) animal inventor of the negative (or moralized by the negative) separated from his natural condition by instruments of his own making goaded by the spirit of hierarchy (or moved by the sense of order) and rotten with perfection. “ (Burke, 1963, p.507)

განმარტების თანახმად, ადამიანი მოიხსენიება უარყოფითის (negative) შემქმნელად. თუ მორალურ პრინციპებზე ვისაუბრებთ, საინტერესოდ შეიძლება აღინიშნოს, რომ მორალური პრინციპები, ძირითადად, გამოხატულია უარყოფით (მაგალითად ათი მცნებიდან: არა კაც-კლა; არა იპარო; არა ჰქმნა თავისა შენისა კერპი... და სხვა). შესაბამისად, არჩევანის საშუალებაც შექმნილია ენის საშუალებით, რადგან, თუ დავფიქრდებით, სამყაროში სადაც ადამიანი არ არსებობს, არც აკრძალვები თუ უარყოფა იარსებებს. ამრიგად, ბურკეს მიხედვით სიმბოლო „არა“

ადამიანის შექმნილია. როდესაც საჯარო გამომსვლელი ცდილობს ემოციური გავლენის მოხდენას, მსმენელში ემოციის აღძვრის მიზეზად, შესაძლოა, კათარზისი დავასახელოთ, რომელიც მიიღწევა საზოგადოების წინაშე მსხვერპლის როლის მორგებით, ან თუ თავად საჯარო გამომსვლელი არ არის მსხვერპლი, სხვა „პერსონაჟის“ შეთავაზებით, რომელიც ითამაშებს ე.წ. „განტევების ვაცის“ როლს. მრავალი სახის დანაშაული, წყენა და შიში შეიძლება შევკრიბოთ მსხვერპლის განსასახიერებლად. ამრიგად, თავის მსხვერპლად წარმოჩენა, შესაძლოა, გულისხმობდეს პროცესს, როდესაც მოსაუბრე ახსენებს „მტერს,“ რომელიც ინდივიდისთვის ყველა პირადი თუ საზოგადოებრივი ტანჯვის გამომწვევია. ასევე შესაძლოა საკითხს მეორე მხრიდან შევხედოთ და ვისაუბროთ თავის მსხვერპლად წარმოჩენაზე, იმ გაგებით, როდესაც ჩვენი ტანჯვის მიზეზი არა გარე პირია, არამედ საკუთარი ნაკლოვანებები და შეცდომები. ამ შემთხვევაში, კათარზისი მიიღწევა დანაშაულის გრძნობის საჯარო აღიარებით და პატიების თხოვნით. ასე რომ, დრამის პრინციპი ნაგულისხმევია მოქმედების იდეაში, ხოლო მსხვერპლის პრინციპი - დრამის ბუნებაში და უარყოფა რადიკალურად მნიშვნელოვანია მსხვერპლი ელემენტების განსაზღვრისთვის. (ბურკე, 1963).

საჯარო მეტყველების კონტექსტში ემოცია განიხილება დარწმუნების შემადგენელ ნაწილად, სადაც კომუნიკაცია არის დრამა იმ გაგებით, რომ მოსაუბრე ცდილობს საზოგადოება დაარწმუნოს საკუთარ შეხედულებებსა და რეალობაში. შესაბამისად, გამოვყოფთ ემოციას როგორც დადებითისა და უარყოფითის მუდმივ შეპირისპირებას. იმის მიხედვით, თუ რამდენად წარმატებით განახორციელებს მოსაუბრე დარწმუნებას მსმენელში აღიძვრება დათებითი ან უარყოფითი შეფასება როგორც მოსაუბრის მიმართ, აგრეთვე საუბრის თემისა და სცენარის მიმართ.

I თავის დასკვნა

ნაშრომის პირველი თავის ძირითადი ფოკუსი მიმართული იყო ემოციისკენ და მას განიხილავდა ინტერდისციპლინური კუთხით, რაც გულისხმობს ემოციის შესწავლას ფსიქოლოგიის, კულტუროლოგიის, ლინგვისტიკისა და კოგნიტოლოგიის თვალსაზრისით. შესაბამისად, დისერტაციის პირველი თავი ეძღვნებოდა ემოციის სოციოლინგვისტური და კულტურული ასპექტების გამოვლენას.

დასკვნის სახით, ემოციაზე მსჯელობისას შეგვიძლია აღვნიშნოთ ემოციის კომპლექსურობა იმ კუთხით, რომ საკითხის შესწავლის სხვადასხვა, ხსენებული და გაანალიზებული მიდგომა, ერთი მხრივ, გვაძლევს მხოლოდ ფრაგმენტულ ცოდნას ემოციის შესახებ, რომელთა „გაერთიანების“ შედეგად ვიღებთ შედარებით რთულ სისტემას, რომელსაც, შესაძლოა, ემოციის ფრეიმინგიც ვუწოდოთ.

წინამდებარე დისერტაციის კვლევის ობიექტია საჯარო გამოსვლების დისკურსი, რომელზე დაკვირვებითაც უნდა ამოიხსნას ემოციის ფრეიმინგის პრინციპები დარწმუნებითი ხასიათის კომუნიკაციაში. შესაბამისად, ემოციის შესახებ ჩატარებული ვრცელი თეორიული კვლევის შედეგად, შეგვიძლია დავახასიათოთ და განვმარტოთ ემოციის ფრეიმინგის არსი და მისი თავისებურებები.

ფსიქოლოგიის კუთხით მიმოხილული თეორიები მნიშვნელოვანია, რადგან ინფორმაციას გვაწვდის ემოციის გამოხატვისა და აღქმის დროს ფიზიოლოგიური და კოგნიტური პროცესების ურთიერთქმედებაზე, რისი გააზრებაც აუცილებელია ემოციის საჯარო გამოსვლის კონტექსტში წარმატებული კვლევისთვის. მიუხედავად არსებულ აზრთა სხვადასხვაობისა, ყველა თეორია საუბრობს ემოციის მნიშვნელობაზე და მთავარ მახასიათებლებზე. როგორც ნებისმიერ სოციალურ კონტექსტში, ასევე კომუნიკაციის დროს და, განსაკუთრებით, დარწმუნებითი კომუნიკაციის დროს, ემოცია წარმოადგენს სტიმულზე პასუხს და თვისობრივად იგულისხმება, რომ აღძრული ემოცია პირველ ეტაპზე ხასიათდება, როგორც ორფაქტორიანი სისტემა, დადებითი და უარყოფითი და/ან ან სასიამოვნო და არასასიამოვნო ემოციის დაპირისპირება. როდესაც, ამ ორპოლუსიან შკალაზე ემოცია იდენტიფიცირდება, შემდეგ ერთვება რიგი პროცესები კონკრეტული ემოციის დეკოდირებასა თუ კომუნიკაციაში, რაც დამოკიდებულია როგორც ფიზიოლოგიურ, ფსიქოლოგიურ/კოგნიტურ, აგრეთვე კულტურისა და სოციუმის გავლენაზეც. შესაბამისად, აუდიტორიაში არსებული x რაოდენობა მსმენელში, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ აღქმული ემოციის იდენტურობის შანსი ძალიან დაბალია, რადგან, იმის მიუხედავად, რომ ყველა მსმენელი, შესაძლოა, გადმოცემულ მესიჯს შიფრავს, როგორც ბედნიერებას, განცდა თითოეულ მსმენელში განსხვავებული იქნება. ამრიგად, შესაძლებელია კონკრეტული ემოციის დეკოდირება, თუმცა ემოციური ფონი მსმენელში განსხვავებულია.

ძლიან მნიშვნელოვანია კულტურის როლის განხილვა ემოციის ფრეიმინგის შესწავლისას, რადგან, როგორც ზემოთ აღინიშნა, ემოციის ე.წ. „კულტურული“ მოდელები ქმნიან ერთგვარ სისტემურ ინფორმაციას კონკრეტული ენის მიერ ემოციის კონცეპტუალიზაციის შესახებ. ემოცია შეიძლება აღვიქვათ, როგორც მცირე ნარატივი, რომელიც წარმოადგენს სცენარის მსგავს კოგნიტურ სტრუქტურას, რომელსაც გააჩნია გამომწვევი მიზეზი და შედეგი. შესაბამისად, ემოცია განვმარტეთ, როგორც კონცეპტუალური მოდელი, რომელიც სპეციფიურ დისკურსში განსაზღვრავს ინდივიდის ქცევის მოდელს. ამ კონკრეტულ შემთხვევაში ქცევაში იგულისხმება საჯარო გამოსვლის დადებითი ან უარყოფითი შეფასება. საჯარო გამოსვლების კონტექსტში მთქმელი ემოციის კომუნიკაციას ახდენს როგორც ლინგვისტური, აგრეთვე არალინგვისტური ელემენტების აქტუალიზაციით. წინამდებარე ნაშრომში მეტ ყურადღებას ვამახვილებთ ლინგვისტურ ელემენტებზე. ტექსტისთვის ემოციური ღრებულების მისანიჭებლად საჯარო გამომსვლელები იყენებენ სხვადასხვა მხატვრულ ხერხებსა თუ რიტორიკულ ელემენტებს. ამრიგად, გამოსვლა ხდება მეტად ექსპრესიული და ემოციური. როდესაც ვსაუბრობთ საჯარო გამოსვლის ემოციურობაზე, მხედველობაში გვაქვს მსმენელის შეფასება. კერძოდ, რამდენად იმოქმედა გადაცემულმა ლინგვისტურმა მესიჯმა მსმენელის განწყობაზე.

თავი II დარწმუნებითი კომუნიკაციის სოციოლინგვისტური ასპექტები

2.1 დარწმუნებითი კომუნიკაცია და ემოცია

ერთი შეხედვით, კომუნიკაცია ჩვენი ცხოვრების ყოველდღიურობაა და შეიძლება ითქვას, სასიცოცხლო ელემენტსაც წარმოადგენს წარმატებული სოციალური ცხოვრებისთვის. თითქოს მარტივი და ყველასათვის ცნობილი, ამავდროულად, იგი, შესაძლებელია, საკმაოდ კომპლექსურ მოვლენას წარმოადგენდეს. ნებისმიერ კონტექსტში მნიშვნელოვანია კომუნიკაციის დამყარება, და შესაბამისად, სოციალური კავშირის გამყარება.

მერიემ ვებსტერის ონლაინ ლექსიკონში კომუნიკაცია შემდეგნაირად განიმარტება:

1a: a process by which information is exchanged between individuals through a common system of symbols, signs, or behavior the function of pheromones in insect communication also : exchange of information

b: personal rapport a lack of communication between old and young persons

2a: information communicated: information transmitted or conveyed

b: a verbal or written message The captain received an important communication.

3 communications plural

a: a system (as of telephones or computers) for transmitting or exchanging information wireless electronic communications

b: a system of routes for moving troops, supplies, and vehicles

c: personnel engaged in communicating: personnel engaged in transmitting or exchanging information

4communications plural in form but singular or plural in construction

a: a technique for expressing ideas effectively (as in speech)

b: the technology of the transmission of information (as by print or telecommunication)

5: an act or instance of transmitting the communication of disease

banatomy: a connection between bodily parts. Surprisingly little is known about the communication between the alveolar and terminal bronchiolar surfaces...— Richard C. Boucher⁸

ამ განმარტების მიხედვით შეგვიძლია გამოვყოთ ტერმინის სხვადასხვანაირი გაგება. უპირველესად, კომუნიკაცია წარმოადგენს ინფორმაციის გაცვლის პროცესს კომუნიკანტთა საზიარო სიმბოლოების, ნიშნებისა და ქცევის გათვალისწინებით. მეორე განმარტების მიხედვით, კომუნიკაცია გულისხმობს ინფორმაციის გადაცემას ან ნაგულისხმებ ინფორმაციას. ასევე კომუნიკაცია შესაძლებელია აღიქმებოდეს როგორც იდეების გამოხატვის ტექნიკა ან ინფორმაციის გადაცემის სისტემა, როგორცაა, უსადენო ელექტრონული კომუნიკაციები და სხვა. მიუხედავად განსხვავებისა, კომუნიკაციის ყველა ხსენებული განმარტება გულისხმობს ინფორმაციის გაცვლა-გადაცემას, ხოლო ძირითადი განსხვავებები დამოკიდებულია

⁸ “Communication.” Merriam-Webster.com Dictionary, Merriam-Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/communication>. Accessed 13 Jun. 2022. (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/communication>)

1a: პროცესი, რომლითაც ხდება ინფორმაციის გაცვლა ინდივიდებს შორის სიმბოლოების, ნიშნების ან ქცევის საერთო სისტემის მეშვეობით, ფერომონების ფუნქცია ასევე მწერების კომუნიკაციაში: ინფორმაციის გაცვლა.

ბ: პირადი ურთიერთობა: ხანდაზმულებსა და ახალგაზრდებს შორის კომუნიკაციის ნაკლებობა

2a: გადაცემული ინფორმაცია: გადაცემული ან ნაგულისხმები ინფორმაცია

ბ: სიტყვიერი ან წერილობითი შეტყობინება: კაპიტანმა მიიღო მნიშვნელოვანი შეტყობინება.

3 კომუნიკაციები მრავლობით ფორმაში

ა: სისტემა (ტელეფონების ან კომპიუტერების მსგავსად) ინფორმაციის გადაცემის ან გაცვლის უსადენო ელექტრონული კომუნიკაციებისთვის

ბ: ჯარების, მარაგებისა და მანქანების გადაადგილების მარშრუტების სისტემა

გ: პერსონალი, რომელიც დაკავებულია კომუნიკაციით: პერსონალი, რომელიც დაკავებულია ინფორმაციის გადაცემით ან გაცვლით

4 კომუნიკაცია მრავლობითი ფორმით, მაგრამ მხოლოდითი ან მრავლობითი კონსტრუქციით

ა: იდეების ეფექტურად გამოხატვის ტექნიკა (როგორც მეტყველებაში)

ბ: ინფორმაციის გადაცემის ტექნოლოგია (როგორცაა ბეჭდვითი ან სატელეკომუნიკაციო)

5: დაავადების გადაცემის აქტი ან შემთხვევა

6 ანატომია: კავშირი სხეულის ნაწილებს შორის. გასაკვირია, რომ ცოტა რამ არის ცნობილი ალვეოლურ და ტერმინალურ ბრონქიოლურ ზედაპირებს შორის კომუნიკაციის შესახებ... - Richard C.

Boucher

გამოყენებული ინფორმაციის მოდელზე. ჩვენ განსაკუთრებით გვინტერესებს კომუნიკაცია ლინგვისტიკის ჭრილში, კერძოდ, როგორ ხდება ინფორმაციის გაცვლა საჯარო მეტყველების დროს, მოსაუბრიდან მსმენელამდე.

შეიძლება ითქვას, რომ კომუნიკაციის როგორც დამოუკიდებელი დისციპლინის შესწავლა საკმაოდ გვიან დაიწყო, კერძოდ, მეოცე საუკუნიდან. სწორი და წარმატებული კომუნიკაციისთვის, ნებისმიერ დისკურსში, მნიშვნელოვანია გადაცემული მესიჯი სწორად გაიშიფროს. მესიჯის გაშიფვრაში არ იგულისხმება მხოლოდ ვერბალური ინფორმაციის დეკოდირება. ხშირ შემთხვევაში, არავერბალური ფაქტორები, როგორცაა, მაგალითად, ქესტიკულაცია ან სახის გამომეტყველება, დიდ როლს თამაშობს ინფორმაციის სწორად გაგებაში. თუმცა, ასევე საკვანძო მნიშვნელობას იკავებს ემოცია, რადგან, ხშირად მხოლოდ ინტონაციასა თუ ქესტიკულაციაზე დაკვირვება არ არის საკმარისი სწორი ემოციური ტონის ამოცნობისთვის.

იმისთვის, რომ სოციუმის წევრებს ერთმანეთის ესმოდეთ, აუცილებელია არსებობდეს ურთიერთნდობა, რის საფუძველზეც იგება ურთიერთობა და საერთო რეალობა საზოგადოების წევრებს შორის. შესაბამისად, ყალიბდება ე.წ. შიდა ჯგუფობრივი ემოცია, რაც გულისხმობს ჯგუფის წევრებს შორის საზიარო სიმბოლოებისა და რწმენა-წარმოდგენების გააქტიურებას და კონკრეტულ საკითხზე შესაბამის ემოციურ პასუხს.

საინტერესოა შეკითხვა: რა არის კომუნიკაციის მიზანი, გარდა იმისა, რომ კონკრეტული მესიჯი გადავცეთ მსმენელს? პრობლემის უფრო ღრმად შესასწავლად, შესაძლოა, დავსვათ შეკითხვა, რა არის ვერბალური მესიჯის მიზანი ვერბალური მესიჯის მიზანი ვერ იქნება მხოლოდ ინფორმაციის გადაცემა, რადგან ყოველდღიურად, კომუნიკაციის პროცესში ვიყენებთ ისეთი შინაარსის წინადადებებს, რასაც მხოლოდ ინფორმაციული ღირებულება არ აქვს. აქედან გამომდინარე, შესაძლებელია ვისაუბროთ დარწმუნებაზე, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთ მთავარ მიზანზე. შესაძლებელია ითქვას, რომ, გარდა ინფორმაციის გადაცემისა, მოსაუბრე, კომუნიკაციის დამყარებისას, ასევე გავლენას ახდენს მსმენელის შეფასებებზე, მოტივაციასა და ემოციურ მდგომარეობაზე, აქედან გამომდინარე, დარწმუნება, შესაძლოა, ჩაითვალოს ნებისმიერი კომუნიკაციის თანმდევ ნაწილად. თუმცა, ყველა მეცნიერი ვერ თანხმდება იმაზე, თუ რამდენად

სდევს დარწმუნებითობა ყველა ტიპის კომუნიკაციას. ერთი რამ ცხადია, საჯარო გამოსვლებში, განსაკუთრებით პოლიტიკურ დისკურსში, დარწმუნებითი კომუნიკაციის სტრატეგიები დიდ როლს თამაშობს. მეორეს მხრივ, დარწმუნებითი კომუნიკაცია, რა თქმა უნდა, არ შემოიფარგლება მხოლოდ პოლიტიკური დისკურსით და ნებისმიერი სოციალურად მნიშვნელოვანი თემის გარშემო, შესაძლოა, გამოიყენებოდეს საჯარო გამომსვლელთა მიერ. ასევე მივიჩნევთ, რომ დარწმუნებითობის ფუნქცია, ნებისმიერი ტიპის კომუნიკაციის ნაწილია და არ უნდა მივაკუთვნოთ მხოლოდ ერთ, კონკრეტულ კონტექსტს. თუმცა, შეიძლება ვისაუბროთ დარწმუნებაზე, როგორც საჯარო გამოსვლების ერთერთ საკვანძო ელემენტზე.

დარწმუნებით კომუნიკაციაზე საუბარი რიტორიკის მიმოხილვით უნდა დავიწყოთ. წიგნში “მოტივების რიტორიკა” (1969) (The rhetorics of motives) ბურკე მიმოხილავს რიტორიკის დიაპაზონს, ტრადიციულ გააზრებასა და წყობას, სადაც ბევრ საინტერესო თემას ეხება და ნათლად გვაჩვენებს რიტორიკის არსს ძველი საბერძნეთის მოაზროვნეებიდან შუა საუკუნეებამდე. როგორც თავად ავტორი აღნიშნავს შესავალში, მისი მიზანი იყო, ეჩვენებინა, თუ როგორ შეიძლება რიტორიკულმა ანალიზმა ნათელი მოჰფინოს ლიტერატურულ ტექსტებსა და ადამიანების ურთიერთობებს. (ბურკე, 1969, გვ.XIV). ერთ-ერთი საინტერესო ნაწილი მოტივების რიტორიკიდან ეხება: "მიმართვის" რიტორიკას (ბურკე, 1969, გვ.37), ხსენებულ თავში ავტორი ახსენებს რიტორიკის ერთ-ერთ კომპონენტს ე. წ. „მორალიზების პროცესს.“ ეს პროცესი, ძირითადად, გულისხმობს მსმენელის მიერ გარკვეული იდენტობის შექმნას, რომელიც მორგებული უნდა იყოს საზოგადოებისთვის საზიარო ნორმებზე, იმისთვის, რომ დარწმუნების პროცესი წარმატებულად წარიმართოს. როგორც ლოვენტალი და გუტერმანი (1949) აღნიშნავენ, „აგიტატორი“ არ წარსდგება მსმენელის წინაშე როგორც აუთსაიდერი, არამედ თავს წარმოაჩენს როგორც ჯგუფის წევრი. იგი მუშაობს ჯგუფის შიგნიდან და აღვიძებს ჯგუფში მიძინებულ თემებს. (ლოვენტალი და გუტერმანი, 1949, გვ.5). აქედან გამომდინარე, საჯარო გამომსვლელისთვის პირველი და ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპია იდენტობის კონსტრუირება, რომელიც მეტწილად ეფუძნება მსმენელთათვის მიღებულ რწმენა-წარმოდგენებს და სოციალურ ნორმებს. იმის მიხედვით, თუ რა ტიპის კულტურის წარმომადგენელია მოსაუბრე, ან რა ტიპის

საზოგადოების წინაშე წარსდგება იგი, შესაძლებელია წინასწარ განისაზღვროს ის ფასეულობები, რომლებიც მოსაუბრის „სასცენო იდენტობის“ შექმნის საფუძველს წარმოადგენენ. მაგალითად, თუ მსმენელი საზოგადოება წარმოადგენს მეტად ინდივიდუალისტურ კულტურას (ჰოფსტედე, 1983), თვისებები, როგორცაა შემწყნარებლობა, ტოლერანტობა, თავისუფალი აზრის პატივისცემა, პიროვნული განვითარება და კარიერული წარმატება უფრო მეტად ფასეული იქნება საზოგადოებისთვის, ვიდრე ისეთი თვისებები, როგორცაა, მაგალითად, საკუთარი ინტერესების ჩახშობა გარკვეული ჯგუფის სასარგებლოდ, ვიწრო და სწორხაზოვანი აზროვნების ფორმა და სხვა. კვლავ ბურკეს მიხედვით, მომხსენებლის „დარწმუნებითი“ მოქმედება შეიძლება მიზნად ისახავდეს აუდიტორიის გათვითცნობიერებას და მოსაუბრისა და მსმენელის ინტერესების გაიგივებას; ხოლო მომხსენებელი, თავის მხრივ, გამოკვეთს მსმენელ საზოგადოებასთან საზიარო ინტერესებს, რათა დაამყაროს ურთიერთობა მსმენელთან. ასე რომ, დარწმუნების, საერთო ინტერესების ამოცნობისა და კომუნიკაციის მნიშვნელობები საკმაოდ მჭიდროდ უკავშირდება ერთმანეთს. (ბურკე, 1969, გვ.46).

კენეთ ბურკეს მიხედვით, რიტორიკის მთავარი ინტერესის სფეროა ადამიანთა რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირება გარკვეული პოლიტიკური შედეგის მისაღებად. იგი რიტორიკას განმარტავს როგორც, მოსაუბრის მიერ მსმენელში დამოკიდებულებების შექმნას ან კონკრეტული მოქმედებების გამოწვევას. (ბურკე, 1969, გვ.41). რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირება და დამოკიდებულებების შეცვლა თუ შექმნა, მეტწილად, ემოციის ფრეიმინგის საშუალებით ხორციელდება. აქვე უნდა გავიხსენოთ ნაშრომის პირველ თავში მიმოხილული თეორიები ემოციის შესახებ, რომელთა ანალიზის შედეგად წარმოვადგინეთ ემოციის ერთ-ერთი მახასიათებელი, კერძოდ, ის, რომ ემოცია გულისხმობს კონკრეტულ სტიმულზე პასუხს, შესაძლებელია პარალელი გავავლოთ ბურკეს განმარტებასთან და ავხსნათ რიტორიკა, როგორც კომუნიკაციის მოდელი, რომელიც იყენებს ემოციის ფრეიმინგს იმ გზით, რომ მსმენელს მიაწოდებს საჭირო სტიმულს საჭირო ემოციის გამოსაწვევად. ეს, თავის მხრივ, იწვევს დამოკიდებულებების შექმნას. ასევე, მსჯელობიდან გამომდინარე, იდენტობის შექმნა, რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირება, მსმენელში დამოკიდებულებების შეცვლა სწორედ ემოციის გამოწვევაზეა დამოკიდებული.

შევეცადეთ, შეგვედგინა სცენარისმაგვარი მოდელი, რომელიც მომხსენებლის მიერ გამოიყენება დარწმუნების მცდელობისას:

საფეხური 1: მომხსენებლის ჯგუფის წევრად მიღება / პოზიტიური ემოციების კონსტრუირება მოსაუბრის მიმართ

მომხსენებელი ცდილობს, თავი წარმოაჩინოს პოზიტიური იდენტობის მქონედ; ამ პროცესში, იგი იყენებს იუმორს, ან თავს წარმოაჩენს შიდა ჯგუფის წევრად, ან იზიარებს საზოგადოებაში არსებულ რწმენა-წარმოდგენებს.

მსმენელს უყალიბდება მყისიერი ნდობა და მოსაუბრეს დადებითად აფასებს. ;

საფეხური 2: მსმენელში სამყაროსთან ჰარმონიულობის დარღვევა

მას შემდეგ, რაც მსმენელი ენდობა მოსაუბრეს, მოსაუბრეს ეჭვი შეაქვს X ღირებულებაში, ამის შედეგად, მსმენელი კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს X ღირებულებას.

მსმენელი გრძნობს ფიზიოლოგიურ რეაქციას, როგორცაა, ალგუნება ან ალტაცება.

კონტექსტი, რომელშიც მსმენელი იმყოფება, არის სოციალური და მოსაუბრისა და მსმენელის სოციალური ნორმები თანხვედრაშია.

მსმენელი გრძნობს, რომ საჭიროა, დაუჯეროს მოსაუბრეს.

საფეხური 3: მსმენელში ემოციების აღძვრა

ალგუნების შედეგად ხდება შეხედულებების გადაფასება.

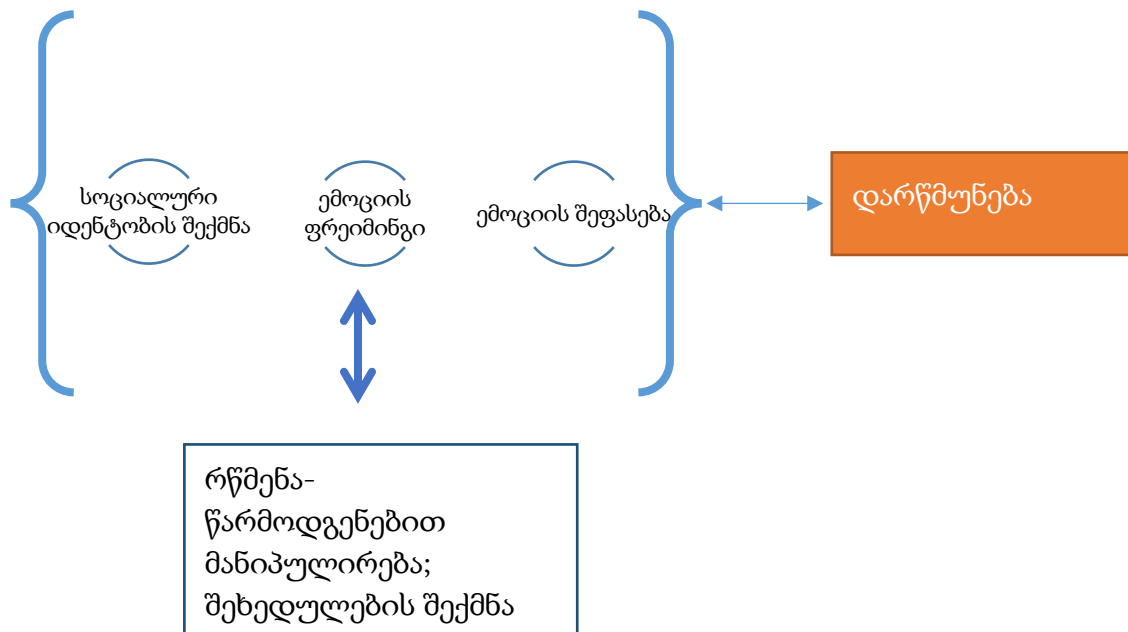
საფეხური 4: რეალობის შეცვლა

მსმენელი იზიარებს მოსაუბრის შეხედულებებს და მოსაუბრისთვის სასურველ ემოციურ პასუხს გრძნობს.

საფეხური 5: სამყაროსთან ჰარმონიულობის აღდგენა.

მსმენელი ერთვება ემოციურ, გამომსახველობით რეაქციაში და, მოსაუბრის იდეოლოგიის მიღებასთან ერთად, გამოხატავს შესაბამის ემოციურ ქცევას სხვადასხვა მოქმედებებით. შესაბამისად, მოსაუბრის იდეოლოგიის გააზრებითა და მისი ჯგუფის შიდა წევრად მიღების შედეგად, აღდგენილია სამყაროსთან ჰარმონიულობა .

დარწმუნების ფორმულა შესაძლოა შემდეგი დიაგრამის სახითაც გამოიხატოს:



სქემა წარმოადგენს ურთიერთდაკავშირებული ელემენტების ერთიანობას, სადაც ერთი ელემენტი განუყოფელია მეორესგან და, მათი ერთიანობის შედეგად, შესაძლებელი ხდება მსმენელის დარწმუნება. მოდელის მიხედვით, საწყის ეტაპზე მოსაუბრე ახდენს პოზიტიური იდენტობის შექმნას, რომლისთვისაც შესაძლოა, იყენებდეს სხვადასხვა ხერხს, მაგალითად, მხატვრულ გამომსახველობით საშუალებებს როგორცაა: სხვადასხვა სახის გამეორება, მეტაფორა; აგრეთვე ხუმრობის ელემენტებს, სარკაზმს, ირონიას და სხვა. პოზიტიური იდენტობის შექმნას ზედ ებმის ემოციის ფრეიმინგი, რომელშიც იგულისხმება რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირება და შესაბამისად, საზიარო შეხედულებების შექმნა; პროცესი სრულდება მსმენელში ემოციის შეფასებით, რომელშიც იგულისხმება ორი, ურთიერთსაპირისპირო მდგომარეობა, პოზიტიური/დადებითი და ნეგატიური/უარყოფითი შეფასება. ხსენებული სამი ეტაპის გავლის შედეგად, მოსაუბრე წარმატებულად ახდენს მსმენელის დარწმუნებას, რაშიც იგულისხმება მსმენელისთვის ადრე მიღებული რეალობის შეცვლა და ღირებულებების გადაფასება.

2.2. სოციალური იდენტობის შექმნა

ჰალიდეი (1989) გამოყოფს ოთხი სხვადასხვა ტიპის ენობრივ მნიშვნელობას: ცდისმიერი, ინტერპერსონალური, ლოგიკური და ტექსტური. იგი აღნიშნავს, რომ წინადადება არ არის მხოლოდ გარეკვეული რეალობის ასახვა, არამედ აგრეთვე წარმოადგენს მსენელსა და მოსაუბრეს შორის კავშირს. შესაბამისად, ავტორი ასკვნის, რომ ენა არის მულტიფუნქციური მოვლენა და არ შეიძლება კონკრეტულ წინადადებას მხოლოდ ერთი ფუნქცია მოვუძებნოთ, არამედ სხვადასხვა ტიპის მნიშვნელობები უნდა მივიღოთ, როგორც ერთიანობა და მათ გასაგებად საჭიროა ტექსტის, როგორც მთლიანობის გააზრება სხვადასხვა კუთხით, რომელთა ერთიანობასაც საბოლოოდ მივყავართ ტექსტის სრულ ინტერპრეტაციასთან (ჰალიდეი, 1989). ჰალიდეის ეს მსჯელობა საინტერესოა არსებული პრობლემის კვლევისას, რადგან დასმული საკითხიც მოითხოვს ანალიზს, რომელიც კონცენტრირდება არა ტექსტის ცალკეულ ნაწილებზე, არამედ განიხილავს მას ერთიანობაში. შესაბამისად, ერთ-ერთი წახნაგი, რომლიდანაც ემოციის ფრეიმინგს განვიხილავთ, ეხება სოციალური იდენტობის შექმნას. საინტერესოა, როგორ ახერხებს მოსაუბრე სოციალური იდენტობის შექმნას მეტწილად დამოკიდებულია დისკურსზე და „სიტუაციის კონტექსტზე“.

თავად ფრაზა „სოციალური იდენტობა“, გვაფიქრებინებს, რომ ადამიანებს გვაქვს სხვა სახის იდენტობაც. ამრიგად, შესაძლებელია გამოვყოთ საჯარო გამომსვლელის ორი იდენტობა; ე.წ. *პირადი იდენტობა*, რომელიც ვლინდება პირად ურთიერთობებში, ხოლო საჯარო გამოსვლის დროს, მომხსენებელი საზოგადოების წინაშე წარსდგება ე.წ. „სოციალური“ იდენტობით, რომელიც მორგებულია სიტუაციასა და კონტექსტზე. შესაბამისად, შესაძლოა სოციალურ იდენტობას ვუწოდოთ გარკვეული როლი ან სახე, რომელსაც ვირგებთ საზოგადოებაში ფუნქციონირებისას. რა თქმა უნდა, შესაძლებელია და აუცილებელიცაა საჯარო გამომსვლელის როლი მორგებული იყოს საზოგადოებაში მიღებულ სტანდარტებთან. შესაბამისად, ქცევის ნორმები საზოგადოებასა და საჯარო გამომსვლელის მიერ მორგებულ როლს შორის უნდა იყოს საზიარო, რათა შეიქმნას საზიარო რეალობა, რომელიც აუცილებელია დარწმუნების აქტის წარმატებით

განსახორციელებლად. უნდა აღნიშნოს, რომ არ არის აუცილებელი, რომ ეს როლური „თამაში,“ იყოს ყალბი. პირიქით, ხშირ შემთხვევაში, იგი ეფუძნება ჭეშმარიტ ღირებულებებს. თუ საჯარო გამომსვლელი ვერ მოახერხებს აჩვენოს თავისი „ერთგულება“ გამოსვლის თემატიკის მიმართ, რა თქმა უნდა, მისი გამოსვლა დამაჯერებლობას დაკარგავს და შესაბამისად, მიზანი რომელიც გვინტერესებს, კერძოდ, მსმენელის დარწმუნება და ემოციის ფრეიმინგი მიუღწეველი ან ბოლომდე განუხორციელებელი დარჩება. სტეტსი და ბურკის (2000) მიხედვით, პიროვნება ახდენს თვითრეფლექსიას იმ მხრივ, რომ მას შეუძლია საკუთარი თავი მიიღოს, როგორც ობიექტი და შესაბამისად, შეუძლია საკუთარი თავის კატეგორიზაცია - სისტემატიზაცია და სხვადასხვა ჯგუფისთვის მიკუთვნება. სწორედ თვითკატეგორიზაციის ან იდენტიფიკაციის პროცესის საშუალებით იქმნება პიროვნების იდენტობა. (სტეტსი და ბურკი, 2000, გვ.224).

კონკრეტული როლის მორგებით, ინდივიდი ასევე „მოირგებს“ კონკრეტულ ქცევასაც, შესაბამისად, ინდივიდის ქცევა სრულ თანხვედრაში უნდა იყოს მორგებული როლის მნიშვნელობასთან, ხოლო საჯარო გამომსვლელის როლიც და ქცევაც უნდა შეესაბამებოდეს გამოსვლის შინაარსს და კონტექსტს. სტეტსი და ბურკი (2000) აღნიშნავენ, რომ *„კონკრეტული როლის მორგებით ადამიანები იძენენ თვითდანიშნულებას და, შესაბამისად, ჩნდება მათ მიმართ მოლოდინებიც, რომ გაამართლონ შეთავსებული როლი და თავისთავად მოქმედებენ ამ მნიშვნელობებისა და მოლოდინების წარმოსადგენად და შესანარჩუნებლად (Thoits and Virshup, 1997). მნიშვნელობა და მოლოდინი განსხვავდება სხვადასხვა სიტუაციაში და გააქტიურებულია არჩეული როლების მიხედვით.“* (სტეტსი და ბურკი, 2000, გვ.227).

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, შესაძლებელია ასევე გამოვყოთ მეორე, ე.წ. „მე“ იდენტობა, რაც თავის მხრივ, გულისხმობს უნიკალურ სუბიექტს, რომელიც სხვა ინდივიდებისგან განსხვავდება. შესაბამისად, თუ სოციალური იდენტობა არის ჯგუფზე დაფუძნებული იმ მხრივ, რომ ინდივიდი ცდილობს თავის წარმოჩენას და კატეგორიზაციას კონკრეტულ ჯგუფთან მიკუთვნებით, „მე“-ს კატეგორიზაცია გულისხმობს ყველასგან განსხვავებულ ინდივიდს, რომელიც მხოლოდ საკუთარი მიზნებისა და სურვილების გათვალისწინებით მოქმედებს. ყოველდღიურ სოციალურ ურთიერთობებში ჩვენ ვიყენებთ ჩვენს უნიკალურ იდენტობას, ხოლო თუ კონტექსტურად გვჭირდება კონკრეტული როლის მორგება, ვერთვებით

სოციალურ იდენტობაზე, რაც გულისხმობს ჯგუფის ინტერესების გაზიარებას და, ამ ინტერესებიდან გამომდინარე, განისაზღვრება ჩვენი მოქმედებებიც. მაგალითად, ადამიანს შეიძლება ჰქონდეს პირადი იდენტობა, რომელიც ასახავს ამ ადამიანის უნიკალურ ხასიათს, და ასევე სოციალური იდენტობა, რომელიც გულისხმობს ამ ადამიანის კონკრეტულ ჯგუფთან მიკუთვნებას. ჯგუფში შესაძლოა იგულისხმებოდეს როგორც სოციალური კლასის, ასევე პროფესიის თუ სხვა ნებისმიერი მახასიათებლის მიხედვით კატეგორიზაცია. სტეტსი და ბურკი (2000) ასევე ყურადღებას ამახვილებენ დეტალზე, რომ იდენტობის კვლევისას კონტექსტს ნაკლები ყურადღება ეთმობოდა და მეტად მნიშვნელოვანი იყო სოციალურ სტრუქტურაში პიროვნების პოზიციების გავლენის გააზრება და ალბათობის დადგენა, რომ პიროვნება გააქტიურებს ერთ კონკრეტულ იდენტობას და არა სხვას. რა თქმა უნდა, საკითხს მეორე მხრიდან შეგვიძლია შევხედოთ და დავსვათ შეკითხვა, თუ რამდენად ახდენს კონტექსტი გავლენას იდენტობის ჩამოყალიბებაში? შესაბამისად, იდენტობის შესწავლის პროცესი შეიცვალა და გაჩნდა ორი განსხვავებული მიდგომა: რაოდენობრივი და თვისობრივი. რაოდენობრივი ასპექტი გულისხმობს ადამიანების რაოდენობას, რომელთანაც პიროვნება დაკავშირებულია საკუთარი იდენტობით. რაც უფრო მეტ ადამიანთანაა დაკავშირებული პიროვნება იდენტობით, მით უფრო მეტად სავარაუდოა, რომ ეს იდენტობა გააქტიურდება კონკრეტულ სიტუაციაში. ზოგადად რომ აღვნიშნოთ, რაც უფრო ძლიერია იდენტობისადმი ერთგულება, მით უფრო დიდია იდენტობის გამოხატულებაც. მეორე, თვისობრივი კომპონენტი გულისხმობს სხვებთან კავშირის სიძლიერეს ან სიღრმეს. უფრო ძლიერი კავშირი იწვევს მეტად გამოხატულ იდენტობას. (სტეტსი და ბურკი, 2000, გვ.230).

საინტერესოა, როგორ ვითარდება სოციალური იდენტობის შექმნის პროცესი. ელემერსის მიხედვით (2020), სოციალური იდენტობის თეორია გამოყოფს სამ ძირითად ფსიქოლოგიურ პროცესს. ესენია სოციალური კატეგორიზაცია, სოციალური შედარება და სოციალური იდენტიფიკაცია. შესაბამისად, საჯარო გამომსვლელისთვის მნიშვნელოვანია ხსენებული პროცესების სწორი წარმართვა. მაგალითად, გამოსვლის დაწყებისას, როდესაც გამომსვლელმა თავი უნდა წარადგინოს, ხშირ შემთხვევაში, გამომსვლელები ახდენენ არა მათი პირადი პერსონის წარდგენას, არამედ ცდილობენ, თავი მიაკუთვნონ კონკრეტულ ჯგუფს,

სოციუმს, ცდილობენ მოირგონ სოციალური იდენტობა. მნიშვნელოვანია, რომ საჯარო გამომსვლელი არ აღიქმებოდეს მხოლოდ როგორც უნიკალური თვისებების მქონდე ინდივიდი, არამედ, უმჯობესია მოისაზრებოდეს ჯგუფის კონტექსტში, როგორც მასწავლებელი, მუსიკოსი, სპორტსმენი თუ სხვა.

სოციალური იდენტობის კონსტრუირების კვლევისას განვახორციელეთ საჯარო გამოსვლების ტექსტური ანალიზი, რაც რამდენიმე ეტაპს აერთიანებს. კერძოდ: შევისწავლეთ გამოსვლის შინაარსი, დავანაწევრეთ ტექსტი კვლევისთვის საინტერესო ნაწილებლად და აღნიშნული ნაწყვეტების კვლევისას შევეცადეთ ამოგვეცნო ტექსტში დამალული იმპლიკაციები. აგრეთვე, შევეცადეთ გვეკვლია, თუ როგორ გამოხატავდნენ მნიშვნელობას სხვადასხვა ლინგვისტური ელემენტები. ამ ყველაფრისთვის გამოვიყენეთ სამეტყველო აქტების თეორია (სერლი, 1969). აღნიშნული მონაკვეთებიდან მოვნიშნეთ ჩვენთვის საინტერესო პროპოზიციები და გავანალიზეთ ოთხი ძირითადი კრიტერიუმის მიხედვით: კონტექსტი, განზრახვა, მნიშვნელობა და აქტის სახე. აგრეთვე, კონკრეტული პროპოზიციისთვის გამოვყავით საკომუნიკაციო აქტის კატეგორიები: ლოკუცია, ილოკუცია, პერლოკუცია. ამასთანავე, გამოვყავით ენობრივ-გამომსახველობითი საშუალებები (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) რათა გვემსჯელა ტექსტში მათ ფუნქციაზე და ბოლოს, შევეცადეთ გამოგვევლინა ტექსტის სოციოკულტურული იმპლიკაცია.

განვიხილოთ შემდეგი მაგალითები:

მაგალითი N4⁹

So I'm a **researcher-storyteller**, and I'm going to talk to you today -- we're talking about expanding perception -- and so I want to talk to you and tell some stories

მოკლედ, მე **მკვლევარი-მთხრობელი** ვარ და დღეს თქვენთან საუბარს ვაპირებ - ჩვენ ვისაუბრებთ აღქმის გაფართოებაზე - და ამიტომ, მინდა გესაუბროთ და მოგიმთხროთ რამდენიმე ამბავი ჩემს კვლევაზე, რამაც ფუნდამენტურად

⁹ The Power of Vulnerability

(https://www.ted.com/talks/brene_brown_the_power_of_vulnerability/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_talks_of_all&language=en)

about a piece of my research that fundamentally expanded my perception and really actually **changed the way that I live and love and work and parent.**

გააფართოვა ჩემი აღქმა და რეალურად შეცვალა თუ როგორ ვცხოვრობ და მიყვარს, ვმუშაობ და ვზრდი შვილებს.

პროპოზიცია: So I'm a **researcher-storyteller**

მოკლედ, მე მკვლევარ-მთხრობელი ვარ

კონტექსტი	განზრახვა	მნიშვნელობა	აქტის სახე
სოციალური - საჯარო გამომსვლელი წარსდგება აუდიტორიის წინაშე	სოციალური თვითკატეგორიზაცია	ვარ მკვლევარ- მთხრობელი (ახალი პროფესია)	ფაქტის კონსტატაცია

საკომუნიკაციო აქტის თეორიის მიხედვით (სერლი 1969) შემდეგი კატეგორიზაციაა შესაძლებელი:

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
So I'm a researcher-storyteller. მე მკვლევარ- მთხრობელი ვარ.	ქვეტიპი: მადასტურებელი • იყო მკვლევარ- მთხრობელი არის ახალი პროფესია. • ვარ განათლებული. • პატივს მცემენ.	ქვეტიპი: მადასტურებელი - მთქმელი ელოდება, რომ დაუჯერებენ; შედეგად, შეიძენს პოზიტიურ იდენტობას.

მეტი ექსპრესიულობის მისაღწევად, მთქმელი იყენებს მხატვრულ ხერხს, პოლისინდეტონს, რაც გულისხმობს კავშირების განმეორებას, ე.წ.

მრავალკავშირიანობას: ...changed the way that *I live and love and work and parent*.
გამეორება ქმნის ერთგვარ რითმს, რაც მთქმელს საშუალებას აძლევს მოახდინოს
ინტონაციური ხაზგასმა, შედეგად, მთქმელი აძლიერებს მეტყველების
ექსპრესიულობას. ამრიგად, აღნიშნული მონაკვეთი მეტად დრამატული ხასიათის
მატარებელია. ეს უზრუნველყოფს ტექსტს ემოციური ტონით, რაც შესანიშნავი გზაა
მონაკვეთის დასასრულებლად.

მაგალითი N5¹⁰

Let me give you an example. **I use Apple**
because they're easy to understand and
everybody gets it. If Apple were like
everyone else, a marketing message from
them might sound like this: "We make
great computers. They're beautifully
designed, simple to use and user friendly.
Want to buy one?" "Meh." That's how most
of us communicate. That's how most
marketing and sales are done, that's how
we communicate interpersonally. We say
what we do, we say how we're different or
better and we expect some sort of a
behavior, a purchase, a vote, something
like that. Here's our new law firm: We
have the best lawyers with the biggest
clients, we always perform for our clients.
Here's our new car: It gets great gas
mileage, it has leather seats. Buy our car.

ნება მომეცით მაგალითი მოვიყვანო. მე
Apple- ს ვიყენებ, რადგან მარტივია და
ყველას ესმის. Apple რომ ყველას ჰგავდეს,
მათი მარკეტინგული შეტყობინება ალბათ
ასეთი იქნებოდა: "ჩვენ ვქმნით შესანიშნავ
კომპიუტერებს. ლამაზი დიზაინით,
მარტივსა და მოსახერხებელს. გსურთ
შეიძინოთ?" "ეჰ," უმეტესობა დღეს ასე
ვამყარებთ კომუნიკაციას. ასე
მიმდინარეობს მარკეტინგისა და
გაყიდვების უმეტესი ნაწილი, ასეთი
კომუნიკაცია გვაქვს პიროვნულად.
ვსაუბრობთ ჩვენს საქმიანობაზე, იმაზე,
თუ როგორი განსხვავებულები ან
უკეთესები ვართ და ველით ერთგვარ
ქცევას, რაღაცის შეძენას, ხმას, ან რაიმე
მსგავსს. ეს არის ჩვენი ახალი საადვოკატო
ბიურო: ჩვენ გვყავს საუკეთესო
იურისტები ყველაზე დიდი კლიენტებით,

¹⁰ How great leaders inspire action

(https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_talks_of_all&language=en)

But it's uninspiring.

ჩვენ ყოველთვის ვმუშაობთ ჩვენი კლიენტებისათვის. აი, ჩვენი ახალი მანქანა: ცოტას წვავს, აქვს ტყავის სავარძლები. იყიდეთ ჩვენი მანქანა. მაგრამ, ეს ყველაფერი ხომ ჩვენ არ შთაგვაგონებს.

პროპოზიცია: **I use Apple**

მე ვიყენებ Apple-ს

კონტექსტი	განზრახვა	მნიშვნელობა	აქტის სახე
სოციალური - საჯარო გამომსვლელი წარსდგება აუდიტორიის წინაშე	სოციალური თვითკატეგორიზაცია	მე ვარ კომპანია Apple-ის მომხმარებელი	ფაქტის კონსტატაცია

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
I use Apple მე ვიყენებ Apple-ს	ქვეტიპი: მადასტურებელი წარმოვადგენ კონკრეტულ სოციალურ კლასს, რომელიც მოიხმარს Apple- ის პროდუქციას;	ქვეტიპი: მადასტურებელი მთქმელი ელოდება, რომ მას დაუჯერებენ, შედეგად მსმენელთან საზიარო რეალობას ქმნის. შედეგად, შეიძენს პოზიტიურ იდენტობას.

მეტი ექსპრესიულობის მისაღწევად და ტექსტის ემოციურად უკეთ დასატვირთად, N5 მაგალითში გამოყენებულია ანაფორა, რაც გულისხმობს წინადადების დასაწყისში მსგავსი ფრაზების გამეორებას: ***That's how most of us communicate. That's how most marketing and sales are done, that's how we communicate interpersonally; / We say what we do, we say how we're different or better;***

When I was nine years old, I went off to summer camp for the first time. **And my mother packed me a suitcase full of books, which to me seemed like a perfectly natural thing to do.** Because in my family, **reading was the primary group activity.** And this might sound antisocial to you, but for us it was really just a different way of being social. You have the **animal warmth of your family** sitting right next to you, but you are also free to go roaming around the adventure land inside your own mind. **And I had this idea that camp was going to be just like this, but better.**

როდესაც ცხრა წლის ვიყავი, პირველად წავედი საზაფხულო ბანაკში. **დედაჩემმა წიგნებით სავსე ჩემოდანი გამატანა, რაც ჩემთვის სავსებით ბუნებრივი მოვლენა იყო,** იმიტომ რომ, ჩემს ოჯახში კითხვა იყო ძირითადი **ჯგუფური საქმიანობა.** ეს შეიძლება თქვენთვის არასოციალურად ჟღერდეს, მაგრამ ჩვენთვის ეს მხოლოდ სოციალური ყოფის სხვა გზა იყო. **ოჯახის ცხოველური სითბო** თქვენს გვერდითაა, მაგრამ გონებით თავისუფლად შეგიძლიათ გაისეირნოთ თავგადასავლებით სავსე სამყაროში. **მე მეგონა, რომ ბანაკიც ასეთი იქნებოდა, მეტიც, უფრო უკეთესი.**

პროპოზიცია: Because in my family, **reading was the primary group activity.**

იმიტომ, რომ ჩემს ოჯახში კითხვა იყო ძირითადი **ჯგუფური საქმიანობა.**

კონტექსტი	განზრახვა	მნიშვნელობა	აქტის სახე
საჯარო გამომსვლელი წარსდგება აუდიტორიის წინაშე	სოციალური თვითკატეგორიზაცია	მე და ჩემს ოჯახის წევრებს გვიყვარს კითხვა.	ფაქტის კონსტატაცია

¹¹ The power of introverts

(https://www.ted.com/talks/susan_cain_the_power_of_introverts/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_talks_of_all&language=en#t-1053)

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
<p>Because in my family, reading was the primary group activity.</p> <p>იმიტომ, რომ ჩემს ოჯახში კითხვა იყო ძირითადი ჯგუფური საქმიანობა.</p>	<p>ქვეტიპი: მადასტურებელი</p> <ul style="list-style-type: none"> • მიყვარს კითხვა; • მიყვარს სიმყუდროვე; • მიყვარს დროის მარტო გატარება; 	<p>ქვეტიპი: მადასტურებელი</p> <p>მთქმელი მსმენელისგან ელოდება საზიარო რეალობის შექმნას, რის შედეგადაც მოიპოვებს ნდობას და დაამყარებს პოზიტიურ იდენტობას</p>

მთქმელი აგრეთვე იყენებს მეტაფორას (*animal warmth*), რომელიც ყურადღებას ამახვილებს და დადებითად წარმოადგენს სტერეოტიპულად მოსაწყენ აქტივობას, კითხვას; ფრაზა, *animal warmth*, დეკოდირდება, როგორც ოჯახური სიმყუდროვე და სითბო, როგორც ოჯახის წევრებს შორის არსებული სიყვარულისა და ჰარმონიის ბაზისური გამოხატულება. შესაბამისად, მთქმელი საკუთარი იდენტობის კონსტრუირების პროცესში მოიცავს ისეთ დეტალებს, რაც მსმენელს საშუალებას აძლევს მთქმელი აღიქვას არა როგორც ცალკე მდგომი ინდივიდი, არამედ, როგორც ვიღაცის ოჯახის წევრი, სოციუმის ნაწილი. საინტერესოა საჯარო გამომსვლელის მიერ ნაწყვეტის დასკვნით ნაწილში გამოყენებული ფრაზა: *And I had this idea that camp was going to be just like this, but better*, რომელიც ხუმრობის ელემენტს მოიცავს, წარმოთქმისას მთქმელი ჩაიცინებს და დამსწრე აუდიტორიაც საპასუხოდ იცინის. აღნიშნული ფრაზის იმპლიკაციაა, რომ ბანაკი არ იყო ისეთი კარგი, როგორც მოსაუბრეს წარმოედგინა. აღნიშნულ მაგალითში სარკაზმის გამოყენებით მთქმელი ახდენს უარყოფითი ემოციების კომუნიკაციას, როგორცაა: იმედგაცრუება და წყენა.

მაგალითი N7¹²

So in college, I was a **government major**, which means I had to write a lot of papers. Now, when a normal student writes a paper, they might spread the work out a little like this. So, you know Anyway, today I'm a **writer-blogger** guy. I write the blog...

კოლეჯში ძირითად პროფესიად **ვსწავლობდი საჯარო მართვას**, რაც ბევრი ნაშრომის წერას გულისხმობს. ზოგადად, როდესაც ნორმალური სტუდენტი წერს ნაშრომს, საქმე ამგვარად შეიძლება გაანაწილოს..... დღეს მე ვარ **მწერალ-ბლოგერი**. მე ვწერ ბლოგს...

პროპოზიცია: 1. I was a **government major**

(ძირითად პროფესიად **ვსწავლობდი საჯარო მართვას**).

2. I'm a **writer-blogger** guy

(მე ვარ **მწერალ-ბლოგერი**).

კონტექსტი	განზრახვა	მნიშვნელობა	აქტის სახე
საჯარო გამომსვლელი წარსდგება აუდიტორიის წინაშე	სოციალური თვითკატეგორიზაცია	1. უნივერსიტეტში ვისწავლე პოლიტიკურ მეცნიერებებზე. 2. ვარ მწერალ-ბლოგერი.	ფაქტის კონსტატაცია

¹² Inside the mind of a master procrastinator

(https://www.ted.com/talks/tim_urban_inside_the_mind_of_a_master_procrastinator/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_talks_of_all)

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
I was a government major ძირითად პროფესიად ვსწავლობდი საჯარო მართვას.	ქვეტიპი: მადასტურებელი მაქვს უმაღლესი განათლება;	ქვეტიპი: მადასტურებელი მთქმელი მსმენელისგან ელის რომ გააქტიურებს სტერეოტიპულ ცოდნას სტუდენტისა და მწერლის საქმიანობის შესახებ. შედეგად, შექმნის საზიარო რეალობას, მოიპოვებს მსმენელის ნდობას და მოახდენს სოციალურ თვითკატეგორიზაციას პოზიტიური იდენტობის დასამყარებლად.
I'm a writer-blogger guy მე ვარ მწერალ-ბლოგერი	ქვეტიპი: მადასტურებელი ჩემი საქმიანობაა წერა;	

მაგალითი 8 ¹³

Hi. My name is Cameron Russell, and for the last little while, I've been a **model**. Actually, for 10 years. And I feel like there's an uncomfortable tension in the room right now **because I should not have worn this dress. So luckily, I brought an outfit change.** If some of the women were really horrified when I came out, you don't have to tell me now, but I'll find out later on **Twitter**.

გამარჯობა. მე მქვია კამერონ რასელი და ბოლო დროს ჩემს საქმიანობას **მოდელიზაცია** წარმოადგენს. სინამდვილეში, 10 წელია. ახლა ვგრძნობ, რომ ოთახში არასასიამოვნო დამაბულობაა, რადგან აი, ეს კაბა არ უნდა ჩამეცვა. საბედნიეროდ, გამოსაცვლელი ტანსაცმელი წამოვიღე..... თუ ზოგიერთ ქალბატონს ძალიან შეგეშინდათ, როდესაც სცენაზე გამოვედი, არ არის საჭირო, ახლა მითხრათ, მოგვიანებით ტვიტერზეც გავიგებ.

¹³ Looks aren't everything. Believe me, I'm a model.

(https://www.ted.com/talks/cameron_russell_looks_aren_t_everything_believe_me_i_m_a_model/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_talks_of_all)

პროპოზიცია: **I've been a model.**

მე მოდელი ვარ.

კონტექსტი	განზრახვა	მნიშვნელობა	აქტის სახე
საჯარო გამომსვლელი წარსდგება აუდიტორიის წინაშე	სოციალური თვითკატეგორიზაცია	ვარ მოდელი	ფაქტის კონსტატაცია

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
I've been a model. მე მოდელი ვარ.	ქვეტიპი: მადასტურებელი <ul style="list-style-type: none"> ვარ მოდელი; 	ქვეტიპი: მადასტურებელი მსმენელში სტერეოტიპული სქემების გააქტიურება, საზიარო რეალობის შექმნა, მისი ნდობის მოპოვება, სოციალური თვითკატეგორიზაცია პოზიტიური იდენტობის დასამყარებლად

მთქმელი ფრაზის ბოლოს იყენებს სარკაზმს: *And I feel like there's an uncomfortable tension in the room right now because I should not have worn this dress. So luckily, I brought an outfit change. If some of the women were really horrified when I came out, you don't have to tell me now, but I'll find out later on Twitter.* ამრიგად, მთქმელი დასცინის თავის თავს და ამავედროულად აღვიძებს საზოგადოებაში სტერეოტიპულ შეხედულებას მოდელის პროფესიასთან დაკავირებით.

ზემოთ მოყვანილი ხუთივე მაგალითი (მაგალითი N4, N5, N6, N7, N8), ნათლად გვაჩვენებს, თუ როგორ ახდენს მთქმელი სოციალურ თვითკატეგორიზაციას. თვითკატეგორიზაცია, რა თქმა უნდა, არ გულისხმობს მხოლოდ კონკრეტული პროფესიისთვის თავის მიკუთვნებას, როგორც მაგალითებში (N5 და N6) ჩანს. სოციალური თვითკატეგორიზაცია შეიძლება გულისხმობდეს სოციალური ცხოვრების ნებისმიერი ასპექტის მიხედვით კონკრეტული ჯგუფისადმი მიკუთვნებას. ეს ეხება როგორც პროფესიულ დაყოფას, აგრეთვე სოციალური ცხოვრების სხვა სფეროებს, როგორცაა გართობა, შოუ-ბიზნესი თუ სხვა. ტექსტისთვის მეტი ექსპრესიულობის მისანიჭებლად და ემოციური დატვირთვისთვის მოსაუბრეები იყენებენ სხვადასხვა რიტორიკულ ელემენტებსა თუ მხატვრულ ხერხებს.

სოციალური იდენტობის შექმნა, რომელიც დარწმუნების ერთ-ერთ შემადგენელ ნაწილს შეადგენს, იწყება თვითკატეგორიზაციით, რომელსაც მოყვება სოციალური შედარება, რაც გულისხმობს კონკრეტული ჯგუფისა და მისი წევრების ფარდობითი ღირებულებების განსაზღვრას. ფარდობითი ღირებულებების ან სოციალური მდგომარეობების ჩამოყალიბება გულისხმობს ისეთ კონტრასტს, როგორცაა, მაგალითად, ტაქსისტსა და ექიმს შორის ფარდობითობა, ამ შესემთხვევაში იგულისხმება, რომ ექიმს უფრო მაღალი სოციალური მდგომარეობა აქვს.

იხილეთ შემდეგი მაგალითები:

მაგალითი N9

Camp was more like a keg party without any alcohol. And on the very first day, our **counselor** gathered us all together and she taught us a cheer that she said we would be doing every day for the rest of the summer to instill camp spirit. And it went like this: "R-O-W-D-I-E, that's the way we spell rowdie.

ბანაკი უფრო ჰგავდა ჩამოსასხმელი ლუდის უალკოჰოლო წვეულებას. პირველ დღესვე, ჩვენმა აღმზრდელმა ყველა ერთად შეგკრიბა და გვასწავლა შემახილი, რომელსაც ზაფხულის ბოლომდე ყოველდღე გამოვიყენებდით ბანაკის სულისკვეთების ასამაღლებლად. შემახილი შემდეგნაირად ჟღერდა: "R-O-W-D-I-E, დიახ ასე ვმარცვლავთ სიტყვას, Rowdie, rowdie, let's get rowdie."

ჰომ, ასე რომ, ვერაფრით ვხვდებოდი, რატომ

Rowdie, rowdie, let's get rowdie."

უნდა ვყოფილიყავით ჩხუბისთავეები, ან რატომ უნდა დაგვემარცვლა ეს სიტყვა არასწორად.

Yeah. So I couldn't figure out for the life of me why we were supposed to be so rowdy, or why we had to spell this word incorrectly.

პროპოზიცია: 1. Camp was more like a keg party without any alcohol.

(ბანაკი უფრო ჰგავდა წვეულებას ყოველგვარი ალკოჰოლის გარეშე.)

2. Yeah. So I couldn't figure out for the life of me why we were supposed to be so rowdy, or why we had to spell this word incorrectly. (ჰომ, ასე რომ, ვერაფრით ვხვდებოდი, რატომ უნდა ვყოფილიყავით ჩხუბისთავეები, ან რატომ უნდა ვწეროთ ეს სიტყვა არასწორად.)

კონტექსტი	განზრახვა	მნიშვნელობა	აქტის სახე
საჯარო გამოსვლა	სოციალური შედარება	2. ბანაკი როგორც კოლეჯის წვეულება ალკოჰოლის გარეშე; 2. საგანმანათლებლო სივრცე, რომელიც მასწავლის შეცდომით;	აღწერა

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
Camp was more like a keg party without any alcohol.	ქვეტიპი: ექსპრესიული ბანაკი არ არის სახალისო; უკმაყოფილო ვარ	ქვეტიპი: ექსპრესიული სტერეოტიპული სქემების გააქტიურების შედეგად

<p>ბანაკი უფრო ჰგავდა წვეულებას ყოველგვარი ალკოჰოლის გარეშე.</p>	<p>გამოცდილებით;</p>	<p>მსმენელი გადააფასებს ბანაკის სოციალურ ღირებულებას</p>
<p>Yeah. So I couldn't figure out for the life of me why we were supposed to be so rowdy, or why we had to spell this word incorrectly.</p> <p>ჰომ, ასე რომ, ვერაფრით ვხვდებოდი, რატომ უნდა ვყოფილიყავით ჩხუბისთავები, ან რატომ უნდა ვწეროთ ეს სიტყვა არასწორად.</p>	<p>ქვეტიპი: ექსპრესიული</p> <p>არასწორია, რომ ბანაკი ახალისებს მეამბოხეობას / ჩხუბისთაობას; ბანაკში არ უნდა ასწავლიდნენ სიტყვის შეცდომით დამარცვლას.</p>	<p>ქვეტიპი: ექსპრესიული</p> <p>სტერეოტიპული სქემების გააქტიურების შედეგად მსმენელი გადააფასებს ბანაკის სოციალურ ღირებულებას</p>

მაგალითი N9 გვაჩვენებს სოციალურ შედარებას ბანაკის წევრებს (მოსწავლეებს), ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, მოსაუბრესა და აღმზრდელს შორის. ამათთაგან აღმზრდელს, რა თქმა უნდა, უფრო მაღალი სოციალური მდგომარეობა უჭირავს. მაღალი სოციალური მდგომარეობის მქონე პირის სტატუსის „დაკნინებით“, საჯარო გამომსვლელი ეჭვქვეშ აყენებს სტერეოტიპულ შეხედულებებს, რომლებსაც ეფუძნება ნებისმიერი ამ სახის სოციალური კონტრასტი. სტერეოტიპული შეხედულება, ამ კონკრეტულ კონტექსტში, კი გულისხმობს საზოგადოების მიერ ბანაკების აღქმას, როგორც სოციალური უნარებისა და სულისკვეთების გამყარების საუკეთესო საშუალებას. ამრიგად, აქვე მოსაუბრე წარმოაჩენს ინდივიდუალისტური საზოგადოებების ღირებულებებს (ჰოფსტედე, 1983), რომლებსაც ემოციის ფრეიმინგის პროცესზე გადასვლისას თავადვე

გადააფასებს და ეჭვქვეშ დააყენებს. ფრაზის ბოლოს, მთქმელი იყენებს სარკასტულ ფრაზას (*Yeah. So I couldn't figure out for the life of me why we were supposed to be so rowdy, or why we had to spell this word incorrectly*), შედეგად, სასაცილოდ იგდებს ბანაკს, როგორც საგანმანათლებლო დაწესებულებას.

მაგალითი N10

The next question people always ask is, "Can I be a model when I grow up?" And the first answer is, "I don't know, they don't put me in charge of that." But the second answer, and **what I really want to say to these little girls is, "Why? You know? You can be anything. You could be the President of the United States, or the inventor of the next Internet, or a ninja cardiothoracic surgeon poet, which would be awesome, because you'd be the first one."**

If, after this amazing list, they still are like, "No, no, Cameron, I want to be a model," well, **then I say, "Be my boss."** Because I'm not in charge of anything, and you could be the editor in chief of American Vogue or the CEO of H&M, or the next Steven Meisel.

I will demonstrate for you now 10 years of accumulated model knowledge, because unlike cardiothoracic surgeons, it can just be distilled right now.....

შეკითხვა, რომელსაც ყოველთვის მეკითხებიან შემდეგია: „შემიძლია მოდელი გამოვიდე, როცა გავიზრდები?“ და პირველი, რასაც ვპასუხობ არის: „არ ვიცი, მე ამას არ განვაგებ.“ მაგრამ, მეორე და მეტად მნიშვნელოვანი პასუხი, რაც მინდა, ყველა ამ გოგონას გავცე, შემდეგია: „რატომ გინდათ მოდელი? იცით, რომ ნებისმიერი პროფესია შეგიძლიათ აირჩიოთ? შეგიძლიათ გახდეთ ამერიკის შეერთებული შტატების პრეზიდენტი, ან შემდეგი ინტერნეტის გამომგონებელი, ან ნინძა კარდიო ქირურგ-პოეტი, რაც ძალიან მაგარი იქნებოდა, რადგან თქვენ იქნებოდით ამ პროფესიის პირველი წარმომადგენლები.“

ამ შესანიშნავი სიის შემდეგ თუ მაინც მოდელი სურთ, ვეუბნები: „თავად იყავი ჩემი უფროსი.“ რადგან მე არ განვაგებ არაფერს, მაშინ, როცა შენ შეგიძლია გახდე ამერიკული ვოგის მთავარი რედაქტორი ან H&M-ის გენერალური დირექტორი, ან შეგიძლია იყო შემდეგი სტივენ მეისელი.....

მე გაჩვენებთ 10 წლის მანძილზე დაგროვილ მოდელის ცოდნას, რადგან კარდიო

ქირურგის ცოდნისგან განსხვავებით, ამ ცოდნის გამოხატვა აქ და ახლავე შესაძლებელია.....

პროპოზიცია: 1. **what I really want to say to these little girls is, "Why? You know? You can be anything.**

(მაგრამ, მეორე და მეტად მნიშვნელოვანი პასუხი, რაც მინდა რომ ყველა ამ გოგონას გავცე, შემდეგია: „რატომ გინდათ მოდელი? იცით, რომ ნებისმიერი ნებისმიერი პროფესია შეგიძლიათ აირჩიოთ?)

2. **then I say, "Be my boss."**

(შემდეგ ვეუბნები: „თავად იყავი ჩემი უფროსი.“)

3. **I will demonstrate for you now 10 years of accumulated model knowledge, because unlike cardiothoracic surgeons, it can just be distilled right now.**

(მე გაჩვენებთ 10 წლის მანძილზე დაგროვილ მოდელის ცოდნას, რადგან, კარდიო ქირურგის ცოდნისგან განსხვავებით, ამ ცოდნის გამოხატვა აქ და ახლავე შესაძლებელია.....)

კონტექსტი	განზრახვა	მნიშვნელობა	აქტის სახე
საჯარო გამოსვლა	1. ადრესატისთვის აზრის შეცვლა	ვფიქრობ მოდელის პროფესია არ არის ისეთი კარგი, როგორც საზოგადოებას ჰგონია	სურვილის გამოხატვა
	2. ადრესატის მოტივირება	ვფიქრობ არ უნდა დაკმაყოფილდნენ მხოლოდ მოდელით, არამედ მიაღწიონ	განკარგულება

		უფრო მეტს ვიდრე მე.	
	3. სოციალური შედარება	მოდელობა ძალიან მარტივია	ფაქტის კონსტატაცია

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
<p>what I really want to say to these little girls is, "Why? You know? You can be anything.</p> <p>პასუხი, რაც მინდა რომ ყველა ამ გოგონას გავცე, შემდეგია: „რატომ გინდათ მოდელობა? იცით, რომ ნებისმიერი ნებისმიერი პროფესია შეგიძლიათ აირჩიოთ?)</p>	<p>ქვეტიპი: ექსპრესიული</p> <ul style="list-style-type: none"> • არ მესმის რატომ სურთ გოგონებს მოდელობა, მაშინ როცა უსაზღვრო შესაძლებლობები აქვთ. • მოდელობა არ უნდა იყოს გოგონებისთვის მისაბამი. 	<p>ქვეტიპი: მადასტურებელი</p> <p>მთქმელი ელოდება, რომ მსმენელი გადააფასებს სტერეოტიპულ შეხედულებებს და შედეგად დაიჯერებს, რომ: იყო მოდელი არც ისეთი საინტერესოა.</p>
<p>then I say, "Be my boss."</p> <p>შემდეგ ვეუბნები: „იყავი ჩემი უფროსი.“</p>	<p>ქვეტიპი: განკარგულებითი</p> <p>იყავით ჩემზე უკეთესები</p>	<p>ქვეტიპი: ექსპრესიული</p> <p>მთქმელი ელოდება, რომ მსმენელში ამაღლება მოტივაცია, მიაღწიონ მეტს.</p>
<p>I will demonstrate for you now 10 years of accumulated model knowledge, because unlike cardiothoracic surgeons, it can just be distilled right now.....</p>	<p>ქვეტიპი: მადასტურებელი</p> <p>იყო მოდელი მარტივია იყო კაქრდიოქირურგი - რთული</p>	<p>ქვეტიპი: ექსპრესიული</p> <p>მთქმელი ელოდება, რომ მსმენელი გადააფასებს მოდელის ღირებულებას და დაიჯერებს, რომ მოდელობა არ არის ისეთი კარგი, როგორც ამას</p>

<p>მე გაჩვენებთ 10 წლის მანძილზე დაგროვილ მოდელის ცოდნას, რადგან კარდიო ქირურგის ცოდნისგან განსხვავებით, ამ ცოდნის გამოხატვა აქ და ახლავე შესაძლებელია.....</p>		<p>საზოგადოება ხატავს</p>
---	--	---------------------------

მაგალითი N10 ასევე ასახავს სოციალურ შედარებას, კერძოდ მოდელსა და კარდიოქირურგს შორის, ან მოდელსა და პრეზიდენტს შორის და ა.შ. შესაბამისად, ეს შედარებაც ეფუძნება სტერეოტიპულ შეხედულებას, რომ იყო მოდელია გულისხმობს ძალიან კარგ სოციალურ სტატუსს, თუმცა ეს სტერეოტიპული შეხედულებაც ეჭვქვეშ არის დაყენებული დანარჩენ პროფესიებთან კონტრასტით, რომლებიც სტერეოტიპულად არ მოითხოვენ სილამაზის სტანდარტების დაკმაყოფილებას.

ტაიფელისა და ტერნერის (1986) სოციალური იდენტობის ჩამოყალიბების თეორიის მიხედვით, მთავარი მახასიათებელი, რისკენაც ინდივიდები მიისწრაფიან, არის პოზიტიური იდენტობის შექმნა, რომელსაც ძირითადად ახდენენ შიდა და გარე ჯგუფობრივ შედარებებზე დაყრდნობით.

სოციალური იდენტობა განიხილება, როგორც სამი პროცესის შედეგი (სოციალური კატეგორიზაცია, სოციალური შედარება და სოციალური იდენტიფიკაცია). სოციალური იდენტობა შეიძლება განისაზღვროს, როგორც ინდივიდის ცოდნა გარკვეული სოციალური ჯგუფებისადმი კუთვნილების შესახებ, ამ ჯგუფის წევრობის გარკვეული ემოციური და შეფასებითი მნიშვნელობა. ამრიგად, მიუხედავად იმისა, რომ პიროვნულობა გულისხმობს თვითშემეცნებას, რომელიც ასოცირდება უნიკალურ ინდივიდუალურ ატრიბუტებთან, ადამიანების სოციალური იდენტობა მიუთითებს, თუ ვინ არიან ისინი იმ ჯგუფების მიხედვით, რომლებსაც ეკუთვნიან (ელემერს, 2020).

შესაძლებელია ვივარაუდოთ, რომ ეს სამი ეტაპი არის უნივერსალური, განზოგადებული ელემენტები, რომლებიც სოციალური იდენტობის

კონსტრუირების შემადგენელი ნაწილები არიან, თუმცა, რა განასხვავებს სხვადასხვა ინდივიდის მიერ სოციალური იდენტობის შექმნისთვის გამოყენებულ კონტექსტსა და შინაარსს უკვე იხსნება ჰოფსტედეს (1983) კულტურული განზომილებების თეორიით, რომელიც გამოყოფს ოთხ განზომილებას და ამ ოთხი განზომილებითვე ხსნის სხვადასხვა ერის კულტურულ მახასიათებლებს.

2.3 ემოციის ფრეიმინგი

ნაშრომის მთავარი ფოკუსი მიმართულია ემოციის ფრეიმინგზე, რომელსაც განვმარტავთ, როგორც საჯარო გამომსვლელთა მიერ ფართოდ გამოყენებულ დისკურსის ხერხს, რომელიც გულისხმობს კონტექსტის შესაფერისი სოციალური როლის მორგებას და საზოგადოების რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირების შედეგად მსმენელის დარწმუნებას და ღირებულებების გადაფასებას.

დისერტაციის ამ თავის თეორიული სარჩულია გროსის (2008) Framing Persuasive Appeals: Episodic and Thematic Framing, Emotional Response, and Policy Opinion, რომელიც თავის მხრივ, ასევე ეფუძნება იენგარს (1991), ვინც შეიმუშავა ტერმინები *ეპიზოდური და თემატური ფრეიმინგი*, ხოლოს მასალის ანალიზისთვის გამოყენებულია სამეტყველო აქტების თეორია (სერლი, 1969).

როგორც გროსი აღნიშნავს (2008), *„ემოციის შეფასების თეორიები, ძირითადად, ფოკუსირებულია შეფასების ისეთ მოდელებზე, რომლებიც იწვევს კონკრეტულ ემოციებს და ინდივიდუალური და სიტუაციური ფაქტორების ურთიერთქმედების გზებს, სხვადასხვა ემოციური რეაგირების მისაღებად“*. შესაბამისად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ როდესაც, ფრეიმინგის შედეგად, ინფორმაცია იცვლება მსმენელი კოგნიტური შეფასების მოდელების საშუალებით ასევე ცვლის ემოციურ რეაქციასაც. (გროსი, 2008, გვ.172).

ეპიზოდური და თემატური ფრეიმინგი, შესაძლოა, განვიხილოთ როგორც საჯარო გამომსვლელთა მიერ გამოყენებული ხერხი, რომელიც ემოციის ფრეიმინგის პროცესის შემადგენელი ნაწილია. როგორც აღინიშნა, ემოციის ფრეიმინგის შედეგად საჯარო გამომსვლელი ახერხებს მსმენელის დარწმუნებას. ემოციის ფრეიმინგი კი წარმოადგენს კომპლექსურ მოვლენას, რომელიც აერთიანებს სხვადასხვა კოგნიტურ

თუ ლინგვისტურ პროცესებს, რომლებიც თავის მხრივ, წარმართებიან კულტურიდან გამომდინარე. კერძოდ, როგორც წინა თავში განიმარტა, დარწმუნების ერთერთ ნაწილად მოისაზრება სოციალური იდენტობის ჩამოყალიბება, რის შემდეგაც გამომსვლელები უკვე ახდენენ რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირებას, რაც, თავის მხრივ, ააქტიურებს საჭირო კოგნიტური შეფასების მოდელებს მსმენელში და შედეგად, მსმენელი გრძნობს კონკრეტულ ემოციურ პასუხს, რაც მიუთითებს დარწმუნების აქტის წარმატებულ განხორციელებაზე.

გროსი ეპიზოდურ და თემატურ ფრეიმებს განმარტავს მედიის პერსპექტივიდან, სადაც ეპიზოდური ფრეიმინგი გულისხმს საკითხის გაშუქებას შედარებით ვიწრო პერსპექტივიდან იმ კუთხით, რომ კონკრეტულ პრობლემას ასახავენ კონკრეტული ამბის შეთავაზებით. მაგალითად, უმუშევრობის გაშუქება კონკრეტული უმუშევარის მდგომარეობის მიხედვით. თემატური ფრეიმინგი საკითხს უფრო ფართო კონტექსტში აშუქებს. მაგალითად, უმუშევრობის პრობლემის გაშუქება შესაბამისი პროფესიონალების კომენტარების შეთავაზებითა და სტატისტიკური მონაცემების ჩვენებით (გროსი, 2008, გვ.171); გროსის ვარაუდის მიხედვით (2008), ეპიზოდური ფრეიმების გამოყენება უფრო ხშირად უზრუნველყოფს მსმენელისგან ემოციური პასუხს, თუმცა, ავტორიაქვე აღნიშნავს, რომ ის, თუ რომელი ემოცია აღიძვრება მსმენელში, დამოკიდებულია გამოყენებული ფრეიმის შინაარსზე. აქედან გამომდინარე, აუცილებელია კონკრეტული კონტექსტის გააზრება და მისი დეტალების ცოდნა იმისთვის, რომ გამოითქვას ვარაუდი კონკრეტულ ემოციებზე. (გროსი, 2008, გვ. 172); საჯარო გამოსვლების შემთხვევაში, შესაძლოა ითქვას, რომ ეპიზოდური ფრეიმები მეტად გვხდება სოციალური იდენტობის შექმნის დროს. კერძოდ, ხშირია საჯარო გამომსვლელების მიერ კონკრეტული პრობლემის განხილვის დროს პირადი პერსპექტივიდან საუბარი მაგალითების მოყვანით.

განვიხილოთ შემდეგი ნაწყვეტები გამოსვლებიდან:

მაგალითი N11¹⁴

¹⁴ The danger of a single story

https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_talks_of_all#t-290533

Years later, I thought about this when I left Nigeria to go to university in the United States. I was 19. My American roommate was **shocked** by me. She asked where I had learned to speak English so well, and was **confused** when I said that Nigeria happened to have English as its official language. She asked if she could listen to what she called **my "tribal music,"** and was consequently very **disappointed** when I produced my tape of Mariah Carey.

She **assumed** that I did not know how to use a stove.

What **struck me** was this: She had **felt sorry** for me even before she saw me. Her default position toward me, as an African, was a kind of patronizing, well-meaning pity. **My roommate had a single story of Africa: a single story of catastrophe. In this single story, there was no possibility of Africans being similar to her in any way, no possibility of feelings more complex than pity, no possibility of a connection as human equals.**

წლების შემდეგ ამაზე დავფიქრდი, როდესაც ნიგერიი დავტოვე და შეერთებულ შტატებში გადავსახლდი სასწავლებლად. მაშინ 19 წლის ვიყავი. ჩემი ამერიკელი თანაბინადარი ჩემით **შოკირებული** იყო. მან მკითხა, სად ვისწავლე ინგლისურად სრულფასოვნად საუბარი და ძალიან **დაიბნა**, როდესაც ვუთხარი, რომ ნიგერიაში ინგლისური ოფიციალური ენაა. მკითხა, შეიძლებოდა თუ არა, რომ მისთვის მომესმინებინა მუსიკა, რომელსაც იგი **„ტომის მუსიკად“** მოიხსენიებდა. შესაბამისად, ძალიან **იმედგაცრუებული** დარჩა, როდესაც მე მერაია ქერის ფირი მოვასმენინე.

მან **ჩათვალა**, რომ მე არ ვიცოდი ღუმელის გამოყენება.

ყველაზე მეტად **გამაკვირვა** ფაქტმა, რომ ძალიან **ვეცოდებოდი** მანამდეც კი, სანამ გამიცნობდა. მისი თავდაპირველი დამოკიდებულება ჩემი, როგორც აფრიკელის, მიმართ იყო მზრუნველური. კარგი განზრახვით ვებრალეობდი. მას გააჩნდა მხოლოდ ერთი, ვიწრო შეხედულება აფრიკის მიმართ: ვიწრო შეხედულება კატასტროფაზე- მისი გადმოსახედიდან, შეუძლებელი იყო, აფრიკელთან რაიმე მსგავდება ჰქონოდა. შესაბამისად, არ არსებობდა შესაძლებლობა, რომ აგვეწყო ურთიერთობა, როგორც ორ თანაბარ ადამიანს, მას მხოლოდ ვეცოდებოდი.

მთქმელის მიერ ეპიზოდური ფრეიმის გამოყენება დასტურდება რიგი სტრუქტურული და ლინგვისტური ელემენტებით, რომლებიც მსმენელს აზრის ფორმირებაში ეხმარება. აღსანიშნავია, რომ მთქმელი იყენებს პირველ პირში თხრობას, რაც ხაზს უსვამს, რომ მოთხრობილი ამბავი არის მისი პირადი გამოცდილება. აღნიშნული გამოცდილების აღწერისას, როდესაც მთქმელი საუბრობს თავისი თანამებინადრის დამოკიდებულებებზე მისდამი, იყენებს რიგ, უარყოფითი კონოტაციის მქონე ლექსიკურ ერთეულებს, როგორცაა: **shocked, confused, disappointed, sorry**. ამრიგად, მთქმელი ახერხებს მსმენელში აღძრას თანამობინადრის უარყოფითი შეფასება, ხოლო საკუთარ იდენტობას დადებითად წამოსწევს წინ. ფრაზით, *tribal music*, მთქმელი ხაზს უსვამს სიტყვის - *tribe* უარყოფით კონოტაციურ მნიშვნელობას; კერძოდ, ხშირად ასოცირებულია პრიმიტიულობასა და განუვითარებლობასთან. ამრიგად, მოსაუბრე მსმენელში ახდენს სტერეოტიპული სქემების გააქტიურებას, რომლის მიხედვითაც აფრიკა არის ეკონომიკურად ძალიან ღარიბი და ზოგადად, მოიცავს განუვითარებელ საზოგადოებებს.

მოსაუბრე იყენებს საინტერესო ენობრივ-გამომსახველობით საშუალებას, როგორცაა **ანადიპლოსისი**, რაც გულისხმობს ბოლო ფრაზის გამეორებას მომდევნო ფრაზის დასაწყისში:

My roommate had a single story of Africa: a single story of catastrophe. In this single story, there was no possibility of Africans being similar to her in any way, no possibility of feelings more complex than pity, no possibility of a connection as human equals.

აღნიშნული მხატვრული ხერხი ქმნის ერთგვარ რითმს ეპიზოდის დასკვნით ნაწილში, რაც გამოსვლას მატებს მეტ დრამატიზმს და შესაბამისად, ემოციურად ზემოქმედებს მსმენელზე. მეტიც, აღნიშნული მონაკვეთი დატვირთულია უარყოფის ნაწილაკის - *no*, გამოყენებით, რისი საშუალებითაც მთქმელი ხაზს უსვამს საპირისპირო შინაარსს. განვიხილოთ აღნიშნული სამეტყველო აქტების მაგალითზე:

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
<i>In this single story, there was no possibility of</i>	ქვეტიპი: ექსპრესიული 1. აფრიკელები არიან	ქვეტიპი: ექსპრესიული მთქმელი ელის ემოციურ

<p><i>Africans being similar to her in any way, no possibility of feelings more complex than pity, no possibility of a connection as human equals.</i></p> <p>ამ სწორხაზოვან ამბავში არ არსებობდა შესაძლებლობა აფრიკელების მასთან მსგავსების, არ არსებობდა შესაძლებლობა არსებულიყო შეცოდებაზე მეტად კომპლექსური ემოციები, არ არსებობდა შესაძლებლობა დაგვემყარებინა ურთიერთობა, როგორც ორ თანასწორ ადამიანს.</p>	<p>ისეთივე ადამიანები როგორც ამერიკელები.</p> <p>2. აფრიკელებს არაფერი აქვთ შესაცოდი.</p> <p>3. აფრიკელები არიან ამერიკელების თანასწორნი.</p>	<p>შეფასებას მსმენელში, რის შედეგადაც მსმენელი გადააფასებს სტერეოტიპულ შეხედულებას და დადებითად შეაფასებს მთქმელს.</p>
---	---	--

თხრობის დაწყებით პირადი გამოცდილების მაგალითზე, („My American roommate was shocked by me. She asked where I had learned to speak English so well, and was confused when I said that Nigeria happened to have English as its official language“), საჯარო გამომსვლელი წინ წამოწევს სტერეოტიპირების პრობლემას საზოგადოებაში. შესაბამისად, აქ ერთვება ემოციის ფრეიმინგის პროცესი, კერძოდ, სტერეოტიპების (ამ კონკრეტულ შემთხვევაში აფრიკელის, როგორც ეროვნების აღმნიშვნელი ტერმინის გამოყენება ყველა ემიგრანტის მიმართ, რომლებიც ამ კონტინენტიდან არიან) ხაზგასმით, იწყება ზუსტად გავრცელებული რწმენა-წარმოდგენების ნგრევა. ეპიზოდური ფრეიმის გამოყენებით, რადგან ამბავი მოთხრობილია პირადი გამოცდილების პერსპექტივიდან, გარკვეული ემოციური ფონი უკვე შექმნილია აუდიტორიაში, შესაბამისად, ავტორი მიზნად ისახავს გადააფასოს შეხედულებები,

რომელიც გულისხმობს ადამიანების წინასწარ განსჯას მათი ეთნიკური თუ სოციალური წარმომავლობის მიხედვით. ემოცია აღიძვრება სწორედ იმ მიზეზის გამო, რომ რწმენა-წარმოდგენა, რომლის გადაფასებაც უნდა მოხდეს სრულიად ეწინააღმდეგება საზოგადოების კულტურულ მახასიათებელს. ტექსტის სოციოკულტურული იმპლიკაცია გულისხმობს ერთგვარი კონფლიქტის შექმნას შიდა და გარე ჯგუფებს შორის, სადაც შიდა ჯგუფში იგულისხმება ამერიკელი საზოგადოება, ხოლო გარე ჯგუფის წევრს წარმოადგენს საჯარო გამომსვლელი. ჰოფსტედეს მიხედვით (1983) დასავლური საზოგადოებებისთვის მეტად დამახასიათებელია ინდივიდუალისტური კულტურა, რომელიც ხასიათდება მაღალი შემწყნარებლობით განსხვავებულობის მიმართ და ინდივიდის ინტერესებს ჯგუფის ინტერესებზე წინ აყენებს. ამ კულტურული თვისებებიდან გამომდინარე, რწმენა-წარმოდგენები, რომლებიც გულისხმობს სტერეოტიპულ აზროვნებას მკაფიოდ არის დისტანცირებული ჯგუფისგან, შესაბამისად, უარყოფითი ემოციური დატვირთვის მატარებელია. ხოლო, მომხსენებლის მიმართ საზოგადოება განიცდის ემპათიას, რადგან იგი გვევლინება როგორც საზოგადოების მიერ უარყოფითად შეფასებული რწმენა-წარმოდგენების მსხვერპლი. *ამ სიმბოლური კოდის მორგება კი მომხსენებელმა შეძლო სწორედ ეპიზოდური ფრეიმინგის საშუალებით.*

ასევე დავაკვირდეთ შემდეგ მაგალითს:

მაგალითი N12:¹⁵

<p>Now, I tell you this story about summer camp. I could have told you 50 others just like it - all the times that I got the message that somehow my quiet and introverted style of being was not necessarily the right way to go, that I</p>	<p>ახლა მოგიყვებით ამბავს საზაფხულო ბანაკის შესახებ. მე შემიძლო 50 მსგავსი სხვა ამბავიც მომეყოლა. ყოველი შემთხვევა, როდესაც მიმიღია შეტყობინება, რომ რატომღაც ჩემი მშვიდი და ინტროვერტული სტილი არ იყო სწორი, რომ მე უნდა მეცადა და</p>
---	---

¹⁵ The power of introverts

https://www.ted.com/talks/susan_cain_the_power_of_introverts/transcript

should be trying to pass as more of an extrovert. And I always sensed deep down that this was wrong and that introverts were pretty excellent just as they were. But for years I denied this intuition, and so I became a Wall Street lawyer, of all things, instead of the writer that I had always longed to be -- partly because I needed to prove to myself that I could be bold and assertive too. And I was always going off to crowded bars when I really would have preferred to just have a nice dinner with friends. And I made these self-negating choices so reflexively, that I wasn't even aware that I was making them.

მოვეცეულიყავი როგორც ექსტროვერტი. ყოველთვის ვგრძნობდი, გულის სიღრმეში, რომ ეს არასწორი [მიდგომა] იყო და რომ ინტროვერტებიც შესანიშნავები იყვნენ. წლების განმავლობაში უარს ვამბობდი ამ ინტუიციას და, შესაბამისად, გავხდი უოლ სტრიტის იურისტი, ნაცვლად იმისა, რომ გამოვსულიყავი მწერალი, რაც ყოველთვის მინდოდა - ეს მოხდა ნაწილობრივ იმიტომ, რომ ჩემი თავისთვის მინდოდა დამემტკიცებინა, რომ შემეძლო ვყოფილიყავი გაბედული და თვითდაჯერებული. ყოველთვის მივდიოდი ხალხმრავალ ბარებში, როდესაც სინამდვილეში მეგობრებთან ერთად მშვიდად ვახშამი მინდოდა. და ისე გავერთე ამ თვით-უარყოფელი გადაწყვეტილებებით, რომ ვეღარც კი ვაანალიზებდი ამას.

მაგალითი N12 აგრეთვე გვაჩვენებს მოსაუბრის მიერ ეპიზოდური ფრეიმის გამოყენების შემთხვევას, რაშიც იგულისხმება, კვლავ პირადი მაგალითის საფუძველზე, მასშტაბური პრობლემის წარმოჩენა. მომხსენებელი აღწერს გამოწვევებს, რისი გადალახვაც ცხოვრების მანძილზე მოუხდა. საინტერესოა ლექსიკური ერთეულები, რომელთაც მთქმელი საკუთარ თავზე საუბრისას იყენებს. მაგალითად, **quiet, introverted**, რომელთაც დადებითი კონოტაციური მნიშვნელობა აქვთ. აგრეთვე აღნიშნულ ეპიზოდში ხშირია კონტრასტული იდეების შეპირისპირება, რასაც ავტორი ოსტატურად იყენებს დამაფიქრებელი ეფექტის წარმოქმნის მიზნით, ამგვარ მაგალითებად შეგვიძლია მოვიყვანოთ შემდეგი:

ა) მთქმელი უპირისპირებს მშვიდ და ინტროვერტულ ცხოვრების წესს ექსტროვერტულ ბუნებას; *“I got the message that somehow my quiet and introverted style of being was not necessarily the right way to go, that I should be trying to pass as more of an extrovert.”*

ბ) უოლ სტრიტის ადვოკატობა (ასოციაციურად ექსტროვერტული ცხოვრების წესი) შეპირისპირებულია მწერლის პროფესიასთან (რაც მეტად უკავშირდება ინტროვერტულ ცხოვრების წესს), მთქმელი კვლავ პარალელს ავლებს ცხოვრების ორ განსხვავებულ სტილს შორის, ინტროვერტიზმი ექსტროვერტიზმის წინააღმდეგ; *“But for years I denied this intuition, and so I became a Wall Street lawyer, of all things, instead of the writer that I had always longed to be.” -*

გ) გადაჭედული ბარები, შესაბამისად ხმაურიანი, ცოცხალი გარემო შედარებულია მშვიდ ვახშამთან მეგობრებთან ერთად, რაც ქმნის მშვიდი, მყუდრო გარემოს ასოციაციას. *“And I was always going off to crowded bars when I really would have preferred to just have a nice dinner with friends.”*

აღნიშნული შედარებების საფუძველზე, ნაწყვეტის დასკვნით ნაწილში, მთქმელი მსმენელის ცნობიერებაში ქმნის იმპლიკაციას, რომ მას საზოგადოების მხრიდან მიაღმა ზიანი, შედეგად მისი პიროვნება განიცდიდა სოციალური ხასიათის ტანჯვას, ამრიგად, მთქმელი იყენებს მსხვერპლის სიმბოლურ კოდს, შედეგად კი საზოგადოება მეტად ემოციურად ირთვება ნარატივში.

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
I made these self-negating choices so reflexively, that I wasn't even aware that I was making them. / და ამ თვით-უარმყოფელი გადაწყვეტილებებით ისე გავერთე, რომ ვეღარც კი ვაანალიზებდი ამას.	ქვეტიპი: ექსპრესიული 1. გავაკეთე თვითუარმყოფელი არჩევანი, რის შედეგადაც მივაყენე საკუთარ თავს ზიანი; 2. არჩევანი გამოწვეულია საზოგადოების მიერ; 3. იმდენად ვიყავი საზოგადოების გავლენის ქვეშ, ვერ გავაცნობიერე ჩემი არჩევანის სიმძიმე,	ქვეტიპი: ექსპრესიული მთქმელი ელის ემოციურ შეფასებას მსმენელში, რის შედეგადაც მსმენელი გადააფასებს სტერეოტიპულ შეხედულებას, რომ ექსტროვერტული ცხოვრების წესი არის საზოგადოებაში დაწესებული ერთგვარი ნორმა;

	შესაბამისად, ვარ მსხვერპლი;	
--	--------------------------------	--

პრობლემა, რომელსაც მომხსენებელი წინ წამოწევს, ეხება საზოგადოებრივ მოწყობას და ის რწმენა-წარმოდგენები, რომელთა გადაფასებასაც იგი ცდილობს, უკავშირდება კვლავ საზოგადოების კულტურას. ტექსტის სოციოკულტურული იმპლიკაცია ეხება კოლექტივისტური საზოგადოების მახასიათებლის გადაფასებას, რომ ჯგუფის წევრი პასუხისმგებელია დაიცვას თავისი ჯგუფის ინტერესები და ჰქონდეს მათთან საერთო მისწრაფებები თუ რწმენა-წარმოდგენები (ჰოფსტედე, 1983). შედეგად, მომხსენებელი საზოგადოებაში გადააფასებს ექსტროვერტული ბუნების პოზიტიურობას და ეჭვქვეშ აყენებს აზრს, რომ წარმატებული საზოგადოებრივი ცხოვრებისთვის აუცილებელია ექსტროვერტული ბუნება. ასევე გადაფასდება ინტროვერტების შესახებ არსებული სტერეოტიპული რწმენა-წარმოდგენები, რისი მაგალითიც თავად მომხსენებელია. შესაბამისად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ეპიზოდური ფრეიმინგის და მსხვერპლის სიმბოლური კოდის გამოყენებით, მოსაუბრე ახერხებს საზიარო რეალობის შექმნას მსმენელთან, მსმენელი გრძნობს ემპათიას მოსაუბრის მიმართ და რწმენა-წარმოდგენებს, რომლებსაც მოსაუბრე კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს მსმენელი აფასებს უარყოფითად, ანუ მოსაუბრე ახდენს ემოციის ფრეიმინგს, რომელიც წარმატებით ასრულებს დარწმუნების პროცესს. განვიხილოთ კიდევ ერთი მაგალითი:

მაგალითი N13:¹⁶

I grew up on the coast of England in the 70-იან წლებში ინგლისის სანაპიროზე '70s. My dad is **white** from Cornwall, გავიზარდე. მამაჩემი თეთრკანიანია and my mom is **black** from Zimbabwe. კორნუოლიდან, დედაჩემი კი შავკანიანი - Even the idea of us as a family was ზომბაბვედან. ჩვენი ოჯახის წარმოდგენაც კი challenging to most people. **But nature** რთული გასააზრებელი იყო ადამიანების

¹⁶ Embracing otherness, embracing myself

https://www.ted.com/talks/thandiwe_newton_embracing_otherness_embracing_myself/transcript

had its wicked way, and brown babies were born. But from about the age of five, I was aware that I didn't fit. I was the black atheist kid in the all-white Catholic school run by nuns. I was an anomaly, and my self was rooting around for definition and trying to plug in. Because the self likes to fit, to see itself replicated, to belong. That confirms its existence and its importance. And it is important. It has an extremely important function. Without it, we literally can't interface with others. We can't hatch plans and climb that stairway of popularity, of success. But my skin color wasn't right. My hair wasn't right. My history wasn't right. My self became defined by otherness, which meant that, in that social world, I didn't really exist. And I was "other" before being anything else - even before being a girl. I was a noticeable nobody.

უმეტესობისთვის. მაგრამ ბუნებას თავისი ბოროტი გზა გაიტანა და ასე გაჩნდნენ ყავისფერი ჩვილები. დაახლოებით ხუთი წლის ასაკიდან ვიცოდი, რომ არ ვჯდებოდი საზოგადოების ჩარჩოებში. მე ვიყავი შავი ათეისტი ბავშვი სრულიად თეთრ კათოლიკურ სკოლაში, რომელსაც მონაზვნები მართავდნენ. მე ანომალია ვიყავი, და ჩემი გონება ცდილობდა ფეხის მოკიდებას და არსის პოვნას. იმიტომ, რომ პიროვნებას მოსწონს, როდესაც საზოგადოებას მორგებულია, ეს ადასტურებს მის არსებობას და მის მნიშვნელობას. და ეს მნიშვნელოვანია. ამას ძალზე მნიშვნელოვანი ფუნქცია აქვს. მის გარეშე, ფაქტობრივად, ვერ დავუკავშირდებით სხვებს, ვერ გამოვიყენებთ გეგმებს და ვერ ავალთ პოპულარობის, წარმატების კიბეებზე. მაგრამ ჩემი კანის ფერი არ იყო სწორი. ჩემი თმა არ იყო სწორი. ჩემი ისტორია არ იყო სწორი. ჩემი თვითმყოფადობა განისაზღვრა სხვაობით, რაც ნიშნავდა, რომ იმ სოციალურ სამყაროში მე ნამდვილად არ ვარსებობდი. ყველაფერზე ადრე, გოგონად ყოფნაზე ადრეც კი უკვე "სხვა" ვიყავი. ვიყავი შესამჩნევი არავინ.

მეტი ექსპრესიულობისა და მსმენელზე ემოციური ზეგავლენის მოსახდენად საჯარო გამომსვლელი იყენებს შემდეგ ენობრივ-გამომხატველობით საშუალებებს:

შეპირისპირება: My dad is white from Cornwall, and my mom is black from Zimbabwe.

I was the **black** atheist kid in the **all-white** Catholic school **run by nuns**.

სარკაზმი: **But nature had its wicked way, and brown babies were born.** - სარკაზმის ფუნქცია ამ კონკრეტულ მაგალითში მდგომარეობს დასმული პრობლემის გამმაფრებაში ერთგვარი კონტრასტის შესაქმნელად. მთქმელს შემოაქვს ტრაგიკულობის თემა და ამრიგად, ახერხებს თავისი თავის მსხვერპლის როლში წარმოჩენას, როგორც ტრაგიკული ფიგურისა;

ეპისტროფი: **Because the self likes to fit, to see itself replicated, to belong.** But my skin color **wasn't right**. My hair **wasn't right**. My history **wasn't right**.- აღნიშნული სტილისტური ხერხის რიტორიკული ფუნქციაა იდეის, აზრის ან მონაკვეთის ხაზგასმა. გამეორების საშუალებით მთქმელი ქმნის ერთგვარ რითმს, რაც ხელს უწყობს გადაცემული მესიჯის ხაზგასმას და დრამატიზებას, აგრეთვე ქმნის მხატვრულ ეფექტს და ტექსტს ანიჭებს ემოციურ დატვირთვას.

მესოდიპლოზისი: **And I was "other" before being anything else -- even before being a girl.** - წინადადების სტრუქტურას ანიჭებს განმეორებით სახეს, რაც აგრეთვე ხაზს უსვამს მთავარ გადასაცემ მესიჯს და ტექსტს ჰმატებს ემოციურ დატვირთვას.

ნაწყვეტის დასკვნით ნაწილში მთქმელი იყენებს **ალიტერაციას** (თანხმომოვნების გამეორება **noticeable nobody**) და **ოქსიმორონს:** **I was a noticeable nobody.** მთქმელი ურთიერთგამომრიცხავი ცნებების დაკავშირებით საზოგადოებაზე ემოციურად ზემოქმედებს და ცდილობს დაიმსახუროს მსმენელის თანაგრძნობა. განვიხილოთ აღნიშნული ფრაზა სამეტყველო აქტების მაგალითზე:

ლოკუცია	ილოკუცია	პერლოკუცია
I was a noticeable nobody. შესამჩნევი არავინ ვიყავი.	ქვეტიპი: ექსპრესიული 1. ვიყავი არარაობა: გარიყული; მსხვერპლი;	ქვეტიპი: ექსპრესიული მთქმელი ელის ემოციურ შეფასებას მსმენელში, რომ მსმენელს გაუჩნდება ემპათიის განცდა მთქმელისადმი, როგორც ჩაგრული, ტრაგიკული

		პიროვნებისადმი.
--	--	-----------------

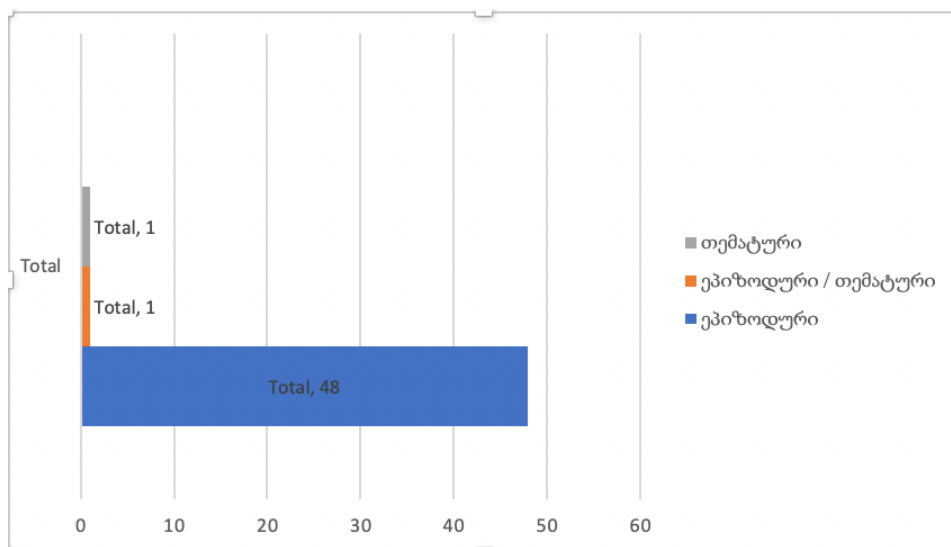
N13 მაგალითის ის მიხედვით, ეპიზოდური ფრეიმის გამოყენება გულისხმობს მოსაუბრის მიერ კვლავ საკუთარი გამოცდილების პერსპექტივიდან საუბარს, რომლის საშუალებითაც მოსაუბრე წარმოაჩენს ადამიანთა პრობლემას, რომელიც უკავშირდება თვითდამკვიდრებას. შესაბამისად, პრობლემის წარმოჩენის შემდგომი ეტაპი ორი განსხვავებული პერსპექტივით შეიძლება წარიმართოს, ერთი გულისხმობს პრობლემის მოგვარების გზების ძიებას, ან თავად პრობლემის არსებობის მიზეზის კვლევას და ამის შედეგად, მისი მოგვარების გზების წარმოჩენას. ამ მაგალითშიც, მომხსენებელი იყენებს ეპიზოდურ ფრეიმინგს და კვლავ მსხვერპლის სიმბოლურ კოდს. შესაბამისად, ემოციის შკალაზე (იგულისხმება ორი ურთიერთსაპირისპირო ემოციის შეპირისპირება: დადებითი-უარყოფითთან) დასახელებული პრობლემა საზოგადოების მიერ ფასდება უარყოფითი ემოციით, შედეგად, მომხსენებელი წარმატებით აგრძელებს რწმენა-წარმოდგენების გადაფასებას.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, ეპიზოდური ფრეიმინგის გამოყენების შედეგად, მოსაუბრეები ახდენენ პრობლემური საკითხის დასმას და ასევე კონკრეტული სიმბოლური კოდის გამოყენებით საზოგადოებაზე ახდენენ ემოციურ გავლენას, მაგალითად, ზემოთ განხილულ მაგალითებში ვიხილეთ შემთხვევები, როდესაც მსხვერპლის სიმბოლური კოდის გამოყენებით თავად პრობლემა წარმოდგენილია როგორც ე.წ. „მჩაგვრელი“. შემდეგი ლოგიკური გაგრძელება უნდა ვეძიოთ პრობლემის მოგვარების გზებში. სწორედ ამ ეტაპზე შემოდის მოქმედებაში რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირება. როდესაც რწმენა-წარმოდგენებზე ვსაუბრობთ აუცილებელია მხედველობაში მივიღოთ ის ზოგადი კონტექსტი რომელშიც მოსაუბრე და მსმენელი იმყოფებიან, რადგან მეტწილად კონტექსტი განსაზღვრავს როგორც შინაარსობრივ, ასევე ემოციურ კავშირს პრობლემასა და მოსაუბრეს შორის, რისი ანალიზიც აუცილებელია იმისთვის, რომ მსმენელზე წარმატებით განხორციელდეს დარწმუნების პროცესი. რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირება და შეხედულებების შექმნა მეტწილად დამოკიდებულია საზოგადოების საზიარო კულტურაზე.

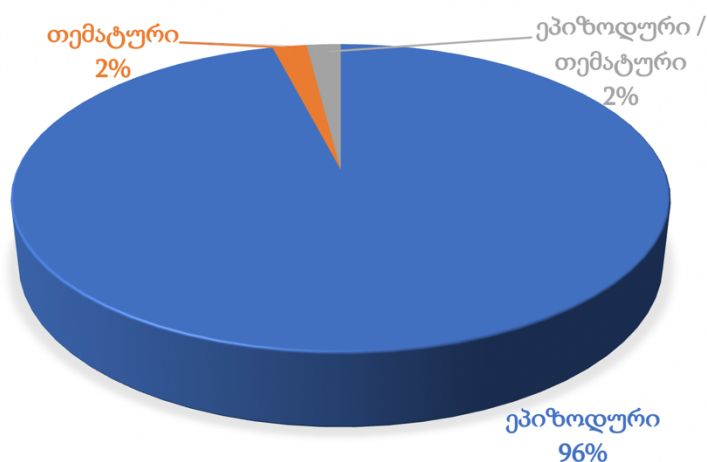
როგორც ზემოთ აღნიშნული კვლევით დასტურდებოდა (გროსი, 2008), ეპიზოდური და თემატური ფრეიმების ემოციური გავლენის კვლევისას მედიაში, ეპიზოდური ფრეიმებით აგებული ამბავი მეტად ემოციური იყო მსმენელისთვის/მკითხველისთვის, ვიდრე თემატური ფრეიმების გამოყენება. ამრიგად, შესაძლოა ვიმსჯელოთ ეპიზოდური ფრეიმების როლზე, როგორც საზოგადოებაზე ემოციური გავლენის მოხდენის საშუალებაზე საჯარო გამოსვლებში.

50 შესწავლილი საჯარო გამოსვლის მაგალითზე ეპიზოდური და თემატური ფრეიმების გამოყენება შემდეგნაირად გადანაწილდა, 48 გამოსვლაში გამოიყენებოდა ეპიზოდური ფრეიმი (96%), 1 გამოსვლაში გამოიყენებოდა თემატური ფრეიმი(2%), ხოლო 1 გამოსვლაში დაფიქსირდა ორივე ფრეიმის გამოყენება (2%). (იხილეთ დიაგრამა N1, N2)

დიაგრამა N1



დიაგრამა N2:



მოცემული შედეგებიდან გამომდინარე, შესაძლოა ვიმსჯელოთ ეპიზოდურ ფრეიმებზე, როგორც საჯარო მეტყველთა მიერ არჩეულ ემოციის ფრეიმინგის ტაქტიკაზე, სადაც იგულისხმება პირადი სუბიექტური გამოცდილების საფუძველზე ემოციური გავლენის მოხდენა მსმენელ საზოგადოებაზე.

II თავის დასკვნა

თუ ნაშრომის პირველი თავი კონცენტრირდებოდა ემოციის მულტიდისციპლინური და ინტერდისციპლინური კუთხით მიმოხილვაზე, მეორე თავში ყურადღება გავამახვილეთ ემოციის როლზე კომუნიკაციაში, მიმოვიხილეთ კომუნიკაციის და კერძოდ, დარწმუნებითი კომუნიკაციის კონტექსტში სოციალური იდენტობის შექმნისა და ემოციის ფრეიმინგის საკითხები.

უფრო დაწვრილებით, მეორე თავში ყურადღება გამახვილებულია შემდეგ საკვლევ საკითხებზე: კოვეჩემის (1990) კულტურულ მოდელზე დაფუძნებით, გამოვყავით დარწმუნების სცენარისმაგვარი მოდელი, რომელიც მოიცავდა ხუთ საფეხურს. პირველი საფეხური, რომელიც გულისხმობს მომხსენებლის ჯგუფის წევრად მიღებას, ხორციელდება საჯარო გამომსვლელის მიერ პოზიტიური სოციალური იდენტობის შექმნით, რისთვისაც იგი ახდენს იდენტობის კონსტრუირებას, რაც წინასწარ განსაზღვრავს ქცევის ნორმებს მსმენელსა და საჯარო გამომსვლელს შორის საერთო რეალობის შესაქმნელად. შედეგად, მსმენელში აღიძვრება ემოცია, რაც ცვლის მსმენელის რეალობას; იგულისხმება, რომ მსმენელი გადააფასებს არსებულ რწმენა-წარმოდგენებს და შედეგად, აღდგება სამყაროსთან ჰარმონიულობა.

როგორც აღინიშნა, ეს პროცესი მიმდინარეობს ეპიზოდური და თემატური ფრეიმების გამოყენებით. ეპიზოდური და თემატური ფრეიმები მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა კვლევისთვის, რადგან მათი საშუალებით ხდება ემოციის ფრეიმინგი, რაც გულისხმობს კონკრეტული ამბის თხრობის შედეგად დარწმუნების კონცეპტუალური სქემატური მოდელის გააქტიურებას მსმენელში, რომლის საბოლოო შედეგსაც წარმოადგენს დარწმუნება, რაც თავის მხრივ, გულისხმობს

მსმენელზე ემოციურ ზემოქმედებასაც. უნდა აღინიშნოს, რომ ეპიზოდური თუ თემატური ფრეიმების გამოყენება არ ხორციელდება ნარატივის კონკრეტულ ნაწილში. მაგალითად, შესავალში, ძირითად ნაწილში ან დასკვნაში, არამედ, მიმოფანტულია მთელ ნარატივში. ტექსტში ამ ფრეიმების აქტუალიზაციის ადგილების კვლევა არ წარმოადგენდა კვლევის მიზანს. მეორე თავში ყურადღება გავამახვილეთ აგრეთვე ეპიზოდური და თემატური ფრეიმების ემოციურ ღირებულებაზეც, და აღვნიშნეთ, რომ მედიის კვლევისას ეპიზოდური ფრეიმები მეტად ემოციურად აღიქმებოდა საზოგადოების მიერ (გროსი, 2008), შესაბამისად, ვვარაუდობთ, რომ საჯარო გამოსვლების კონტექსტშიც მეტად გამოიყენება ეპიზოდური ფრეიმები ემოციური გავლენის მოსახდენად.

ამავე თავში, აგრეთვე, წარმოვადგინეთ ვრცელი დისკუსია დარწმუნებასთან დაკავშირებით და აღვნიშნეთ, რომ არ არსებობს კონკრეტული ჩამოყალიბებული აზრი იმის შესახებ, თუ რამდენად თან ახლავს დარწმუნება ყველა ტიპის კომუნიკაციას, თუმცა, ამ ეტაპზე, ნაშრომში ვინტერესდებით კონკრეტულად საჯარო გამოსვლის დისკურსით და ვასკვნით, რომ საჯარო გამოსვლის დისკურსი მოიცავს დარწმუნებით კომუნიკაციას და საჯარო გამომსვლელის ერთ-ერთი მთავარი მიზანია დაარწმუნოს მსმენელი საზოგადოება. შესაბამისად, დარწმუნების შესწავლისთვის გამოვიყენეთ როგორც კოგნიტური ლინგვისტიკის (ფრეიმინგის მოდელი), აგრეთვე ფსიქოლოგიის (იდენტობის ჩამოყალიბება) მიდგომა, რის შედეგადაც მივიღეთ დარწმუნების საკმაოდ კომპლექსური და მრავლისმომცველი გამოხტულება, როგორც თეორიული, აგრეთვე პრაქტიკული კუთხით; საკითხის თეორიული ღირებულება მოიცავდა დარწმუნების როგორც ლინგვისტური ფენომენის პროცესების ახსნას ისეთ თეორეტიკოსებზე დაყრდნობით, როგორცაა ბურკე (1969), სტეტსი და ბურკი (2000), ელემერსი (2020), ტაიფელი და ტერნერი (1986) და სხვ. დასკვნის სახით შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ აუცილებელია გავითვალისწინოთ მსმენელის შეფასებები, მათი მოტივაცია და ემოციური მდგომარეობა. როგორც აღვნიშნეთ, საჯარო გამომსვლელი სიტყვით გამოსვლისას გამუდმებით ცდილობს სოციალური ნორმებისა და რწმენა-წარმოდგენების გადაფასებას. ამისთვის კი აუცილებელია პოზიტიური სოციალური იდენტობის დადასტურება. ამ პროცესში საჯარო გამომსვლელი შეიძლება იყენებდეს მთელ რიგ ენობრივ-გამომხატველობით საშუალებებს; მათ შორის მეტაფორას, სხვადასხვა

ტიპის გამეორებას, რაც მთქმელს საშუალებას აძლევს ტექსტს მიანიჭოს მეტად დრამატული ხასიათი, შესაბამისად უფრო მძაფრად მოახდინოს ემოციის კომუნიკაცია მსმენელში; აგრეთვე ხშირია სარკაზმის / ირონიის გამოყენება, როდესაც მთქმელი საჯაროდ დასცინის საკუთარ თავს ან საზოგადოებას და, ამ გზით, ახდენს სხვადასხვა ღირებულებების გადაფასებას, ან კონკრეტული როლის მორგებას;

მეორე თავში მოყვანილი მსჯელობის შედეგად შეგვიძლია დავასკვნათ:

1. საჯარო გამოსვლა ატარებს დარწმუნებით ხასიათს;
2. საჯარო გამომსვლელი დარწმუნების განსახორციელებლად მიჰყვება ერთგვარ სცენარს;
3. წარმატებული საჯარო გამოსვლისთვის აუცილებელია საჯარო გამომსვლელი აღიქმებოდეს ჯგუფის წევრად, შესაბამისად, ჰქონდეს პოზიტიური სოციალური იდენტობა, რასაც საჯარო გამომსვლელი ახერხებს იდენტობის კონსტრუირებით;
4. საჯარო გამომსვლელს აქვს ორი იდენტობა, ერთი ე.წ. „მე“, რომელიც წარმოადგენს მის სახეს ყოველდღიურ ცხოვრებაში და ე.წ. „სასცენო“ იდენტობა, რომელიც გულისხმობს თავის კონკრეტული ჯგუფისთვის მიკუთვნებას;
5. ნარატივის პროცესში საჯარო გამომსვლელი იყენებენ ეპიზოდურ ან თემატურ ფრეიმებს, რაც გულისხმობს ამბის კონსტრუირების ორ განსხვავებულ ფორმას: პირადი გამოცდილების პერსპექტივიდან თხრობას, ან ზოგადი, ფართო კონტექსტიდან თხრობას; მეტი ემოციურობის მისაღწევად ტექსტი დატვირთულია რიგი ენობრივ-გამომსახველობითი საშუალებებით.

თავი III - ემოციის ფრეიმინგის კვლევა და მსმენელზე ორიენტირებული მიდგომა საჯარო გამოსვლებში

ადამიანები ყოველდღიურ ცხოვრებაშიც ვგრძნობთ და, შესაბამისად, გადმოვცემთ ყველანაირ ემოციას. ემოციების კვლევის უმეტესი ნაწილი კონცენტრირებულია თემის შესწავლის ფსიქოლოგიურ ან შემეცნებით მიდგომაზე ფსიქიკური თუ ფიზიოლოგიური პროცესების თვალსაზრისით. თუმცა, ყველა განსხვავებული თვალსაზრისი აღნიშნავს სტიმულის მნიშვნელობას ემოციის გაღვივებაში. პირველ თავში მიმოვიხილეთ რიგი თეორიები ემოციის კვლევასთან დაკავშირებით, შესაბამისად, ამ თეორიებზე დაყრდნობით, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ინდივიდის ქვეცნობიერი ემოციური მდგომარეობა დიდ გავლენას ახდენს იმაზე, თუ როგორ აღიქმება ემოცია სიტუაციიდან გამომდინარე. ანალოგიურად, ინდივიდის კონტექსტისა და სოციალური ფონის მნიშვნელობას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს საჯარო გამოსვლებში ემოციების ამოცნობისათვის. ასევე, ლოგიკურია, რომ ემოციის ინტენსივობა უკიდურესად დამოკიდებულია ზოგად ემოციურ მდგომარეობაზე და გამოცდილებებზე. ემოციას ნაშრომში განვიხილავთ, როგორც დარწმუნებითი კომუნიკაციის მნიშვნელოვან ელემენტს, რომელიც სქემატურად გამოიხატება და აქტიურდება კონტექსტში გამომსვლელსა და მსმენელს შორის გაზიარებული კულტურული გამოცდილების საფუძველზე.

მეორე თავში ვისაუბრეთ, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია, მსმენელმა შეძლოს პოზიტიური სოციალური იდენტობის წარმოჩენა, რადგან ამგვარად იგი ახერხებს მსმენელის ნდობის მოპოვებას და შედეგად, დარწმუნების განხორციელებას. თუმცა, კომუნიკაცია ორმხრივი პროცესია, და მიუხედავად იმისა, რომ საჯარო გამოსვლის შემთხვევაში მსმენელს პასიური როლი აქვს, იმ მხრივ, რომ მსმენელი არ ახდენს ვერბალურ კომუნიკაციას გამომსვლელთან, იგი პროცესის ისეთივე მნიშვნელოვანი მონაწილეა, როგორც თავად მოსაუბრე.

ემოციის, დარწმუნებისა და ეპიზოდური და თემატური ფრეიმების გამოყენებაზე მსჯელობამ საკითხის თეორიულად შესწავლის საშუალება მოგვცა. ბევრია დამოკიდებული საჯარო გამომსვლელზე, თუმცა, აუცილებელია საკითხი ვიკვლიოთ დამსწრე საზოგადოების გადმოსახედიდანაც, რადგან ნებისმიერი საჯარო გამოსვლისთვის მსმენელი ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც საჯარო

გამომსვლელი. მაგალითად, პოზიტიური სოციალური იდენტობის ჩამოყალიბების აუცილებლობაზე, საჯარო გამომსვლელის იდენტობაზე და მოტივების რიტორიკაზემსჯელობის დროს მსმენელი აუდიტორია განიხილება საჯარო გამოსვლისთვის მნიშვნელობის მიმნიჭებლად, რადგან ყოველივე ზემოთქმული ხორციელდება მსმენელი საზოგადოების, მათი კულტურისა და რწმენა-წარმოდგენების გათვალისწინებით. ამრიგად, აუცილებელია საკითხს მივუდგეთ მსმენელის გადმოსახედიდანაც.

3.1. გრაისის კოოპერაციის პრინციპის მართებულობა და თვისობრივი მაქსიმის როლი საჯარო გამოსვლის დისკურსში

საჯარო გამოსვლებზე და განსაკუთრებით, დარწმუნებაზე მსჯელობისას, ვლინდება პარალელები გრაისის კოოპერაციის პრინციპებთან, რომელიც გამოყოფს ოთხ მაქსიმას კომუნიკაციის აქტის წარმატებით განსახორციელებლად, ესენია: ოდენობრივი, თვისობრივი, რელევანტურობის და მანერის (გრაისი, 1975). შესაბამისად, შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, თუ რამდენად რელევანტურია გრაისის მაქსიმები ემოციის ფრეიმინგის პროცესში. განსაკუთრებით საინტერესოა თვისობრივი მაქსიმის აქტუალიზაცია საჯარო გამოსვლებში.

თვისობრივი მაქსიმის მთავარი პრინციპი მდგომარეობს ინფორმაციის სისწორესა და მოსაუბრის გულწრფელობაში. შესაბამისად, საჯარო გამოსვლის კონტექსტშიც აუცილებელია აუდიტორიას საჯარო გამომსვლელის სჯეროდეს. ამისთვის, ამ უკანასკნელმა უნდა მოახერხოს და აჩვენოს საზოგადოებას თავისი გულწრფელობა. მეორე თავში ვახსენებთ, რამდენად მნიშვნელოვანია ჯგუფის წევრებს შორის საერთო რწმენა-წარმოდგენების გააქტიურება შესაფერისი ემოციური პასუხის მისაღებად. საზოგადოება ენდობა მოსაუბრეს იმ შემთხვევაში, თუ იგი ახერხებს მასთან თავის გაიგივებას. იმისთვის, რომ საკუთარი თავი გავაიგივოთ გამომსვლელთან, აუცილებელია გვჯეროდეს გამომსვლელის გულწრფელობისა და აგრეთვე, ვხედავდეთ საჯარო გამომსვლელს არა როგორც აუთსაიდერს, უცხო პირს, არამედ, როგორც ჯგუფის წევრს. შესაბამისად, როდესაც მეორე თავში ვახსენებთ „მორალიზების პროცესს“, იგულისხმება, რომ ეს პროცესი მთლიანად დაფუძნებულია გულწრფელობაზე. აქედან გამომდინარე, ის სოციალური როლი,

რასაც მოსაუბრე ირგებს, ჭეშმარიტად უნდა წარმოადგენდეს მოსაუბრის სახეს და არ უნდა იყოს მასზე ხელოვნურად მორგებული. სწორედ იმ მიზეზიდან გამომდინარე, რომ აუცილებელია მოსაუბრე იყოს გულწრფელი თავისი იდენტობის წარმოჩენისას, იგი ირგებს როლს, რომელსაც, გარკვეულწილად, მისი კულტურა ქმნის. შესაბამისად, ლოგიკური იქნება, თუ ვიმსჯელებთ, რომ ინდივიდი, რომელიც იზიარებს მაგალითად, ინდივიდუალისტური კულტურის რწმენა-წარმოდგენებს, მორგებს იმგვარ სოციალურ იდენტობას, რომელიც ჭეშმარიტად ასახავს ამ კულტურის წევრებს. ამრიგად, მოსაუბრე მართალია როგორც თავის თავთან, აგრეთვე საზოგადოების წინაშეც. განვიხილოთ შემდეგი მაგალითები საჯარო გამოსვლებიდან, რომელიც დაადასტურებს ზემოთ მოყვანილ მსჯელობას:

მაგალითი N14¹⁷

I grew up to study the brain because I have a brother who has been diagnosed with a brain disorder, schizophrenia. And as a sister and later, **as a scientist**, I wanted to understand, why is it that I can take my dreams, I can connect them to my reality, and I can make my dreams come true? What is it about my brother's brain and his schizophrenia that he cannot connect his dreams to a common and shared reality, so they instead become delusion?

მე გავიზარდე, რომ შემესწავლა ტვინი, რადგან მყავს ძმა, რომელსაც დაუსვეს ფსიქიკური დაავადების დიაგნოზი, შიზოფრენია. **როგორც დას** და შემდგომ, **როგორც მეცნიერს**, მინდოდა გამეგო, რატომ შემძლია ჩემი ოცნებების დაკავშირება ჩემს რეალობასთან და მათი ახდენა? რატომ და რითი გამოირჩევა ჩემი ძმის ტვინი და მისი შიზოფრენია ისე, რომ მას არ შეუძლია დაუკავშიროს თავისი ოცნებები საერთო რეალობას, ამრიგად, მისი ოცნებები ბოძვად იქცევა ხოლმე.

მოცემული მაგალითი ნათლად ასახავს საჯარო გამომსვლელის მიერ თვისობრივი მაქსიმის გამოყენებას, რომელიც ასევე უკავშირდება სოციალური იდენტობის ჩამოყალიბების, მორალიზების პროცესს და შესაბამისად,

¹⁷ My stroke of insight

(https://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_my_stroke_of_insight/transcript?referrer=playlistthe_most_popular_talks_of_all&language=en)

საზოგადოებისთვის საზიარო რწმენა-წარმოდგენების გამოყენებას საბოლოო მიზნის, პოზიტიური სოციალური იდენტობის მისაღწევად. თავდაპირველად საჯარო გამომსვლელი თავის იდენტიფიცირებას ახდენს როგორც და, რომელსაც ჰყავს შიზოფრენიით დაავადებული ძმა, შედეგად, ამან განაპირობა გამომსვლელის რეალური სოციალური როლის მორგება, როგორც მეცნიერისა. ფაქტის გამოყენებით, მოსაუბრემ მოახერხა საკუთარი მოტივაციის ჩვენება, და რადგან დამსწრე საზოგადოების მიერ ფაქტობრივი ინფორმაციის კითხვის ნიშნის ქვეშ დაყენება არ ხდება, მისი მოტივაციაც მეტად დამაჯერებელია. ამასთან ერთად, მოსაუბრემ წინა ფონზე გამოიტანა ოჯახური ურთიერთობებისა და კავშირის მნიშვნელობა, რაც საზოგადოებას საშუალებას აძლევს თავი მოსაუბრის ადგილას დააყენოს და შესაბამისად, საზღვრები მოსაუბრის რეალობასა და მსმენელი საზოგადოების რეალობას შორის გარკვეულწილად ქრება, რაც ქმნის საზიარო რეალობას. ამრიგად, აღიძვრება ნდობა დამსწრე საზოგადოებაში და მოსაუბრე მიღებულია შიდა ჯგუფობრივ წევრად. შესაბამისად, რადგან საზოგადოებას უკვე შეუძლია მოსაუბრესთან თავის გაიგივება, მოსაუბრეს შეუძლია გააგრძელოს ემოციური მესიჯის გადაცემა.

მაგალითი N15

When I was seven years old and my sister was just five years old, we were playing on top of a bunk bed. I was two years older than my sister at the time -- I mean, I'm two years older than her now -- but at the time it meant she had to do everything that I wanted to do, and I wanted to play war. So we were up on top of our bunk beds. And on one side of the bunk bed, I had put out all of my G.I. Joe soldiers and weaponry. And on the other side were all my sister's My Little Ponies ready for a როდესაც 7 წლის ვიყავი და ჩემი და - 5-ისა, ვთამაშობდით ორსართულიანი საწოლის მეორე სართულზე. მე ორი წლით უფროსი ვიყავი ჩემს დაზე, ანუ, ახლაც ორი წლით უფროსი ვარ - მაგრამ იმ დროს ეს ნიშნავდა, რომ მას უნდა გაეკეთებინა ყველაფერი, რისი გაკეთებაც მე მსურდა, და ჩემი სურვილი იყო ომობანას თამაში. ასე აღმოვჩნდი ორსართულიანი საწოლის თავზე, რომლის ერთ მხარეს, მთელი ჩემი G.I. Joe ჯარისკაცები და იარაღი იყო

cavalry charge.

განლაგებული. მეორე მხარეს კი ჩემი დის ყველა პატარა პონი იყო მზად კავალერიის შეტევისთვის.

მაგალითი N15- ში (მსგავსად მაგალითი N14-სა), საჯარო გამომსვლელი თავის იდენტიფიცირებას ახდენს როგორც ძმა. მსმენელი საზოგადოებისთვის საზიარო სოციალური როლის მორგებით, რასაც მოსაუბრე ახერხებს ოჯახური კავშირების წინ წამოწევით, მსმენელსა და საჯარო გამომსვლელს შორის იქმნება საზიარო რეალობა, ეპიზოდური ფრეიმის გამოყენებით, რომელიც, ამ შემთხვევაში, გულისხმობს პირადი გამოცდილების, კერძოდ პატარა და-ძმის ურთიერთობის ასახვას, საჯარო გამომსვლელი ამყარებს ემოციურ კავშირს დამსწრე საზოგადოებასთან, შედეგად, საჯარო გამომსვლელი აღიქმება, როგორც სანდო პიროვნება, რომლის მიმართაც მსმენელს უჩნდება ნდობის შეგრძნება, ამრიგად, მსმენელი მეტად პოზიტიურად განწყობილი იქნება მისი გამოსვლის მიმართ. ზოგადად, როდესაც მსმენელი ახერხებს თავის გაიგივებას საჯარო გამომსვლელთან, ამ შემთხვევაში საჯარო გამომსვლელისთვის ყოველთვის უფრო მარტივი ხდება მსმენელის დარწმუნება.

მაგალითი N16

I want to talk to you today a little bit about predictable irrationality. And my interest in irrational behavior started many years ago in the hospital. I was burned very badly. And if you spend a lot of time in hospital, you'll see a lot of types of irrationalities. And the one that particularly bothered me in the burn department was the process by which the nurses took the bandage off me. Now, you must have all taken a Band-Aid off at some point, and you must have wondered what's the right

მინდა დღეს ცოტა გესაუბროთ პროგნოზირებად ირაციონალურობაზე. ირაციონალური ქცევით მრავალი წლის წინ დავინტერესდი საავადმყოფოში. ძალიან მძიმე დამწვრობა მივიღე, და თუ დიდ დროს ატარებთ საავადმყოფოში, ნახავთ უამრავ ირაციონალურს. ის, რაც განსაკუთრებით მაწუხებდა დამწვრობის განყოფილებაში, იყო პროცესი, როდესაც ექთნები ბინტს მხსნიდნენ. რაღაც მომენტში ყველას გეუბნებთ გამოცდილი ეს პროცესი და ალბათ გიფიქრიათ, რა

approach. Do you rip it off quickly -- short duration but high intensity -- or do you take your Band-Aid off slowly -- you take a long time, but each second is not as painful -- which one of those is the right approach?

არის სწორი მიდგომა. რომელი სჯობია, ბინტის სწრაფად ახევა, ანუ მოკლე ხანგრძლივობა მაგრამ ტკივილის მაღალი ინტენსივობა, თუ სჯობს ბინტის ნელა მოხსნა, ანუ მეტი დროის დახარჯვა, მაგრამ სამაგიეროდ, თითოეული წამი ისეთი მტკივნეული არ არის. რომელია სწორი მიდგომა ?

მაგალითი N16-ში საჯარო გამომსვლელი ახერხებს ნდობისა და დამაჯერებლობის მოპოვებას, კვლავ ეპიზოდური ფრემის გამოყენებით, როდესაც მსმენელის წინაშე წარსდება თავადაპირველად როგორც პაციენტი. ხშირ შემთხვევაში, როდესაც საჯარო გამომსვლელი ეპიზოდური ფრემის გამოყენებით იხსენებს მისთვის ტრაგიკულ ისტორიას, ან გამოცდილებას, რომელმაც მას სულიერი ან ფიზიკური ტკივილი მიაყენა, მსმენელისთვის გაცილებით მარტივი ხდება ამგვარი საჯარო გამომსვლელის დაჯერება, რადგან მსმენელი გრძნობს ემპათიას საჯარო გამომსვლელის მიმართ და სავარაუდოა, რომ საკუთარ თავსაც აყენებს მის ადგილას, და წარმოიდგენს, თავად როგორ გაუმკლავდებოდა ხსენებულ სირთულეებს. შესაბამისად, საჯარო გამომსვლელი ამ კონკრეტული მაგალითის საფუძველზე დამაჯერებლად გამოიყურება, რადგან იგი თხრობისას იყენებს ნამდვილ, ფაქტობრივ ინფორმაციას, რომელიც აგრეთვე წარმოადგენს ტრაგიკულ გამოცდილებას, რაც კიდევ უფრო ზრდის მსმენელის მხრიდან საჯარო გამომსვლელის პოზიტიურად შეფასებას.

რაც შეეხება გრაისის სხვა მაქსიმებს, როგორცაა რაოდენობრივი, რელევანტურობისა და მანერის მაქსიმები, რა თქმა უნდა, არსებითია საჯარო გამოსვლებშიც, თუმცა მათი აქტუალიზაციის შესწავლა შედარებით რთულია. მაგალითად, თუ ჩავუღრმავდებით რაოდენობრივ მაქსიმას, რომელიც ფოკუსირდება გადაცემული ინფორმაციის რაოდენობაზე იმ მხრივ, რომ მოსაუბრის მიერ გადაცემული ინფორმაცია უნდა იყოს საკმარისი (ე.ი. არც მეტი და არც ნაკლები,) აღმოვაჩინოთ, რომ რთულია საჯარო გამოსვლის დისკურსში დადგინდეს კონკრეტული საზომი, რომელიც საშუალებას მოგვცემს განვმარტოთ და დავადგინოთ, რა მოცულობის ინფორმაცია იქნება ზედმეტი ან პირიქით. აქედან

გამომდინარე, რაოდენობრივ მაქსიმაზე შეგვიძლია ვიმსჯელოთ კონტექსტიდან და თემიდან გამომდინარე. ამასთან, როგორც თვისობრივი მაქსიმა განვაზოგადეთ, რაოდენობრივი მაქსიმის საჯარო გამოსვლის დისკურსზე მორგება რთული იქნება. აგრეთვე, საინტერესოა, ვიმსჯელოთ რელევანტურობისა და მანერის მაქსიმებზეც, რომელებიც, მეტწილად, დამოკიდებულია გამოსვლის თემატიკასა და კონტექსტზე. რა თქმა უნდა, აუცილებელია გადმოცემული ინფორმაცია თემის რელევანტური იყოს, თუმცა, საჯარო გამოსვლაში გარკვეულწილად ინფორმაციის მართებულობა და სისწორე განისაზღვრება თავად გამომსვლელის მიერ და დამოკიდებულია მის არჩევანზე, თუ რა კუთხით განავრცობს დასმულ საკითხს. ამასთან, რა თქმა უნდა, არ უარვეყოფთ რელევანტურობის აუცილებლობას, რთულია იმ კრიტერიუმების განსაზღვრაც, რაც კონკრეტულ საჯარო გამოსვლას რელევანტურად აქცევს. ამისთვის საჭირო იქნება არა მხოლოდ საჯარო გამომსვლელისა და თავად სიტყვის ანალიზი, არამედ გამოსვლის თემატიკისა და ამ თემის რელევანტურობის დადგენაც დამსწრე საზოგადოებისთვის. შედარებით მარტივი იქნებოდა მსჯელობა კონკრეტულ დისკურსზე, როგორცაა მაგალითად, საპრეზიდენტო დებატები, თუ პოლიტიკური გამოსვლები. ფართო კონტექსტში საჯარო გამოსვლაზე, როგორც დისკურსზე საუბრისას, რთულია რელევანტურობის განსაზღვრა და აუცილებელია ეს მოხდეს კონკრეტულ შემთხვევაზე დაყრდნობით და არა განზოგადებით. თუმცა, მეორეს მხრივ, შესაძლოა ვისაუბროთ რაოდენობრივ მაქსიმაზე, როგორც ინფორმაციის ერთგვარ სათავსოზე. თუ გავიხსენებთ დარწმუნების სქემატურ გამოსახულებას (თავი 2). გამოვყავით დარწმუნების აქტის ხუთი ეტაპი: 1. მომხსენებლის ჯგუფის წევრად მიღება / პოზიტიური სოციალური იდენტობის ჩამოყალიბება; 2. მსმენელში სამყაროსთან ჰარმონიულობის დარღვევა; 3. მსმენელში ემოციების აღძვრა, 4. რეალობის შეცვლა; 5. სამყაროსთან ჰარმონიულობის აღდგენა. ამ ხუთი ეტაპის გასავლელად აუცილებელია შესაბამისი ინფორმაციის სწორი რაოდენობით მიწოდება, თუმცა, როგორც აღვნიშნეთ, ინფორმაციის სწორი ოდენობა რთული განსაზოგადებელია და დამოკიდებულია კონკრეტულ გამოსვლასა და თემატიკაზე. აქვე ერთვება მანერის მაქსიმაც, რომელიც გულისხმობს გონივრულად და არგუმენტირებულად საუბარს. ამ შემთხვევაში, შესაძლოა ვისაუბროთ, რამდენად მნიშვნელოვანია საჯარო გამომსვლელმა ნათლად ისაუბროს ყოველგვარი დამაბნეველი და ბუნდოვანი ფრაზების გარეშე, რათა გადმოცემული ინფორმაცია

მსმენელმა სწორად გაიაზროს. სიზუსტე და ლოგიკური თანმიმდევრობა საჯარო გამოსვლის დისკურსში ერთ-ერთ მთავარ როლს თამაშობს.

დასკვნის სახით, იმისთვის, რომ მსმენელმა სწორად მიიღოს საჯარო გამომსვლელის მიერ გადმოცემული ინფორმაცია, აუცილებელია საჯარო გამომსვლელი მისდევდეს და იყენებდეს თანამშრომლობის პრინციპებს, თუმცა, განხილული მაგალითების შემთხვევაში, კვლევის თვალსაზრისით, როდესაც ვსაუბრობთ დარწმუნებით კომუნიკაციაზე და შესაბამისად, ემოციის ფრეიმინგზე, შეგვიძლია ვსაუბროთ თვისობრივი მაქსიმის მნიშვნელობაზე, რომელიც წარმოადგენს მოსაუბრის მხრიდან გადმოცემული ინფორმაციის მართებულობას და, შესაბამისად, არის მოსაუბრესა და მსმენელს შორის ნდობის დამყარების საშუალება, რასაც აგრეთვე ეფუძნება საზიარო რეალობის წარმოქმნა, რომელშიც მსმენელი და მოსაუბრე წარმოადგენენ ერთი და იგივე ჯგუფის წევრებს იმის მიუხედავად, რომ რეალურად მათ შორის სხვა რეალური კავშირი, რაც მათ რეალურ ცხოვრებაში გააერთიანებდათ, შესაძლოა საერთოდ არც არსებობდეს. აღნიშნული მსჯელობა რელევანტურია კონკრეტულ კონტექსტში, კვლევაში გამოყენებული მასალის საფუძველზე, თუმცა, მის განსაზოგადებლად საჭიროა დამატებითი მასალა, რაც სამომავლოდ კვლევის საინტერესო გაგრძელება იქნებოდა.

3.2 იდეალური მსმენელის კონცეპტი და სუბიექტურობის პარადოქსი

ზემოთ ვისაუბრეთ გამომსვლელის მიერ გამოყენებულ სტრატეგიებსა თუ თავად პროცესის სქემატურ გამოხატულებასა და კულტურულ თუ სოციოლინგვისტურ ასპექტებზე. თუმცა, აუცილებელია საკითხს მსმენელის პერსპექტივიდანაც მივუდგეთ. რადგან, მიუხედავად იმისა, რომ საჯარო გამოსვლის დროს მსმენელი ე.წ. პასიურ როლს ირგებს იმ მხრივ, რომ არ მონაწილეობს კომუნიკაციის პროცესში, გამოსვლის წარმატება თუ წარუმატებლობა მაინც სრულიად დამოკიდებულია მსმენელზე.

ნაშრომის პირველ თავში ვისაუბრეთ, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ემოციის შესწავლისას ყურადღება გავამახვილოთ და გავითვალისწინოთ ფაქტი, რომ კომუნიკაციის დროს ინდივიდები, შესაძლოა, სხვადასხვა ემოციური ფონის ქვეშ

იყვნენ, შესაბამისად, ეს გავლენას ახდენს აღქმულ მესიჯზე და ემოციური ღირებულების წარმატებით აქტუალიზაციაზე, იქიდან გამომდინარე, რომ, რაც უფრო დიდია მსმენელი აუდიტორია, მით უფრო მეტი გამოცდილების და შეხედულების წინაშე დგას მომხსენებელი. თანამედროვე სამყაროში, როდესაც ყველაფრის გაციფრულება ხდება, მსმენელი საზოგადოების რაოდენობა ყოველგვარ მასშტაბს ცდება როგორც რაოდენობის, ასევე სოციალური ჯგუფებისა თუ კულტურის მრავალფეროვნების მხრივ. აქედან გამომდინარე, სტრატეგიები, რასაც საჯარო გამოსვლელი იყენებს, უნივერსალურად უნდა ერგებოდეს სხვადასხვა კულტურისა თუ გამოცდილების მატარებელ ინდივიდს. შესაბამისად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ შეუძლებელია კონკრეტული საჯარო გამოსვლა ზუსტად ერთნაირად აღიქმებოდეს თითოეული მსმენელის მიერ. იმის მიხედვით, თუ რა განწყობაზეა მსმენელი, რამდენად მოტივირებულია თუ მზადყოფნაშია, საჯარო გამოსვლა მასზე განსხვავებულად იმოქმედებს. ამასთან, გადმოცემული ემოციის დეკოდირება არ არის დამოკიდებული ზოგად ემოციურ ფონსა და გამოცდილებებზე, რადგან ემოციის ამოცნობა დაკავშირებულია მნიშვნელობის სწორად გაგებასთან, ხოლო იმისათვის, რომ მნიშვნელობა სწორად გავიგოთ, როგორც წინა თავში აღინიშნა, საჯარო გამოსვლელი იყენებს გრაისის მაქსიმუმს. და მაინც, საჯარო გამოსვლის შესახებ შეფასებები განსხვავებული იქნება მსმენელიდან მსმენელამდე. სხვადასხვა ემოციური ფონისა და გამოცდილებების არსებობის შედეგად, ყველა მსმენელი სხვადასხვა ინტენსივობით მოახდენს მოსაუბრესთან თავის გაიგივებას, და შესაბამისად, სხვადასხვა მსმენელი სხვადასხვა ინტენსივობით ჩაერთვება გამოსვლაში.

რადგან ამგვარი განსხვავებების მინიმუმამდე დაყვანა პრაქტიკულად შეუძლებელია, შეგვიძლია შემოვიტანოთ ე.წ. იდეალური მსმენელის კონცეპტი, რომელიც განისაზღვრება მოტივაციის კონტექსტში.

მოტივაციის განმარტება დამოკიდებულია იმაზე, თუ რომელი დისციპლინის ჭრილში განვიხილავთ მას. არსებობს კვლევები (ბრეივერი, 2014), რომელიც მოტივაციას შეისწავლის მულტიდისციპლინური პერსპექტივიდან. მერიემ ვებსტერის ონლაინ ლექსიკონი მოტივაციას შემდეგნაირად განმარტავს:

1: the act or process of giving someone a reason for doing something : the act or process of motivating someone. Some students need *motivation* to help them through school.

2: the condition of being eager to act or work : the condition of being motivated, employees who lack *motivation*

3: a force or influence that causes someone to do something. His behavior seemed to be without *motivation*. = There seemed to be no *motivation* [=reason, motive] for his behavior. Many people have questioned her *motivations* in choosing to run for office at this time.¹⁸

ბრეივერის (2014) მიხედვით, მოტივაციის შესწავლის ძირითად თეორიულ ჩარჩოს წარმოადგენს მოტივაციის კონცეპტუალიზაცია მიზნების თვალსაზრისით. მიზნებში, შესაძლოა, ვიგულისხმოთ სასურველი მდგომარეობის მენტალური წარმოდგენა, რომელიც რეალურად ააქტიურებს და ანიჭებს მოტივაციას მიმართულების კომპონენტს. იდეალური მსმენელის კონტექსტში მოტივაცია წარმოადგენს მსმენელის მზაობას, მიიღოს ახალი ინფორმაცია და შესაბამისად, პოზიტიურად შეაფასოს როგორც მომხსენებელი, აგრეთვე გამოსვლა. მაგალითად, თუ მსმენელი მოტივირებულია გამოსვლის მიმართ, მისი მოტივაცია განისაზღვრება მიზნებით, ერთ-ერთ მიზნად, შესაძლოა, დავასახელოთ ახალი ცოდნის შეძენა, შესაბამისად, მსმენელი ამ შემთხვევაში მეტად მონდომებული იქნება, რაც, თავისთავად გულისხმობს იმას, რომ მსმენელს პოზიტიური წინასწარი განწყობა ექნება გამოსვლის მიმართ. მეორეს მხრივ, შესაძლოა ვისაუბროთ მსმენელზე, რომელსაც არ აქვს მოტივაცია მიმართული ახალი ცოდნის შეძენისკენ; მაგალითად

¹⁸ Merriam-Webster. (n.d.). Motivation. In *Merriam-Webster.com dictionary*. Retrieved October 8, 2021, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/motivation>

1: ქმედება ან პროცესი, როდესაც პირს ეძლევა ქმედების მიზეზი: ვიღაცის მოტივირების აქტი ან პროცესი. ზოგ მოსწავლეს სჭირდება მოტივაცია, სკოლაში წარმატების მისაღწევად.

2: მოქმედებისა თუ მუშაობის მოწადინების პირობა: მოტივირებული მდგომარეობის ქონა, თანამშრომლები, რომლებსაც არ აქვთ მოტივაცია

3: ძალა ან გავლენა, რომელიც უბიძგებს პირს მოქმედებისკენ. როგორც ჩანს, მოტივაცია არ ჰქონდა = როგორც ჩანს, მისი საქციელისთვის მოტივაცია [= მიზეზი, მოტივი] არ არსებობდა. ბევრმა ექვეყნე დააყენა მისი მოტივაცია ამ დროს არჩევნებში მონაწილეობის მისაღებად.

მსმენელს, რომლის მიზანსაც წარმოადგენს სახლში დაბრუნება და დასვენება, ან ფილმის ყურება და სხვა, არ ექნება წინასწარი პოზიტიური განწყობა გამომსვლელისა და გამოსვლის მიმართ, რადგან მისი მოტივაცია არ ემთხვევა იმ კონტექსტს და სიტუაციას, რომელშიც პიროვნება იმყოფება. შესაბამისად, საჯარო გამომსვლელის პერსპექტივიდან, იდეალური მსმენელი არის ინდივიდი, რომელიც მოტივირებულია მოუსმინოს და მიიღოს ახალი ინფორმაცია საჯარო გამომსვლელისგან, ამ მიზნის განსამარტად დისერტაციაში შემოგვაქვს პირობითი ტერმინი **სმენა ცოდნის შესაძენად**.

იდეალური მსმენელის მეორე მახასიათებელი ეფუძნება იმას, თუ რამდენად განვითარებული აქვს ინდივიდს კრიტიკული აზროვნება. კრიტიკული აზროვნების ტერმინი შემოიღო ჯონ დიუიმ (1910) და განმარტა იგი, როგორც საგანმანათლებლო მიზანი, გონების მეცნიერული მიდგომა საკითხებისადმი. რატომ არის მნიშვნელოვანი კრიტიკული აზროვნება საჯარო გამოსვლის კონტექსტში? როდესაც მსმენელი იყენებს კრიტიკულ აზროვნებას, იგი თავად განსჯის დასმული საკითხის მართებულობას. შესაბამისად, თუ საჯარო გამომსვლელის მიზანს რწმენა-წარმოდგენებით მანიპულირება და მათი გადაფასება წარმოადგენს, აუცილებელია მსმენელს შეეძლოს ამ რწმენა-წარმოდგენების განსჯა, წინააღმდეგ შემთხვევაში, თუ მსმენელი დამოუკიდებლად ვერ განსჯის მოსაუბრის მიერ შეთავაზებულ პრობლემას, ან უნდა დაეთანხმოს მოსაუბრეს და მიიღოს მისი აზრი, როგორც მოცემულობა, ან საერთოდ არ მიიღოს გადმოცემული ინფორმაცია, ამ შემთხვევაში საქმე გვექნება სრულ ინდიფერენტულობასთან როგორც გამომსვლელის, აგრეთვე გამოსვლის მიმართ. როდესაც მსმენელს შეუძლია კრიტიკული აზროვნება, და თუ მოსაუბრემ მოახერხა მსმენელში რწმენა-წარმოდგენების გადაფასება, ეს ნიშნავს, რომ მსმენელი ეთანხმება მოსაუბრეს არა მხოლოდ იმიტომ, რომ მოსაუბრე წარმოადგენს ცოდნის გამზიარებელ ინდივიდს, არამედ იმიტომ, რომ მსმენელმა მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე თავად განსჯა და ჩამოაყალიბა თავისი შეხედულება თემასთან დაკავშირებით, შესაბამისად, მისი ემოციური ჩართულობა საკითხში უფრო მყარი იქნება.

საბოლოო დასკვნა, რომლამდეც ზემოთ მოყვანილ მსჯელობას მივყავართ, ეხება მიკერძოებულობას ემოციის აღქმის და გამოხატვის პროცესში და ე.წ სუბიექტურობის პარადოქსს.¹⁹

დერთის მიხედვით (2020), სუბიექტურობის პარადოქსი ეხება სუბიექტის ან ცნობიერების სამყაროსთან ურთიერთობას. როდესაც სამყაროსა და თვით აღქმაზე ვსაუბრობთ, ადამიანი ყოველთვის თავს აღიქვამს სუბიექტად და დანარჩენ სამყაროს აღწერს ობიექტად, თუმცა რა ხდება, როდესაც ადამიანი საკუთარ თავზე საუბრობს როგორც ობიექტზე, ამ შემთხვევაში იგი საკუთარ თავს ერთდროულად აყენებს როგორც სუბიექტის, აგრეთვე ობიექტის პოზიციაზე. ერთი მხრივ, სუბიექტურობა შეიძლება აყალიბებდეს ან ავლენდეს ობიექტებს ცნობიერი არსებებისთვის და მეორეს მხრივ, სუბიექტურობა აგრეთვე ეხება ადამიანებს, რომლებიც, რა თქმა უნდა, წარმოადგენენ ობიექტებს სამყაროში. ამრიგად, შესაძლოა ისეთი გამოცდილებების წინაშე დავდგეთ, სადაც თვითიდენტობის სუბიექტად და ობიექტად „დაყოფა“ შესაძლოა ასეთი აშკარა არ იყოს და ზღვარი ამ ორ კონცეპტს შორის დაირღვეს, ვინაიდან, „მე“ როგორც სუბიექტი და ცნობიერი არსება, აგრეთვე წარმოადგენს სამყაროს ობიექტურ ნაწილსაც. (დერთი, 2020, გვ.70).

შესაძლოა ვივარაუდოთ, რომ მსგავსი გამოცდილებები არის ემოციის კონტექსტიც. როდესაც ვსაუბრობთ ემოციის სუბიექტურობაზე ვგულისხმობთ ზუსტად საკითხის ამგვარ გაგებას. კერძოდ, ემოციური ფონი რომლის ქვეშაც ადამიანი საჯარო გამოსვლის მომსმენამდე იმყოფება წარმოადგენს ინდივიდის მიერ თავის სუბიექტად აღქმას, იმ მხრივ, რომ ეს ემოციური ფონი არ აღიქმება ინდივიდის მიერ როგორც ობიექტი, რომელიც საკუთარი „მე“-ს გარეთ არსებობს. უფრო მარტივად რომ ავხსნათ, როდესაც ვართ კარგ განწყობაზე, ჩვენს კარგ განწყობას არ ვახასიათებთ „მე“-ს გარეშე, არამედ მას აღვიქვამთ ჩვენს ნაწილად. მაგალითად ფრაზა: *ბედნიერი ვარ*, (ინგ. I'm happy) ნათლად გვაჩვენებს რამდენად სუბიექტურად გამოიხატება ემოცია, როგორც „მე“-ს და არა როგორც ცნობიერი რეალური სამყაროს ნაწილი. როდესაც ვმსჯელობთ ემოციური ფონის შეფასებაზე, ვგულისხმობთ სუბიექტის მდგომარეობას, როგორც პიროვნების შინაგანი „მე“-ს გამოხატულებას და არა ცალკეულ გამოცდილებებს, რომლებსაც ყოველდღიურად

¹⁹ "Paradox of Subjectivity" (Durt, C. The Embodied Self and the Paradox of Subjectivity. Husserl Stud 36, 69–85 (2020). <https://doi.org/10.1007/s10743-019-09256-4>)

ვაწყდებით და რომლებიც წარმოადგენენ ინდივიდისგან დამოუკიდებელ სამყაროს ნაწილებს. ამავდროულად, როგორც აღინიშნა, თავად ინდივიდიც სამყაროს ნაწილია, აქედან გამომდინარე, როდესაც ემოციის აღქმაზე ვსაუბრობთ, როგორ შეგვიძლია ემოცია განვიხილოთ ობიექტად, როგორც რეალური სამყაროს ნაწილად, თუკი ზემოთ აღვნიშნეთ რომ ემოცია „მე“-ს ნაწილია?! შესაბამისად, საჯარო გამოსვლის კონტექსტში, როდესაც ემოციის ფრეიმინგზე და დარწმუნებაზე ვსაუბრობთ, მივდივართ შეკითხვამდე თუ რამდენად რეალურია მსჯელობა აღქმული ემოციის იდენტურობისა ცალკეულ ინდივიდებში. თუ ზემოთ მოცემულ მსჯელობას მივყვებით, ლოგიკურია ვივარაუდოთ, რომ ემოცია, როგორც „მე“-ს ნაწილი, როგორც სუბიექტი უნიკალურია, ისევე როგორც უნიკალურია ცალკეული პიროვნება. ამრიგად, პერსპექტივა, რომელიც ემოციის კვლევის დროს უნდა მოვირგოთ ეხება არა კონკრეტული ემოციების (ბედნიერება, სევდა, ბრაზი და სხვა), როგორც ობიექტების კვლევას, არამედ ემოციის როგორც სუბიექტური გამოცდილების შესწავლას. სუბიექტური გამოცდილების შესასწავლად კი აუცილებელია ინდივიდმა მოახდინოს თვითრეფლექსია, რასაც გარკვეულწილად კვლავ სუბიექტურობის პარადოქსთან მივყავართ, რადგან ინდივიდი კვლავ დგას ისეთი გამოცდილების წინაშე, როდესაც თავად არის სუბიექტიც და აგრეთვე ობიექტიც, როგორც სამყაროს ნაწილი. სხვა საკითხია როგორ შეიძლება სუბიექტურობის პარადოქსის გადაჭრა, და საერთოდ, საჭიროა თუ არა, ან შესაძლებელია თუ არა მისი მოგვარება.

ჩვენი აზრით, დარწმუნებისა და ემოციის ფრეიმინგის კონტექსტში სუბიექტურობის პარადოქსი ერთდროულად ართულებს და ამარტივებს საკითხის კვლევას. ართულებს, რადგან პირადი გამოცდილებების და სუბიექტური აღქმის გამო, შეუძლებელია ვისაუბროთ ემოციის აღქმის და დეკოდირების იდენტურობაზე ინდივიდებს შორის, მეორეს მხრივ, დისერტაციაში მოცემული საკითხის ვრცელი თეორიული მიმოხილვა გვაფიქრებინებს, რომ ნათელია კოგნიტური სტრუქტურებისა და სქემატური გამოსახულების როლი არა როგორც ცალკეული ემოციების კვლევის ასპექტში, არამედ ემოციური ზემოქმედების, ემოციის ფრეიმინგის კონტექსტში, როდესაც მსმენელი იღებს მოსაუბრის მიერ ნაგულისხმებ ემოციას როგორც ობიექტს, თუმცა, აგრეთვე, თავადაც იმყოფება ემოციური გავლენის ქვეშ როგორც სუბიექტი.

საჯარო გამომსვლელიც დგას სუბიექტურობის პარადოქსის წინაშე, როდესაც ცდილობს საკუთარი იდენტობის ჩვენებას, ან იყენებს ეპიზოდურ ფრეიმს, ხშირად საუბრობს თავის თავზე როგორც ობიექტზე. განვიხილოთ შემდეგი მაგალითები:

მაგალითი N17²⁰

What this demonstrates, I think, is how impressionable and vulnerable we are in the face of a story, particularly as children. Because all I had read were books in which characters were foreign, I had become convinced that books by their very nature had to have foreigners in them and had to be about things with which I could not personally identify. Now, things changed when I discovered African books. There weren't many of them available, and they weren't quite as easy to find as the foreign books.

But because of writers like Chinua Achebe and Camara Laye, I went through a mental shift in my perception of literature. I realized that people like me, girls with skin the color of chocolate, whose kinky hair could not form ponytails, could also exist in literature. I started to write about things I recognized.

რაზეც ეს ყველაფერი მეტყველებს, ვფიქრობ, არის ის, თუ რამდენად მგრძობიარეები და დაუცველები ვართ ამბის წინაშე, განსაკუთრებით ბავშვობაში. რადგან ყველაფერი, რასაც ბავშვობაში ვკითხულობდი, იყო წიგნები, რომლებშიც პერსონაჟები უცხოელები იყვნენ, დავრწმუნდი, რომ ყველა წიგნში უცხოელი პერსონაჟები უნდა ყოფილიყვნენ და წიგნებს უნდა მოეთხრო ისეთი საკითხები, რომელთა იდენტიფიცირებაც ჩემთვის შეუძლებელი იყო. ყველაფერი შეიცვალა, როდესაც აფრიკული წიგნები აღმოვაჩინე. ბევრი მათგანი არ იყო ხელმისაწვდომი და არც ისეთი ადვილი მოსაპოვებელი, როგორც უცხოური წიგნები.

მაგრამ ისეთი მწერლების გამო, როგორც არის ჩინუა აჩებე და კამარა ლეი, მე გავიარე მენტალური ცვლილება ლიტერატურის აღქმაში. მივხვდი, რომ ჩემნაირი ადამიანები, შოკოლადისფერი

²⁰ https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript

კანის მქონე გოგონები, რომელთა ხვეული თმით „კიკინა“ არ კეთდება, შეიძლება არსებობდნენ ლიტერატურაშიც. დავიწყე წერა იმაზე, რასაც ვცნობდი.

აღნიშნული მაგალითიდან ვხედავთ, როგორ ახდენს მოსაუბრე თავისი იდენტობის დიფერენცირებას და თვითრეფლექსიას, თავის პიროვნებას შორის როგორც ბავშვი და როგორც ზრდასრული ადამიანი. აღნიშნულ მაგალითში მთხრობელი იხსენებს თავის წარმოდგენებს და შეხედულებებს წიგნებთან დაკავშირებით ბავშვობაში, შესაბამისად, აღწერს თავს არა როგორც სუბიექტს, ანუ არა როგორც მის ამჟამინდელ ბუნებას, არამედ ობიექტურად აფასებს თავის გამოცდილებას, როგორც სოციუმის ერთ-ერთი წარმომადგენლისა.

მაგალითი N18

On July 27, just a few months after Amy's death, my dad died of complications related to a decades-long battle with Parkinson's disease. I had to wonder: How much can the human condition handle? What makes us capable of dealing with this intense loss and yet carry on? Was this a test? Why my family and my amazing children? Looking for answers, I regret to say, is a lifelong mission, but the key to my being able to persevere is Amy's expressed and very public edict that I must go on. Throughout this year, I have done just that. I have attempted to step out and seek the joy and the beauty that I know this life is capable of

27 ივლისს, ემის გარდაცვალებიდან სულ რამდენიმე თვეში, მამაჩემი გარდაიცვალა გართულებებით, რომლებიც დაკავშირებულია პარკინსონის დაავადებასთან ათწლეულების მანძილზე ბრძოლასთან. მაინტერესებდა: რამდენს უძლებს ადამიანი? რა გვამღვებს შესაძლებლობას გავუმკლავდეთ ამ ძლიერ დანაკარგს და მაინც გავაგრძელოთ ცხოვრება? თუ ეს გამოცდა იყო? რატომ ჩემი ოჯახი და ჩემი საოცარი შვილები? სამწუხაროდ, უნდა ვაღიარო, რომ პასუხების ძიება არის მთელი ცხოვრებისეული მისია, მაგრამ ჩემი გამძლეობის გასაღები არის

providing. But here's the reality: those family gatherings, attending weddings and events honoring Amy, as loving as they are, have all been very difficult to endure. People say I'm amazing. "How do you handle yourself that way during those times?" They say, "You do it with such grace." Well, guess what? I really am sad a lot of the time. I often feel like I'm kind of a mess, and I know these feelings apply to other surviving spouses, children, parents and other family members.

ემის გამოთქმული და ძალიან საჯარო განკარგულება, რომ უნდა გავაგრძელო ცხოვრება. მთელი წლის განმავლობაში სწორედ ამას ვაკეთებდი. მე ვცდილობდი გამოვსულიყავი გარეთ და მეძია სიხარული და სილამაზე, რაც ვიცი, რომ ამ ცხოვრებას შეუძლია მომცეს. მაგრამ აი, რეალობა: რამდენადაც მოსიყვარულები არ უნდა იყვნენ, ძალიან რთული იყო ოჯახური თავყრილობების, ქორწილების და ემის საპატივცემულოდ გამართული ღონისძიებების გაძლება. ხალხი ამბობს, რომ საოცარი ვარ. „როგორ მართავ თავს ასეთ დროს?“ მეუბნებიან: „მშვენივრად გამოგდის“. აბა, გამოიცანით რა? ძალიან ხშირად მოწყენილი ვარ. ხშირად თავს დაბნეულად ვგრძნობ, და ვიცი, რომ ეს გრძნობები ნაცნობია სხვა ამ ქვეყნად მარტო დარჩენილი მეუღლეების, შვილების, მშობლებისა და ოჯახის სხვა წევრებისთვის.

მაგალითი N18 წარმოადგენს საჯარო გამომსვლელს, რომელიც აგრეთვე საუბრობს თავის გამოცდილებაზე და საკუთარ თავს აფასებს არა როგორც კონკრეტულ უნიკალურ ინდივიდს, არამედ მოისაზრებს მას, როგორც ობიექტს სამყაროში, როგორც სოციალურ ნაწილს, ერთერთს იმ ადამიანთა ჯგუფიდან ვისაც მსგავსი გამოცდილება მიუღია. ერთი მხრივ, რთულია სუბიექტურობის პარადოქსზე საუბარი, რადგან, ერთი შეხედვით, არ არსებობენ კონკრეტული ლინგვისტური მარკერები, რაც საშუალებას მოგვცემდა ტექსტში ამოვიცნოთ მონაკვეთები, სადაც ეს ფენომენი ჩანს. ამგვარი ეპიზოდების ძიებისას ძირითადად, შესაძლებელია,

დაეყრდნო ეპიზოდურ ფრეიმებს და უფრო კონკრეტულად, შინაარსობრივ ელემენტებს, რაც გულისხმობს საჯარო გამომსვლელის მიერ თვითრეფლექსიას. უმეტეს შემთხვევაში, თხრობა ხდება წარსულ დროში და გულისხმობს საჯარო გამომსვლელის მიერ საკუთარი თავის აღწერას, როდესაც მათი წარსული „მე“ და აწმყო „მე“ განსხვავდებიან ერთმანეთისგან. ამგვარ ეპიზოდებში საჯარო გამომსვლელები საკუთარ თავზე საუბრობენ ისე, როგორც მოსაუბრე აღწერს პერსონაჟს, რომელიც ერთდროულად არის თავად მოსაუბრის იდენტობის, მისი გამოცდილების ნაწილი და ამავე დროს წარმოადგენს დამოუკიდებელ პიროვნებას, საჯარო გამომსვლელის წარსულ იდენტობას, რომელიც შესაძლებელია აღარ ჰგავს მის აწმყო პიროვნებას.

მაგალითი N19²¹

As a kid, I was usually the smallest on the playground, never athletic, picked last for, you guessed it, kickball. I took solace in my dad's sincere support. But now, as a business owner, I can see that ball kicking can really come in handy.

ბავშვობაში, როგორც წესი, ყველაზე პატარა ვიყავი სათამაშო მოედანზე, არასდროს არ ვყოფილვარ ათლეტური, სწორად მიხვდით, კიკბოლისთვის სულ ბოლოს ამარჩევდნენ ხოლმე. მამაჩემის გულწრფელ მხარდაჭერაში ვიპოვე შვეება. მაგრამ ახლა, როგორც ბიზნესის მფლობელი, ვხედავ, რომ ბურთის დარტყმის ცოდნა ნამდვილად გამოადგება ადამიანს.

მაგალითი N19 ამტკიცებს ზემოთ მოყვანილ მსჯელობას. კერძოდ, საჯარო გამომსვლელი ახასიათებს საკუთარ თავს წარსულ დროში, ანუ ახდენს იდენტობის თვითრეფლექსიას, რომელიც ერთ დროს მისი სუბიექტური იდენტობის ნაწილი იყო, თუმცა საჯარო გამომსვლის დროს ობიექტურად საუბრობს საკუთარ თავზე როგორც ცალკეულ პერსონაჟზე, რომელიც მისი პიროვნების, წარსული გამოცდილების ნაწილია.

²¹

https://www.ted.com/talks/andrea_driessen_the_profound_power_of_gratitude_and_living_eulogies/transcript

6. სიმბოლური კოდები, არქეტიპები

წინამდებარე ქვეთავი ყურადღებას ამახვილებს, არქეტიპის ცნებაზე და წარმოგიდგენთ პრაქტიკული მაგალითებით გამყარებულ თეორიულ მსჯელობას, რომელიც ეხება საჯარო გამომსვლელის სახეს და ნარატივს.

საჯარო გამოსვლაზე საუბრისას უნდა გვახსოვდეს, რომ საჯარო გამომსვლელი წარმოადგენს ერთგვარ პერსონაჟს, რომელიც თავის იდენტობას გააცნობს მსმენელს. (იხ. თავი 2). შესაბამისად, შეგვიძლია ვიმსჯელოთ ამ პერსონაჟის არქეტიპზე, რაც გულისხმობს, მომხსენებლის მხრიდან სხვადასხვა სიმბოლური კოდების გამოყენებას. ეს პროცესი თავისთავად ემოციის ფრეიმინგსაც უკავშირდება, რადგან როდესაც გამომსვლელის ნარატივში იკითხება კონკრეტული სიმბოლური კოდი, იგი ქმნის სახეს, რომელიც სოციუმის ცნობიერში წინასწარ არსებობს და შესაბამისად, ამ სახის გააქტიურებით ყველა მასთან დაკავშირებული კულტურული ცოდნა აქტიურდება. კარლ იუნგი განმარტავს არქეტიპს, როგორც კოლექტიური არაცნობიერის ნაწილს, ერთგვარ უნივერსალურ გამოსახულებებს, ან ქცევის მოდელებს (იუნგი, 1972). შესაბამისად, შეგვიძლია ვიმსჯელოთ ლიტერატურაში გავრცელებულ არქეტიპულ პერსონაჟებზე, როგორცაა *Femme fatale*, გმირის, მსხვერპლის არქეტიპებზე და სხვა. საჯარო გამოსვლის კონტექსტშიც შეგვიძლია ვიმსჯელოთ არქეტიპებზე, თუმცა არა იუნგისეული გააზრებით.

საჯარო გამოსვლის კონტექსტში ვისაუბრეთ, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია საჯარო გამომსვლელისთვის პოზიტიური სოციალური იდენტობის დამყარება. როგორც მეორე თავში აღვნიშნეთ, ამას მომხსენებელი ახერხებს სხვადასხვა ხერხის გამოყენებით, რომელთაგანაც ერთ-ერთია თავის კონკრეტული სოციუმისადმი მიკუთვნება. გარდა ამისა, თხრობის პროცესში საჯარო გამომსვლელი თავის ნარატივში იყენებს რიგ სიმბოლოებს, რომლებიც მიუთითებენ საჯარო გამომსვლელის არქეტიპზე, რასაც აღნიშნულ ნაშრომში სიმბოლურ კოდს ვუწოდებთ, რადგან არ მოხდეს იუნგისეულ არქეტიპთან მსჯელობის გაიგივება. სიმბოლური კოდი, არქეტიპისგან განსხვავებით, არ წარმოადგენს საჯარო გამომსვლელის ქვეცნობიერის ნაწილს, არამედ მას განვიხილავთ როგორც ტექსტის ელემენტს, რომელიც საჭირო სიმბოლოების გამოყენებით სოციუმში აღვიძებს

კონკრეტული პერსონაჟის არქეტიპს, რაც თავისთავად გულისხმობს მსმენელში კონკრეტული არქეტიპის შესაბამისი სტერეოტიპული წინარე ცოდნის გააქტიურებას; როგორც როლან ბარტი (1984) აღნიშნავს, ტექსტი არის მრავალგანზომილებიანი სივრცე, რომელშიც წერის მრავალი ფორმა ერწყმის და ეჯახება ერთმანეთს. ამრიგად, როდესაც ტექსტის ინტერპრეტაციაზე ვმსჯელობთ, მკითხველი გვევლინება მნიშვნელობის მიმნიჭებლად. ანალოგიურად, საჯარო გამოსვლის დროს, როდესაც საჯარო გამომსვლელი ყვება ამბავს, ამ ამბის შინაარსის გამოტანა და მისი ინტერპრეტაცია მსმენელზეა დამოკიდებული. აქედან გამომდინარე, კონკრეტული სიმბოლური კოდების გამოყენებით საჯარო გამომსვლელი მსმენელისთვის ქმნის ერთგვარ ფონს, რაც შემდგომში განსაზღვრავს მსმენელის დამოკიდებულებებსა თუ შეფასებებს.

საჯარო გამოსვლებზე დაკვირვებით გამოიყო ორი ტიპის სიმბოლური კოდი, რომლებზეც საჯარო გამომსვლელების ნარატივი მიუთითებდა. აღნიშნული სიმბოლურ კოდებს პირობითად ვუწოდებთ მსხვერპლის და მასწავლებლის სიმბოლურ კოდებს. სიმბოლური კოდების გამოყოფისთვის გაანალიზდა თითოეული საჯარო გამოსვლა და გამოიყო ზოგადი ხასიათის მსგავსებები. ხსენებული ორი ზოგადი სიმბოლური კოდი შესაძლოა აერთიანებდეს სხვადასხვა არქეტიპებს. განვიხილოთ და დავახასიათოთ თითოეული მათგანი;

მასწავლებელი:

მასწავლებლის სიმბოლური კოდი მიმსგავსებულია ე.წ. The Sage (ბრძენკაცი) არქეტიპთან. რენგა და ლუისის (2018) მიხედვით, ბრძენკაცის არქეტიპი პერსონაჟი ხშირად გამოსახულია როგორც მოხუცი, რომელიც ფლობს დიდ სიბრძნეს. იგი გვთავაზობს ორი ტიპის ცოდნას: 1) ინტუიცია მომავალი საფრთხის შესახებ და 2) როგორ აღკვეთოს ეს საფრთხე. ბრძენკაცი ასევე ხშირად წააქეზებს გმირებს სოციალური ცვლილებებისკენ (რენგა და ლუისი, 2018, გვ.30). საჯარო გამოსვლის კონტექსტში მასწავლებლის სიმბოლური კოდი გულისხმობს ნარატივში საჯარო გამომსვლელის მიერ ახალი ცოდნის სწავლებას; ეს ცოდნა შეიძლება წარმოადგენდეს ტრაგიკული ან შემეცნებითი გამოცდილების შედეგს და შესაძლოა ეხებოდეს როგორც წარსულს, ასევე აწმყოსა და მომავალს.

საჯარო გამოსვლა Why the secret to success is setting the right goals?²² მაგალითზე განვიხილოთ მასწავლებლის სიმბოლური კოდი; როდესაც საჯარო გამომსვლელი იყენებს მასწავლებლის სიმბოლურ კოდს ნარატივი დატვირთულია სხვადასხვა მაგალითების და პირადი გამოცდილებების აღწერით, რომელთა ანალიზის დროს მომხსენებელი არ ამჟღავნებს ემოციურ მიჯაჭვულობას; ამგვარი ტიპის გამოსვლები მეტად არის კონცენტრირებული ახალი ცოდნის შექმნა/გაზიარებაზე; მოსაუბრე შესაძლოა სვამდეს შეკითხვას და თავადვე პასუხობდეს მას (მაგალითები N20, N21):

მაგალითი N 20

We're at a critical moment. Our leaders, some of our great institutions are failing us. **Why? In some cases, it's because they're bad or unethical,** but often, they've taken us to the wrong objectives. And this is unacceptable. This has to stop. **How are we going to correct these wrongs? How are we going to choose the right course? It's not going to be easy.**

კრიტიკულ მომენტში ვართ. ჩვენი ლიდერები, ზოგიერთი ჩვენი დიდი დაწესებულება გვამარცხებს. რატომ? ზოგჯერ ეს იმიტომ ხდება, რომ ისინი ცუდები ან არაეთიკური არიან, მაგრამ ხშირად, მათ არასწორი მიზნებისკენ მივყავართ და ეს მიუღებელია. ეს უნდა შეწყდეს. როგორ ვაპირებთ ამ შეცდომების გამოსწორებას? როგორ ავირჩიოთ სწორი კურსი? ეს არ იქნება ადვილი.

მაგალითი N21

So how do you set these goals the right way? First, you must answer the question, "Why?" **Why? Because truly transformational teams combine their ambitions to their passion and to their purpose, and they develop a clear and**

ამრიგად, როგორ დასახავდით ამ მიზნებს სწორად? პირველ რიგში, თქვენ უნდა უპასუხოთ კითხვას „რატომ?“ რატომ? იმის გამო, რომ ჭეშმარიტად ტრანსფორმაციული გუნდები აერთიანებენ თავიანთ ამბიციებს

²² https://www.ted.com/talks/john_doerr_why_the_secret_to_success_is_setting_the_right_goals/transcript

compelling sense of why.

მოტივაციასა და მიზანთან და უვითარდებათ ნათელი და დამაჯერებელი გააზრება იმისა, თუ რატომ.

აგრეთვე, მოსაუბრე შესაძლოა ნათლად განმარტავდეს საჯარო გამოსვლის მიზანს ან იყენებდეს ისეთ მარკერებს, რომლებიც მიუთითებს ახალი ინფორმაციის გადაცემაზე, მაგალითად (მაგალითი N22), როდესაც მოსაუბრე იყენებს ისეთი ტიპის ფრაზებს, რომლებიც წინასწარ ხსნის გადაცემული მესიჯის იმპლიკაციას (**I'm going to share with you what really makes a difference**). ამგვარ შემთხვევებში მსმენელს იმპლიკაციის ამოცნობა არ უწევს და მთქმელი თავად განმარტავს აღნიშნულს.

მაგალითი N22

For years, I've worked with talented teams and they've chosen the right objectives and the wrong objectives. Many have succeeded, others of them have failed. And today **I'm going to share with you what really makes a difference** – that's what's crucial, how and why they set meaningful and audacious goals, the right goals for the right reasons.

წლების განმავლობაში ვმუშაობდი ნიჭიერ გუნდებთან, რომელთაც აურჩევიათ სწორი მიზნები და არასწორი მიზნები. ბევრმა მიაღწია წარმატებას, სხვებმა – ვერა და დღეს მე ვაპირებ გაგიზიაროთ, თუ რა არის მნიშვნელოვანი -- კერძოდ, ის, რაც გადამწყვეტია, როგორ და რატომ დაისახა მნიშვნელოვანი და გაბედული მიზნები, სწორი მიზნები სწორი მიზეზების გამო.

მომხსენებელი იყენებს განმარტებითი ტიპის წინადადებებს (მაგალითი N23), რაშიც შესაძლოა იგულისხმებოდეს სხვადასხვა ტერმინებისა თუ კონცეპტების ახსნა. ძირითად შემთხვევაში ამგვარი წინადადებები დეკლარაციული ხასიათისაა.

მაგალითი N22

John Doerr: That's Andy. Yes. No. Simple. Objectives and Key Results, or

ჯონ დოერი: ეს არის ენდი. დიახ. არა. მარტივია. მიზნები და ძირითადი

OKRs, are a simple goal-setting system and they work for organizations, they work for teams, they even work for individuals. The objectives are what you want to have accomplished. The key results are how I'm going to get that done. Objectives. Key results. What and how. **But here's the truth: many of us are setting goals wrong, and most of us are not setting goals at all.** A lot of organizations set objectives and meet them. They ship their sales, they introduce their new products, they make their numbers, **but they lack a sense of purpose to inspire their teams.**

შედეგები, ანუ მძშ, არის მარტივი მიზნების დასახვის სისტემა, რომელიც მუშაობს ორგანიზაციებისთვის, გუნდებისთვის, ინდივიდებისთვისაც კი. მიზნები არის ის, რისი მიღწევაც გსურთ. ძირითადი შედეგები კი არის ის, თუ როგორ აპირებთ ამის გაკეთებას. მიზნები. ძირითადი შედეგები. რა და როგორ. მაგრამ სიმართლე შემდეგში მდგომარეობს: ბევრი ჩვენგანი მიზნებს არასწორად სახავს და უმეტესობა კი, საერთოდ არ აკეთებს ამას. ბევრი ორგანიზაცია სახავს მიზნებს და აღწევს მათ. აგზავნიან თავიანთ გაყიდულ პროდუქტებს, წარმოადგენენ თავიანთ ახალ საქონელს, აღწევენ სასურველ რაოდენობას, მაგრამ მათ აკლიათ მიზნის აღქმა თავიანთი გუნდების შთაგონებისთვის.

მისი (2013) მენტორისა და მასწავლებლის არქტიპებთან ერთად გამოყოფს მთხრობელის არქტიპსაც. კლასიკური მთხრობელის არქტიპი გადმოსცემს გარკვეულ სიბრძნეს ან სისულელეს, შეცდომებს და წარმატებებს, ფაქტებსა და გამოგონილ ზღაპრებს სხვადასხვა ისტორიის შესახებ. როგორც მისი (2013) აღნიშნავს, ზოგიერთი მასწავლებელი ასევე დაკავშირებულია მთხრობელის არქტიპთან, მაგრამ ყველა მთხრობელი არ არის მასწავლებელი. ავტორის მიხედვით, მთხრობელი გადმოსცემს არა მხოლოდ ფაქტებს, არამედ მეტაფორულ სწავლებას ან გამოცდილებას. მთხრობელები მრავლად არიან ნებისმიერ სფეროში და ისინი არ უნდა მოვიზიაროთ მხოლოდ პროფესიონალ მწერლებს შორის.

შესაბამისად, მასწავლებლის სიმბოლური კოდის დასახსიათება შემდეგნაირია: ეს არის პიროვნება/პერსონაჟი ან საჯარო გამომსვლელის სცენის იდენტობა, რომელიც წარმოადგენს მსმენელისთვის სანდო ადამიანს, ჩვეულებრივ

იგი ფლობს სიბრძნეს, ცოდნას, რომლის გაზიარებაც სურს. იგი აგრეთვე არის მთხრობელი, რაც გულისხმობს ე.წ. მორალური გაკვეთილის სწავლებას. საჯარო გამოსვლების კონტექსტში მასწავლებლის სიმბოლური კოდის აქტუალიზაცია აღნიშნება იმ ტიპის გამოსვლებში, როდესაც მოსაუბრე ნარატივში საკუთარი ან სხვა პერსონაჟის გამოცდილებაზე საუბრით დამსწრე საზოგადოებას გადასცემს ახალ ცოდნას კონკრეტული თემის გარშემო. ხშირად, ამგვარი საჯარო გამოსვლა ნაკლებად არის დატვირთული ემოციის გამომხვატველი ლექსიკური ერთეულებით და მეტად კონცენტრირებულია მსმენელის მოტივირებაზე მისთვის ახალი ცოდნის შეთავაზებით.

მსხვერპლი:

მსხვერპლზე საუბრისას თვალწინ უდაოდ წარმოგვიდგება სუსტი, დაჩაგრული და უბედური ადამიანი, ვინც, ჩვეულებრივ, მრავალი ტრაგიკული მოვლენის მომსწრეა. თუმცა, მსხვერპლის როლი აგრეთვე შესაძლებელია ადამიანისთვის სარგებლის მომტანიც იყოს, რადგან ამგვარად მარტივია ყურადღების მიქცევა და ხშირად, მსხვერპლის არქეტიპი გულისხმობს საზოგადოების დადებით დამოკიდებულებას, რომელიც თანაგრძნობაში ან დახმარებაში შეიძლება გამოიხატებოდეს (იხ. მისი, (2013))²³. მსხვერპლის სიმბოლური კოდი საჯარო გამოსვლებში აერთიანებს მსხვერპლის, მთხრობელის და მეზობლის არქეტიპებს; აღნიშნული სიმბოლური კოდის გამოყენება ხშირია ისეთი ტიპის ნარატივის დროს, როდესაც მომხსენებელი ყვება საკუთარ ან სხვა პერსონაჟის ისტორიას, რომელიც გულისხმობს ტრაგიკული/მძიმე გამოცდილების შედეგად ახალი ძალისა და მოტივაციის პოვნას ცხოვრების გასაგრძელებლად. ხსენებული ტრაგიკული/მძიმე გამოცდილება შესაძლოა გულისხმობდეს სხვადასხვა სახის ფიზიკურ თუ სულიერ ტრამვას (მაგალითი N14), როგორცაა ფიზიკური ჯანმრთელობის პრობლემებთან გამკლავება (მაგალითი N24, 25), საყვარელი ადამიანის დაკარგვა (მაგალითი N28), იმედგაცრუება (მაგალითი N 26) და სხვა მრავალი. ეს არის ერთი მხრივ, უძლური, სუსტი, უიმედო და უენერგიო პერსონაჟი, რომელიც თხრობის პროცესში გარდაიქმნება ფიზიკური და სულიერი ძალისა და

²³ <https://www.myss.com/free-resources/sacred-contracts-and-your-archetypes/appendix-a-gallery-of-archtypes/>

საკუთარი უფლებების დამცველისა და ბრძოლისუნარიანი, ძლიერი პიროვნების სიმბოლოდ (მაგალითი N27).

მაგალითი N24

But on the morning of December 10, 1996, I woke up to discover that I had a brain disorder of my own. A blood vessel exploded in the left half of my brain. And in the course of four hours, I watched my brain completely deteriorate in its ability to process all information. On the morning of the hemorrhage, I could not walk, talk, read, write or recall any of my life. I essentially became an infant in a woman's body.

მაგრამ 1996 წლის 10 დეკემბრის დილას გამეღვიძა და აღმოვაჩინე, რომ მეც მქონდა თავის ტვინში დარღვევა, სისხლძარღვი გასკდა ტვინის მარცხენა ნახევარში. და ოთხი საათის განმავლობაში ვუყურებდი, როგორ უარესდებოდა ჩემი ტვინის ინფორმაციის გადამუშავების უნარი. სისხლდენის დილას სიარული, ლაპარაკი, კითხვა, წერა და რაიმეს გახსენება არ შემიძლო. შეიძლება ითქვას, რომ გავხდი ჩვილი ქალის სხეულში.

მაგალითი N25

On the morning of the stroke, I woke up to a pounding pain behind my left eye. And it was the kind of caustic pain that you get when you bite into ice cream. And it just gripped me – and then it released me. And then it just gripped me – and then it released me. And it was very unusual for me to ever experience any kind of pain, so I thought, “OK, I’ll just start my normal routine.”

ინსულტის დილას მარცხენა თვალის უკან ძლიერმა ტკივილმა გამაღვიძა. ეს იყო ისეთი გამჭოლი ტკივილი, რომელიც შეიძლება ნაყინის ჩაკბეჩისას დაგეუფლოთ. და ეს ტკივილი მომიჭერდა -- და მერე დამიამდებოდა. და მერე ისევ მომიჭერდა -- და მერე დამიამდებოდა. ჩემთვის ძალიან უჩვეულო იყო რაიმე სახის ტკივილის განცდა, ამიტომ ვიფიქრე: „მოდი,

უბრალოდ დავიწყებ ჩემს ჩვეულებრივ რუტინას“.

მაგალითი N 26²⁴

And I'd just come back from living in Spain for a while, and I'd joined this Fortune 500 company. I thought, "This is fantastic. I'm going to have big impact on the world." I had all these ideas. And within about two months, I noticed at about 10am every morning I had this strange urge to want to slam my head through the monitor of my computer. I don't know if anyone's ever felt that. And I noticed pretty soon after that that all the competitors in our space had already automated my job role. And this is right about when I got this sage advice to build up my resume.

მე ახლახან დავბრუნდი ესპანეთიდან, სადაც გარკვეული დრო გავატარე და შევეუერთდი Fortune 500 კომპანიას. ვფიქრობდი: "ეს ფანტასტიკურია. მე შევცვლი სამყაროს." მქონდა ძალიან ბევრი იდეა. და დაახლოებით ორ თვეში შევამჩნიე, რომ ყოველ დილით, სადღაც დილის 10 საათისთვის, მიჩნდებოდა ეს უცნაური სურვილი, რომ თავი მერტყა კომპიუტერის მონიტორზე. არ ვიცი, ვინმეს ოდესმე უგრძვნია თუ არა ეს. ამის შემდეგ საკმაოდ მალე შევნიშნე, რომ ჩვენს სივრცეში ბაზარზე ყველა კონკურენტმა უკვე ავტომატიზირებული გახადა ჩემი სამუშაო როლი. და ეს ხდება ზუსტად მაშინ, როდესაც ვიღებ ბრძნულ რჩევას, რომ შევქმნა რეზიუმე.

მაგალითი N27

And I heard that, and that was all I needed. Within two weeks, I was out of

გავიგე და ეს იყო ყველაფერი რაც მჭირდებოდა. ორ კვირაში თავი

²⁴ https://www.ted.com/talks/scott_dinsmore_how_to_find_work_you_love/transcript

there, and I left with one intention: to find something that I could screw up. That's how tough it was. I wanted to have some type of impact. It didn't matter what it was.

მაგალითი N28²⁵

There are three words that explain why I am here. They are “Amy Krouse Rosenthal.”

At the end of Amy's life, hyped up on morphine and home in hospice, the “New York Times” published an article she wrote for the “Modern Love” column on March 3, 2017. It was read worldwide by over five million people. The piece was unbearably sad, ironically funny and brutally honest. While it was certainly about our life together, the focus of the piece was me. It was called, “You May Want to Marry My Husband.” It was a creative play on a personal ad for me. Amy quite literally left an empty space for me to fill with another love story.

დავალწიე იქაურობას და წავედი ერთი განზრახვით: მეპოვა ისეთი სამსახური, სადაც რაიმეს გავაფუჭებდი. დიახ, ასე რთულად იყო საქმე. მინდოდა რაიმე სახის გავლენა მქონოდა. არ ჰქონდა მნიშვნელობა, როგორი.

არსებობს სამი სიტყვა, რომელსაც შეუძლია ახსნას ჩემი აქ ყოფნის მიზეზი. ეს სიტყვებია: “ემი კრუზ როზენტალი”.

ემის სიცოცხლის ბოლოს, როცა სახლში სასიკვდილოდ განწირული მორფით გაჟღენთილი იმყოფებოდა, “New York Times”-მა გამოაქვეყნა სტატია, რომელიც მან 2017 წლის 3 მარტს დაწერა რუბრიკისთვის - “თანამედროვე სიყვარული”. სტატია მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ხუთ მილიონზე მეტმა ადამიანმა წაიკითხა. იგი აუტანლად სევდიანი იყო, ირონიულად მხიარული და სასტიკად გულწრფელი. მიუხედავად იმისა, რომ სტატია ჩვენს ერთად ცხოვრებას ეხებოდა, ნაწარმოების ფოკუსი მე ვიყავი. სტატიის სათაური იყო: “შეიძლება გინდოდეს ჩემს ქმარზე დაქორწინება“ და წარმოადგენდა კრეატიულ სპექტაკლს ჩემთვის

²⁵ https://www.ted.com/talks/jason_b_rosenthal_the_journey_through_loss_and_grief/transcript

პერსონალური რეკლამის გასაკეთებლად. ემიმ პირდაპირი მნიშვნელობით ცარიელი ადგილი დატოვა ჩემთვის, რომ მე ეს ადგილი შემევესო კიდევ ერთი, სხვა სიყვარულის ისტორიით.

აღსანიშნავია, რომ ორივე სიმბოლური კოდის შემთხვევაში მოიაზრება მთხრობელის არქეტიპი, რადგან, საჯარო გამოსვლის შინაარსიდან გამომდინარე, საჯარო გამომსვლელები იყენებენ ეპიზოდურ/თემატურ ფრეიმებს ნარატივში, შესაბამისად, მათი მთავარი როლია, საზოგადოებას მოუთხრონ საკუთარი გამოცდილებისა თუ შეძენილი ცოდნის შესახებ. ის რაც მსხვერპლის სიმბოლურ კოდს განასხვავებს მასწავლებლის სიმბოლური კოდისგან, არის შინაარსობრივი ელემენტი, რომელიც გულისხმობს მოსაუბრის, ან თხრობის პერსონაჟის მიერ განცდილ უარყოფით ემოციებსა და ტრაგიკულ გამოცდილებებს. სავსებით შესაძლებელია, რომ მასწავლებლის სიმბოლური კოდის გამოყენებისას, ნარატივში ნახსენები იყოს უარყოფითი ცხოვრებისეული გამოცდილებაც, თუმცა, მსხვერპლის სიმბოლური კოდისგან განსხვავებით, ეს უარყოფითი გამოცდილება წარმოადგენს ცოდნის მიღებისა და, ასე ვთქვათ, დაბრძენების საშუალებას მაშინ, როცა მსხვერპლის სიმბოლური კოდის მორგებისას, ნარატივში გამოყენებული ტრაგიკული ცხოვრებისეული გამოცდილება, სიბრძნის მიღებასთან ერთად, აგრეთვე ასახავს მომხსენებლის/პერსონაჟის მძიმე ემოციურ მდგომარეობას, მოსაუბრე/პერსონაჟი ღიად წარმოადგენს საზოგადოებისგან გარიყულ ადამიანს, ან მარტოსულ პიროვნებას. რიგ შემთხვევებში, მსხვერპლის სიმბოლური კოდის გამოყენებით მსმენელს უჩნდება თანარგძნობის განცდა საჯარო გამომსვლელის მიმართ.

100 საჯარო გამოსვლაზე დაკვირვებით (რომელიც მოიპოვება TED.COM, TedX პლატფორმაზე და/ან youtube-ზე. (დანართში წარმოდგენილია გამოსვლების ბმულების სრული სია).) გამოიყო საჯარო გამომსვლელების მიერ მორგებული ე.წ. სიმბოლური კოდები.

მაგალითად წარმოგიდგინთ 50 საჯარო გამოსვლას და ამ გამოსვლებში გამოყენებულ სოციალურ იდენტობას, სიმბოლურ კოდებსა და ემოციის ფრეიმინგის სახეს (ეპიზოდური / თემატური); (იხ. ცხრილი N1);

ცხრილი N1:

N	საჯარო გამოსვლა	სოციალური იდენტობა	ემოციის ფრეიმინგი - ეპიზოდური/თემატური ფრეიმებით	სიმბოლური კოდი
1.	The power of introverts	კითხვის მოყვარული	ეპიზოდური	მსხვერპლი
2.	How great leaders inspire action	ეფლის მომხმარებელი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
3.	Inside the mind of the master procrastinator	სტუდენტი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
4.	Looks aren't everything. Believe me, I am a model	ყოფილი მოდელი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
5.	The danger of a single story	მთხრობელი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
6.	How not to take things personally	მსაჯი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
7.	The power of vulnerability	მთხრობელი-მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
8.	What makes a good life? Lessons from the longest study	მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
9.	The battle between your present and future self	ფსიქოლოგი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
10.	Are we in control of our own decisions?	მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
11.	Our buggy moral code	პაციენტი/მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
12.	The illusion of consciousness	ფილოსოფოსი	ეპიზოდური	მასწავლებელი

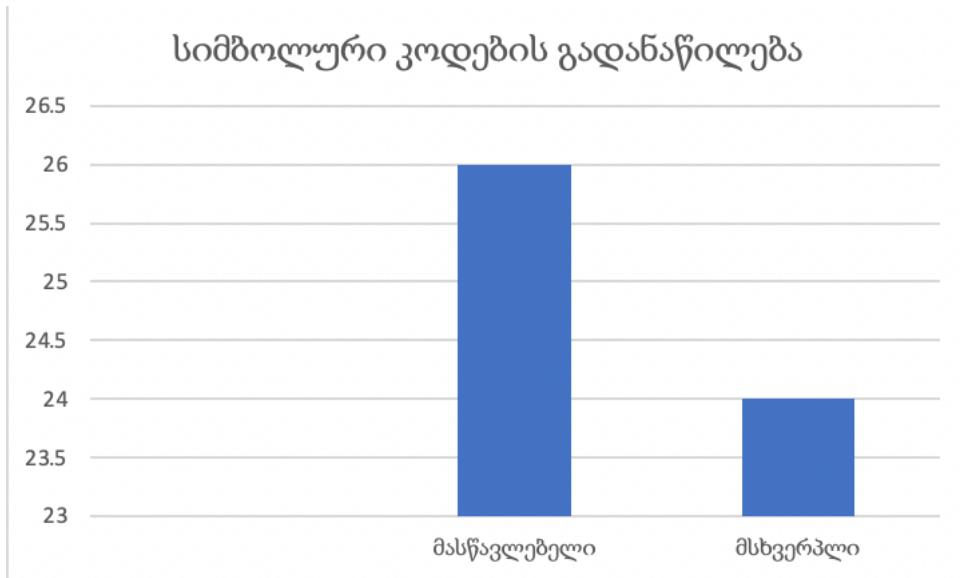
13.	My stroke of insight	მკვლევარი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
14.	Why people believe they can't draw	მხატვარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
15.	How to build your creative confidence	მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
16.	How to find work you love	მომუშავე	ეპიზოდური	მსხვერპლი
17.	The happy secret to better work	მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
18.	The surprising science of happiness	მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
19.	Why we ignore obvious problems – and how to act on them	ეკონომისტი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
20.	How to let go of being a good person – and become a better person	მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
21.	We don't "move on" from grief. We move forward with it.	მწერალი / წამყვანი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
22.	3 secrets of resilient people	მკვლევარი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
23.	The journey through loss and grief	ქმარი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
24.	The courage to live with radical uncertainty	ონკოლოგიური პაციენტი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
25.	"Everything happens for a reason" and other lies I've loved	დედა/მეუღლე/პაციენტი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
26.	How the worst moments in our lives make us who we are	მწერალი/სტუდენტი	ეპიზოდური	მსხვერპლი

27.	How changing your story can change your life	ფსიქოლოგი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
28.	4 larger-than-life lessons from soap operas	სერიალების მოყვარული	ეპიზოდური	მასწავლებელი
29.	The beauty of the misfit	უიღბლო	ეპიზოდური	მსხვერპლი
30.	Three things I learned while my plane crashed	მგზავრი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
31.	Dare refuse origin myths that claim who you are	ლონდონელი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
32.	Living beyond limits	მასაჟის თერაპევტი/ პაციენტი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
33.	The (de)colonizing of beauty	აბორიგენი „გადიგალი“	ეპიზოდური	მსხვერპლი
34.	The death of the universe – and what it means for life	მკვლევარი	თემატური	მასწავლებელი
35.	Better sybersecurity starts with honesty and accountability	კიბერუსაფრთხოების ექსპერტი	ეპიზოდური / თემატური	მასწავლებელი
36.	To accomplish great things you need to “let the paint dry”	მთხრობელი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
37.	I’m not your Asian stereotype	აზიელი ამერიკელი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
38.	How to avoid catching prickly emotions from other people	სპორტის ფსიქოლოგი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
39.	Documentary films that explore trauma –	ჟურნალისტი	ეპიზოდური	მასწავლებელი

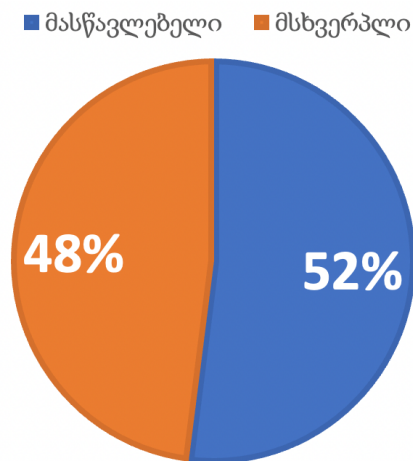
	and make space for healing			
40.	Want to truly succeed? Lift others up while you climb	ლიდერი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
41.	3 rules for better work-life balance	მკვლევარო	ეპიზოდური	მსხვერპლი
42.	How reverse mentorship can help create better leaders	მენტორი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
43.	How we can use hiring process to bring out the best in people	კომპანიის დამფუძნებელი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
44.	Looking for a job? Highlight your ability not your experience	ტექნოლოგიური სფეროს წარმომადგენელი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
45.	The infinite alchemy of torytelling	ქუვეითელი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
46.	A feminist reimagining of Kenya's public transport	კენიელი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
47.	The search for microscopic aliens	მკვლევარი	ეპიზოდური	მასწავლებელი
48.	How to turn moments into momentum	მილენიალი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
49.	How we can make racism solvable problem – and improve policing	ფსიქოლოგიის დოქტორი	ეპიზოდური	მსხვერპლი
50.	Muslim on the Airplane	მუსლიმი	ეპიზოდური	მსხვერპლი

მსხვერპლისა და მასწავლებლის სიმბოლური კოდის განაწილების შედეგები შემდეგნაირია (იხ. დიაგრამა N3, N4):

დიაგრამა N3



დიაგრამა N4



შედეგების მიხედვით, წარმოდგენილი 50 საჯარო გამოსვლიდან 23 შემთხვევაში დაფიქსირდა მსხვერპლის და 27 შემთხვევაში - მასწავლებლის სიმბოლური კოდები;

მცირე პროცენტული განსხვავება შედეგებში არ იძლევა საშუალებას, ვიმსჯელოთ ხსენებული ორიდან რომელიმეს უპირატესობაზე ემოციის ფრეიმინგის კონტექსტში. თუმცა, შესაძლოა დავასკვნათ, რომ ემოციის ფრეიმინგის დროს გამოიყენება ან მსხვერპლის ან მასწავლებლის, როგორც გამოცდილების გამზიარებლის როლი, რადგან ამ შემთხვევაში უფრო მარტივად ხდება მსმენელის მიერ თავის გაიგივება მოსაუბრესთან. როდესაც მოსაუბრე იყენებს მსხვერპლის სიმბოლურ კოდს, საზოგადოებას უჩნდება ემპათიის განცდა მოსაუბრის მიმართ და ხშირად, მსგავსი გამოცდილების შემთხვევაში თავს აიგივებს მოსაუბრესთან. ხოლო მასწავლებლის როლის მორგებით, როდესაც მოსაუბრე საზოგადოებას უზიარებს კონკრეტულ გამოცდილებას, მოსაუბრე განიხილება, როგორც საჭირო ინფორმაციის წყარო (თუკი ვიმსჯელებთ იდეალური მსმენელის პერსპექტივიდან), შესაბამისად, მის მიერ პოზიტიური ემოციური განწყობა განაპირობებს დარწმუნების პროცესის წარმატებით განხორციელებას.

III თავის დასკვნა

მესამე თავში მიმოვიხილეთ დარწმუნებისა და ემოციის ფრეიმინგის საკითხი მსმენელის პერსპექტივიდან, შესაბამისად, საკმაოდ საინტერესო დეტალები გამოიკვეთა. მივიჩნევთ, რომ მესამე თავში აღწერილი თეორიული თუ პრაქტიკული კვლევის შედეგები საკმაოდ მნიშვნელოვანია საჯარო გამოსვლის დისკურსის კვლევისას, განსაკუთრებით კი ემოციის ფრეიმინგისა და დარწმუნების კონტექსტში.

ეს თავი ახალი კუთხით დაგვანახებს დისერტაციის საკვლევ ობიექტს. როდესაც ვსაუბრობთ დარწმუნებაზე და ნარატივის ემოციურ ღირებულებაზე, არ შეიძლება ყურადღების მიღმა დავტოვოთ მსმენელი. დასკვნის სახით შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ ძალიან მნიშვნელოვანია იმ ელემენტების კვლევა, რაც მსმენელის პერსპექტივას დაგვანახებს, რადგან ნებისმიერი ლინგვისტური კომუნიკაცია შედგება ორი წევრისგან, კერძოდ მოსაუბრისა და მსმენელისგან. წინა თავებში ბევრი ვისაუბრეთ და საკმაოდ ვრცელი თეორიული კვლევა წარმოვადგინეთ

ინტერდისციპლინური კუთხით ემოციისა და დარწმუნების შესახებ. მესამე თავის მთავარი მიზანი იყო კომუნიკაციის მეორე წევრის, მსმენელის თვალთახედვიდან შეგვეფასებინა საკითხი.

პირველი საკითხი, რასაც მსჯელობამ მოჰფინა ნათელი, ეხებოდა გრაისის კოოპერაციის პრინციპებს და რამდენად ხდება მათი აქტუალიზაცია საჯარო გამოსვლებში. დასკვნის სახით აღვნიშნეთ, რომ მნიშვნელოვანია საჯარო გამომსვლელი იყოს გულწრფელი თავისი იდენტობის წარმოჩენისას, რათა მაყურებელმა დადებითად შეაფასოს მისი პერსონა. იდენტობის ჩამოყალიბების მხრივ, აგრეთვე ყურადღება გავამახვილეთ საკმაოდ საყურადღებო ორ დეტალზე, რომელიც ერთი მხრივ ეხებოდა საჯარო გამომსვლელს და მეორეს მხრივ მსმენელს. აღვნიშნეთ, რომ საჯარო გამომსვლელი იდენტობის ჩამოყალიბების პროცესში შესაძლოა წარსდგეს სუბიექტურობის პარადოქსის წინაშე, რაც გულისხმობს საკუთარი „მე“-ს ორი განსხვავებული პერსპექტივიდან წარდგენას. აღნიშნული დეტალი მნიშვნელოვანია, რადგან იმისთვის, რომ თვისობრივი მაქსიმის აქტუალიზაცია მოხდეს, აუცილებელია საჯარო გამომსვლელს ჰქონდეს ნათლად ჩამოყალიბებული იდენტობის შეგრძნება, რომელსაც ასევე გარკვევით წარუდგენს დამსწრე საზოგადოებას. იმ შემთხვევაში თუ „მე“-ს სუბიექტური და ობიექტური გააზრება დარღვეული და არალოგიკურად არის წარმოდგენილი, საჯარო გამოსვლა კარგავს როგორც გულწრფელობის კატეგორიას, და შესაბამისად, მსმენელი არ შეიძლება იყოს დარწმუნებული ინფორმაციის სისწორეში. რაც შეეხება თავად მსმენელს, განვიხილეთ იდეალური მსმენელის კონცეპტი.

დასკვნის სახით შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ წარმატებული საჯარო გამოსვლისთვის გარდა საჯარო გამომსვლელის ოსტატობისა, აუცილებელია აუდიტორიის მზაობაც. აქ იგულისხმება მსმენელის მოტივაცია, იყოს შესაბამისად წინასწარგანწყობილი სმენისთვის და პოზიტიურად შეაფასოს მოსაუბრე. აღნიშნული კატეგორიის გამოყოფა მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც კვლევის პროცესში შეუძლებელია მსმენელის მოტივაციისა და საჯარო გამოსვლისთვის მზაობის შესწავლა. აქედან გამომდინარე, კვლევისას გვჭირდება ერთგვარი სტანდარტი, რაც, ამ შემთხვევაში, იდეალური მსმენელის კონცეპტით გამოიხატება. შესაბამისად, როდესაც ჩვენ ვსაუბრობთ და ვაანალიზებთ სხვადასხვა საჯარო გამოსვლას

მსმენელის პერსპექტივიდან, იგულისხმება, რომ მსმენელი აკმაყოფილებს იდეალური მსმენელის ყველა მახასიათებელს.

იმისთვის, რომ გაგვეაზრებინა, როგორ აიდენტიფიცირებს მსმენელი საჯარო გამომსვლელის იდენტობას, შემოვიღეთ ე.წ. სიმბოლური კოდის კონცეპტი, რაც წარმოადგენს ლიტერატურაში გავრცელებული არქეტიპების მოდიფიკაციას. როდესაც ვმსჯელობთ მსმენელის პერსპექტივიდან საჯარო გამოსვლის და მომხსენებლის შეფასებაზე, გვჭირდება მსმენელის იდენტობის გააზრებაც. როგორც ზემოტ ვახსენეთ აღნიშნული მდგომარეობით, შეუძლებელია მსმენელის გამოცდილებებისა თუ შეფასებების მიღება თავად მსმენელებისგან, თუმცა იდეალური მსმენელის კონცეპტი საშუალებას გვაძლევს ვიმსჯელოთ იმ პროცესებზე, რაც შესაძლებელია გავლენას ახდენს მსმენელზე საჯარო გამოსვლის შეფასებისას. ამგვარ პროცესებში შეიძლება მოვიაზროთ საჯარო გამომსვლელის მიერ სიმბოლური კოდის გამოყენება, რომლის შედეგადაც მსმენელში იღვიძებს სხვადასხვა არქეტიპი, რაც თავისთავად გულისხმობს კონკრეტული სახის გააქტიურებას, რაშიც მოიაზრება მსმენელში არსებული წინარე ცოდნის გააქტიურება კონკრეტული სახის პერსონაჟის მიმართ. მაგალითისთვის შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ მსხვერპლის სიმბოლური კოდი მსმენელში აღძრავს თანაგრძნობის, ემპათიის ემოციებს. ამგვარი პერსონაჟი ადამიანებს ხშირად ეცოდებათ და მათ მიმართ კეთილგანწყობილნი არიან, სურთ მათი დახმარება და ა.შ. როგორც აღვნიშნეთ, მსხვერპლის სიმბოლურ კოდში აგრეთვე მოიაზრება მეზრძოლი პერსონაჟის არქეტიპიც, რაც მსმენელის შეფასებაში ამატებს დაფასებისა და პატივისცემის ელემენტებსაც.

აღსანიშნავია, რომ საჯარო გამოსვლებში გამოიყო ორი, მასწავლებლისა და მსხვერპლის სიმბოლური კოდები. აქედან გამომდინარე, შესაძლებელია ვიმსჯელოთ ზოგად შეფასებებზე, რომლის მიღებაც საჯარო გამომსვლელის მიზანს წარმოადგენს. მაგალითად, ბევრი ვისაუბრეთ იმაზე, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია პოზიტიური სოციალური იდენტობის დამყარება საჯარო გამომსვლელისთვის. მსმენელი პოზიტიურად აფასებს მას ვისაც ენდობა, ვინც მისთვის საინტერესო ინფორმაციას ფლობს, ვისთანაც თავის ემოციური გაიგივება შეუძლია, ვინც აჩვენებს პიროვნების ძლიერ ხასიათს. ყველა აღნიშნული თვისება შესაძლებელია გამოხატული იყოს აღნიშნული ორი სიმბოლური კოდით. აქედან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ რადგან სიმბოლური კოდები წარმოადგენენ ადამიანის

კონცეპტუალური სისტემის ცოდნას, საჯარო გამომსვლელს შეუძლია დაგეგმოს თავისი გამოსვლა წინასწარ რომელიმე სიმბოლური კოდის მორგებით და წინასწარ გათვალოს ის შეფასებები რისი მიღებაც მას კონკრეტული სიმბოლური კოდის გამოყენებით შეუძლია. აღნიშნული დასკვნა მნიშვნელოვანია, რადგან ამ შემთხვევაში შესაძლებელია საჯარო გამომსვლელისთვის შეიქმნას ღირებული თეორიული და პრაქტიკული მოდელი, რომლის გამოყენებაც საჯარო გამომსვლელს შეეძლება თავიანთი სიტყვის მომზადებისას.

თავი IV კვლევა-ექსპერიმენტი

4.1 კვლევის მიზნები, საკვლევი მასალა და მეთოდოლოგია

დარწმუნების სოციოლინგვისტური ასპექტების კვლევისას, გამოყენებულია როგორც თვისობრივი, ასევე რაოდენობრივი კვლევის მეთოდოლოგია. მიზეზი ამ ორი მეთოდის გამოყენებისა აიხსნება დასმული საკითხის კომპლექსურობით, რადგან საჭირო იყო ინტერდისციპლინური თეორიული მოდელის შექმნა, აგრეთვე ხსენებული თეორიული მოდელის პრაქტიკაში გამოცდა. დისერტაციაში წარმოდგენილი საკითხის კვლევა შეიძლება სამ ნაწილად დაიყოს: ემოციის და დარწმუნების ინტერდისციპლინური თეორიული კვლევა (თავი 1 და თავი 2); საკითხის კვლევა მსმენელის პერსპექტივიდან (თავი 3) და ბოლოს, კვლევა-ექსპერიმენტი(თავი 4).

თვისობრივი კვლევის შედეგად ჩამოვყალიბეთ დარწმუნების მცდელობისას საჯარო გამომსვლელის მიერ გამოყენებული სცენარი:

საფეხური 1: მომხსენებლის ჯგუფის წევრად მიღება / პოზიტიური ემოციების აღძვრა მოსაუბრის მიმართ.

საფეხური 2: მსმენელში სამყაროსთან ჰარმონიულობის დარღვევა.

საფეხური 3: მსმენელში ემოციების აღძვრა.

საფეხური 4: რეალობის შეცვლა.

საფეხური 5: სამყაროსთან ჰარმონიულობის აღდგენა.

რაოდენობრივი კვლევის მიზანია, გამოვავლინოთ რამდენად რეალიზდება დისერტაციაში განხილული დარწმუნების სქემატური მოდელი პრაქტიკაში. შესაბამისად, გამოვლინდა შემდეგი საკვლევი მიზნები და კითხვები:

- რამდენად მოქმედებს მსმენელზე ზოგადი ემოციური ფონი საჯარო გამოსვლისას გადმოცემული ინფორმაციისა და შესაბამისი ემოციური გზავნილის გაშიფვრის თვალსაზრისით.
- რამდენად აღიქვამს მსმენელი საჯარო გამომსვლელს პოზიტიური იდენტობის მატარებლად.
- როგორი (დადებითი თუ უარყოფითი) დამოკიდებულება აქვს მსმენელს საზოგადოებაში გავრცელებული შეხედულებებისა და იდეების მიმართ.
- რამდენად მიიჩნევს მსმენელი საჯარო მოსაუბრეს პოპულარული შეხედულებების მსხვერპლად.
- იცვლება თუ არა მსმენელის ზოგადი ემოციური ფონი საჯარო გამოსვლის შემდეგ.

რაოდენობრივი კვლევის მეთოდი ორიენტირებული იყო მსმენელზე, კერძოდ დავინტერესდით, თუ როგორ აფასებს მსმენელი საჯარო გამოსვლას. აღნიშნულის კვლევა ნათელს ჰფენს დისერტაციის თეორიულ ნაწილში მოყვანილ მსჯელობას ზოგადად დარწმუნების პროცესის, საჯარო გამომსვლელის იდენტობისა და სიტყვის ემოციური ღირებულების შესახებ. კვლევისთვის გამოვიყენეთ ელექტრონული კითხვარი, რომელიც ასევე მოიცავდა საჯარო გამოსვლის ელექტრონულ ბმულს. კვლევის მონაწილეებმა უყურეს TED.COM-ის ერთ-ერთ საჯარო გამოსვლას (The power of introverts)²⁶ და უპასუხეს შეკითხვებს გამოსვლის ყურებამდე და შემდეგ. მონაწილეებმა შეაფასეს თავიანთი ემოციური მდგომარეობა და გამოსვლაში ემოციური ჩართულობა 1-დან 5-მდე შკალით, რომელშიც 1 წარმოადგენდა უაღრესად უარყოფით ემოციურ ფონს, ხოლო 5- უაღრესად დადებითს. ამ კვლევამ საშუალება მოგვცა დავკვირვებოდით, რეალურად იცვლებოდა თუ არა ზოგადი ემოციური ფონი მოსაუბრის მიერ განხორციელებული დარწმუნების მცდელობის პროცესში. სულ გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 43-მა პირმა. ყველა მონაწილე იყო სრულწლოვანი (18 წელს ზემოთ ასაკის წარმომადგენლები). აღსანიშნავია, რომ

²⁶ https://www.ted.com/talks/susan_cain_the_power_of_introverts

გამოკითხვა ჩატარდა ინგლისურ ენაზე და გამოკითხნენ, როგორც ინგლისურენოვანი მონაწილეები, აგრეთვე ბილინგვალები, რომლებიც ინგლისურ ენას ფლობენ B1 და მაღალ დონეებზე. კვლევაში მონაწილე პირებმა ენის ცოდნის დონე თავად შეაფასეს, მათი შეფასება მეტ-ნაკლებად შეესაბამებოდა რეალობას, რადგან სხვა შემთხვევაში ვერ მოახერხებდნენ წარმოდგენილი კითხვარის ბოლომდე შევსებას და ღია შეკითხვებისთვის პასუხის გაცემას ენობრივი კომპეტენციის არასაკმარისი დონის გამო. მათი პასუხები, ვინც ინგლისური ენის ცოდნა შეაფასეს A1 და A2 დონეზე, არ მივიღეთ მხედველობაში, რადგან ენის ბარიერის გამო, შესაძლებელი იყო გამოსვლის შინაარსის არასწორი გააზრება.

გამოყენებული კითხვები ძირითადად ეხებოდა საჯარო გამოსვლას, მომხსენებელს, თემას, სოციალურ ღირებულებებსა და ემოციურ განწყობას. ამრიგად, შედგენილი კითხვარი უშუალოდ მიემართება დარწმუნების სქემატური მოდელის მნიშვნელოვან დეტალებს, როგორცაა, პოზიტიური სოციალური იდენტობის შექმნა, რწმენა-წარმოდგენების გადაფასება, საჯარო გამოსვლის ემოციის იმპლიკაცია, მომხსენებლის მიერ საჯარო გამოსვლის შეფასება. და ბოლოს, განვსაზღვრეთ რამდენად პოზიტიურად აღიქმება საჯარო გამომსვლელი მსმენელის მიერ. თუ მსმენელი პოზიტიურად აღიქვამს საჯარო გამომსვლელს საფუძველი გვაქვს ვივარაუდოთ, რომ პოზიტიური სოციალური იდენტობის დასამყარებლად და დარწმუნების განსახორციელებლად საჯარო გამომსვლელის მიერ გამოყენებული ლინგვისტური და ექსტრალინგვისტური ხერხები გამართლებულია. მოისაზრება როგორც ტექსტის მხატვრული ელემენტებით დატვირთვა, აგრეთვე მთქმელის მიერ სოციოკულტურული ასპექტების გათვალისწინება. ქვემოთ წარმოგიდგენთ კითხვარში გამოყენებულ კითხვებს, მათ ფუნქციურ დატვირთვას და განმარტებებს

1. On a scale from one to five, one being negative and five – positive, how would you asses your emotional state at the moment? (შკალაზე 1-დან 5-მდე, სადაც 1 არის ყველაზე ნეგატიური და 5 - ყველაზე პოზიტიური, როგორ შეაფასებდით თქვენს ამჟამინდელ ემოციურ მდგომარეობას?)

ამ კითხვის მიზანი იყო, გამოგვეკვლია, რამდენად მოქმედებს ადამიანის ზოგადი ემოციური ფონი ემოციის ფრეიმინგის პროცესში და შესაძლებელია თუ არა, ზოგადმა ემოციურმა ფონმა გავლენა მოახდინოს საჯარო გამომსვლელისა და გამოსვლის შეფასებაზე.

2. On a scale from one to five, one being the weakest and five – the strongest, how strongly do you believe in your beliefs and values? (შკალაზე 1-დან 5-მდე, სადაც 1 არის ყველაზე სუსტი და 5 - ყველაზე ძლიერი, რამდენად მტკიცედ გწამთ საკუთარი რწმენებისა და ღირებულებებისა?)

3. On a scale from one to five, one being negative and five – positive, what is your attitude to social norms in your culture? (შკალაზე 1-დან 5-მდე, სადაც 1 არის ყველაზე უარყოფითი და 5 - ყველაზე დადებითი, როგორი დამოკიდებულება გაქვთ თქვენი კულტურის სოციალური ნორმებისადმი?)

როგორც ზემოთ აღნიშნა, ემოციის ფრეიმინგი გულისხმობს მსმენელის რწმენა-წარმოდგენების გადაფასებას. დარწმუნების სცენარის მიხედვით, მეორე ეტაპი გულისხმობს მსმენელის ცნობიერებაში ჰარმონიულობის დარღვევასაც და გარკვეული ემოციური რეაქციის გამოწვევას. საკუთარი რწმენა-წარმოდგენებისა და საზოგადოებაში გავრცელებული ნორმების შეფასებით, საშუალება გვებძლევს ვიმსჯელოთ, რამდენად მართებულია აღნიშნული მსჯელობა. წინასწარი ვარაუდით, თუ მსმენელში რწმენა-წარმოდგენებისა და სოციალური ნორმების მიმართ აღნიშნება დადებითი განწყობა, გაცილებით რთული იქნება მსმენელში ჰარმონიის „დარღვევა“; ხოლო თუ შეფასება უარყოფითია, ემოციის ფრეიმინგი გაცილებით მარტივი უნდა იყოს.

4. On a scale from one to five, one being not interesting and five – interesting, how would you assess the speech? (შკალაზე 1-დან 5-მდე, სადაც 1 არის სრულიად უინტერესო და 5 - ყველაზე საინტერესო, როგორ შეაფასებდით ამ საჯარო გამოსვლას?)

5. On a scale from one to five, one being negative and five – positive, how would you assess the speaker’s identity? (შკალაზე 1-დან 5-მდე, სადაც 1 არის ყველაზე ნეგატიური და 5 - ყველაზე პოზიტიური, როგორ შეაფასებდით გამომსვლელის იდენტობას?)

დარწმუნების სქემატური გამოსახულების მოდელის მიხედვით, პირველი საფეხური გულისხმობდა პოზიტიური სოციალური იდენტობის შექმნას. შეკითხვებით N4 და N5 საშუალება გვებძლევს ვიმსჯელოთ, რამდენად აღიქვამს მსმენელი საჯარო გამომსვლელს როგორც პოზიტიური იდენტობის მატარებელს, და შესაბამისად, რამდენად სწორია მსჯელობა, რომ პოზიტიური სოციალური იდენტობა განსაზღვრავს და იწყებს დარწმუნების სამეტყველო აქტს.

2. Do you think the speaker is a victim to any social norms? (ფიქრობთ თუ არა, რომ საჯარო გამომსვლელი არის რაიმე სოციალური ნორმის მსხვერპლი?)

როგორც ზემოთ მსჯელობაში აღინიშნა, საჯარო გამოსვლა, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი სახე შესაძლებელია შევადაროთ დრამას, როდესაც საჯარო გამომსვლელი ირგებს სიმბოლურ კოდებს, ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, მსხვერპლის სიმბოლურ კოდს, და შესაბამისად, ახორცილებს ემოციის ფრეიმინგს ეპიზოდური ფრეიმის გამოყენებით, რომელიც პირადი გამოცდილებების საფუძველზე ასახავს „პერსონაჟის“ საჯარო თუ პირად ტრაგედიებს. ეს, ძირითადად, გამოწვეულია საზოგადოების მიერ. შეკითხვა N6 საშუალებას გვაძლევს, ვიმსჯელოთ ხსენებული მსჯელობის მართებულობაზე.

7. If your answer to the previous question was "Yes", how does that make you feel? (If your answer was "No", you can skip this question.) (თუ თქვენი პასუხი წინა შეკითხვაზე იყო „დიახ“, გთხოვთ დაასაბუთოთ, რა ემოციას იწვევს თქვენში ეს ფაქტი? თუ უპასუხეთ „არა“ შეგიძლიათ გამოტოვოთ ეს შეკითხვა).

შეკითხვა N7-ს ფუნქციური დატვირთვა იყო, სიღრმისეულად დაგვედგინა ემოციის ფრეიმინგის შედეგად აღძრული ემოციების გადანაწილების სიხშირე დადებით თუ უარყოფითი ემოციების ჯგუფში. შესაბამისად, დავადგენთ რამდენად წარმატებით განხორციელდა ემოციის ფრეიმინგის პროცესი.

8. Where any social norms you believed in challenged through the speech? (საჯარო გამოსვლის განმავლობაში ეჭვქვეშ დადგა თუ არა რომელიმე სოციალური ნორმა რისიც გწამდათ?)

დარწმუნების მესამე საფეხურის მიხედვით, მსმენელში ხდება შეხედულებების გადაფასება, შესაბამისად, შეკითხვა N8 მიზანს წარმოადგენს დავადგინოთ, რამდენად შეიცვალა მსმენელის შეხედულება დასმულის საკითხის მიმართ. თუმცა, აღნიშნული შეკითხვა ასევე უკავშირდება კითხვებს N2 და N3, რადგან იმ შემთხვევაში, თუ დამსწრე საზოგადოება იზიარებს საჯარო გამომსვლელის რწმენა-წარმოდგენებს, შეხედულებების გადაფასების მაგივრად შესაძლოა ადგილი ქონდეს არსებული რწმენა-წარმოდგენის გამყარებას.

9. On a scale of one to five, one being negative and five - positive, how would you assess your feelings to the speaker after the speech? (შკალაზე 1-დან 5-მდე, სადაც 1 არის

ყველაზე ნეგატიური და 5 - ყველაზე პოზიტიური, როგორ შეაფასებდით თქვენს დამოკიდებულებას გამომსვლელისადმი საჯარო გამოსვლის მოსმენის შემდეგ?)

დარწმუნების მეოთხე საფეხურის მიხედვით, მსმენელი იზიარებს საჯარო გამომსვლელის რეალობას და შესაფერის ემოციურ პასუხს გრძნობს. შესაბამისად, შეკითხვა N9 საშუალებას გვაძლევს ვიმსჯელოთ რამდენად სწორია მსჯელობა, რომ საჯარო გამომსვლელი აღიქმება შიდა ჯგუფის წევრად, როგორც დადებითი იდენტობის მატარებელი.

10. Did you identify yourself with the speaker emotionally during the speech? (დაუკავშირეთ თუ არა ემოციურად თქვენი თავი მოსაუბრეს?)

11. Name specific emotion you feel towards the speaker after watching the speech. (გთხოვთ დაასახელოთ კონკრეტული ემოცია, რასაც გრძნობთ გამომსვლელის მიმართ სიტყვის დასრულების შემდეგ).

12. If you could assess your emotional involvement into the subject-matter from one to five, one being the weakest and five - the strongest, how would you assess it? (რომ შეგეძლოთ თქვენი ემოციური ჩართულობის შეფასება დასმულ საკითხში 1-დან 5-მდე, სადაც 1 არის ყველაზე სუსტი ჩართულობა და 5 - ყველაზე ძლიერი, როგორ შეაფასებდით მას?)

დარწმუნების პროცესის ბოლო ეტაპი გულისხმობდა ჰარმონიულობის აღდგენას, რაშიც იგულისხმება ემოციური პასუხი გამოსვლის მიმართ, რაც შეიძლება გამოხატული იყოს სხვადასხვა ქცევით ან/და მოსაუბრის იდეოლოგიის გაზიარებით. შეკითხვები N10, N11 და N12 (არსებული ვიდეო მასალის მაგალითზე) საშუალებას გვაძლევს ვიმსჯელოთ, განხორციელდა თუ არა მსმენელის მიერ ემოციური შეფასება და შედეგად, რამდენად წარმატებით დასრულდა დარწმუნება.

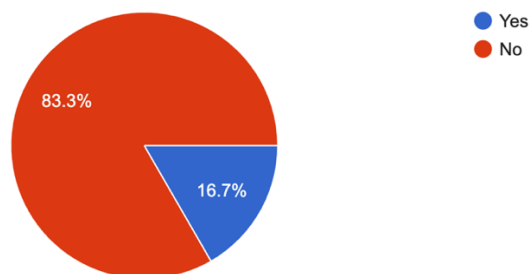
4.2 კვლევის შედეგები

მთლიანობაში 43 აპლიკანტიდან 42-მა სრულად მიიღო მონაწილეობა კვლევაში. 16.7 % საუბრობდა ინგლისურ ენაზე როგორც მშობლიურ ენაზე და 83.3% იყო ბილინგვალი. ენის ცოდნის დონე ბილინგვალებში შემდეგნაირად გადანაწილდა: A1-A2 (5.7%), B1 (14.3%), B2 (31.4%), C1-C2 (48.6%) (იხ. დიაგრამა N5).

დიაგრამა N5

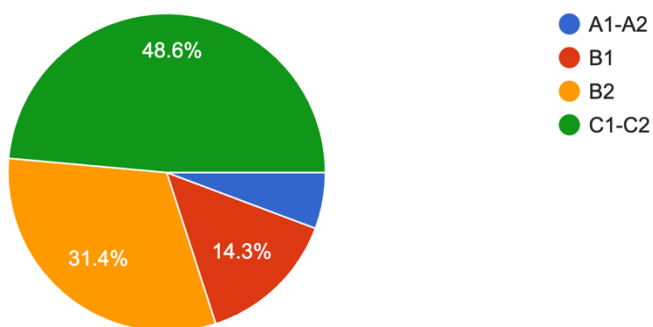
Is English your native language?

42 responses



If English is not your native language, how would you assess your knowledge

35 responses

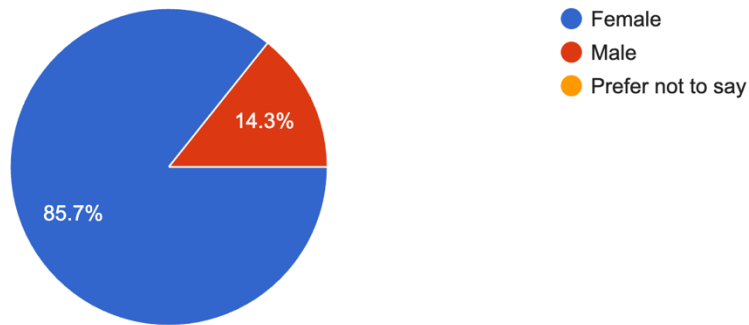


აპლიკანტთა 85.7% წარმოადგენდა მდედრობით სქესს, ხოლო 14.3% მამრობითს (იხ. დიაგრამა N6).

დიაგრამა N6

What is your gender?

42 responses

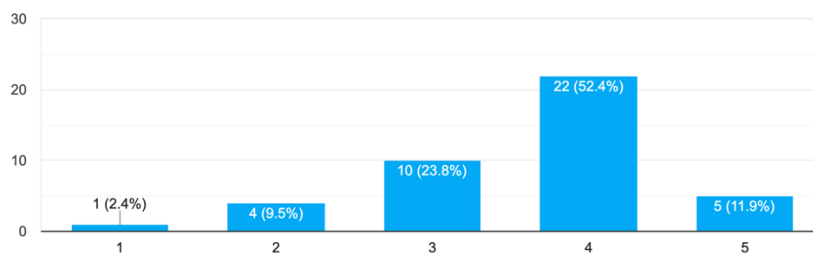


მონაწილეთა უმრავლესობამ ემოციური მდგომარეობა დადებითად შეაფასა (იხ. დიაგრამა N7), 1-დან 5-მდე შკალაზე (5 დადებითი და 1 უარყოფითი), 11.9%-მა აირჩია 5, 52.4%-მა აირჩია 4; 23.8 % პროცენტმა აირჩია 3, 9.5 % აფასებდა თავის ემოციურ მდგომარეობას უარყოფითად 2 ნომრის არჩევით და 2.4 % ნომრით 1. ეს რიცხვები გააზრებულია შემდეგნაირად: რიცხვები 4 და 5 უტოლდება პოზიტიურ ემოციურ მდგომარეობას, რიცხვი 3 არის ნეიტრალური და რიცხვები 1 და 2 არის უარყოფითი ასოციაციები. თუ შედეგებს განვაზოგადებთ, ცხადი ხდება, რომ აპლიკანტთა უმრავლესობამ (64.3%) ემოციური მდგომარეობა დადებითად შეაფასა, უმცირესობამ (11.9%) ნეგატიურად, ხოლო დანარჩენმა 23.8% -მა ნეიტრალურად.

დიაგრამა N7

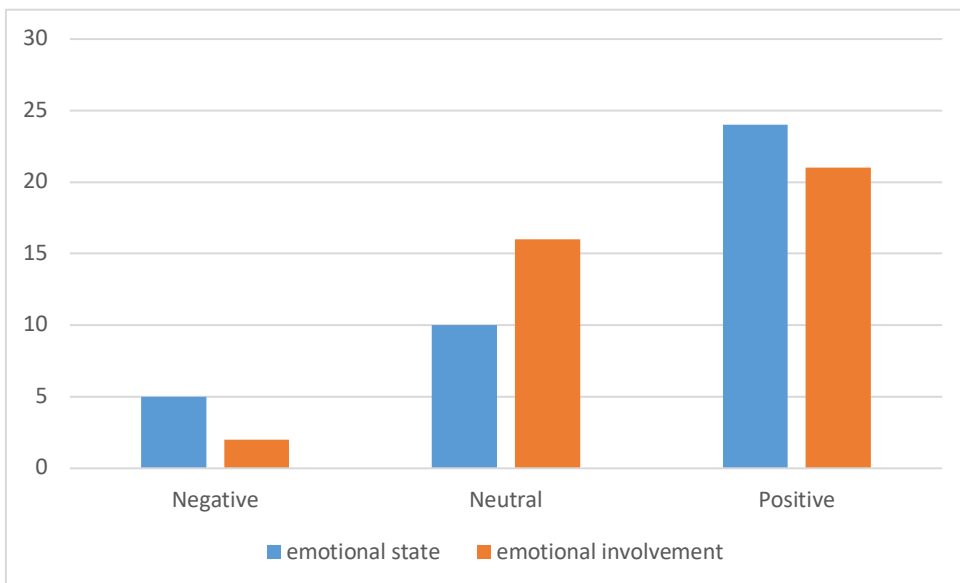
On a scale from one to five, one being negative and five - positive, how would you assess your emotional state at the moment?

42 responses



აღსანიშნავია, რომ თუ შევადარებთ მონაწილის ემოციურ მდგომარეობას და ემოციურ ჩართულობას საჯარო გამოსვლაში, მსგავს შედეგებს მივიღებთ. კერძოდ, აპლიკანტთა უმრავლესობა დადებითად აფასებს მათ ემოციურ მდგომარეობას და გამოსვლაში ჩართულობას. (იხ. დიაგრამა N8). ამასთანავე, ვინც უარყოფითად შეაფასა საკუთარი ემოციური მდგომარეობა, საჯარო გამოსვლაში ემოციურ ჩართულობას აფასებენ ნეიტრალურად ან სუსტად. მხოლოდ ერთი აპლიკანტია, აპლიკანტი N17, ვინც ვიდეოს ყურებამდე ემოციური ფონი შეაფასა უარყოფითად, ხოლო ვიდეოს ყურების შემდეგ საკუთარ ემოციურ ჩართულობას აფასებს ძლიერად. ეს მონაცემი საშუალებას გვაძლევს ვივარაუდოთ, რომ წინა თავებში მოყვანილი მსჯელობა იდეალური მსმენელის შესახებ მართებულია, და მსმენელი ვინც წინასწარ პოზიტიურად არის განწყობილი, ანუ ვისი ემოციური მდგომარეობაც არის მეტად დადებითი, მეტადაა ჩართული საჯარო გამოსვლის თემატიკაში.

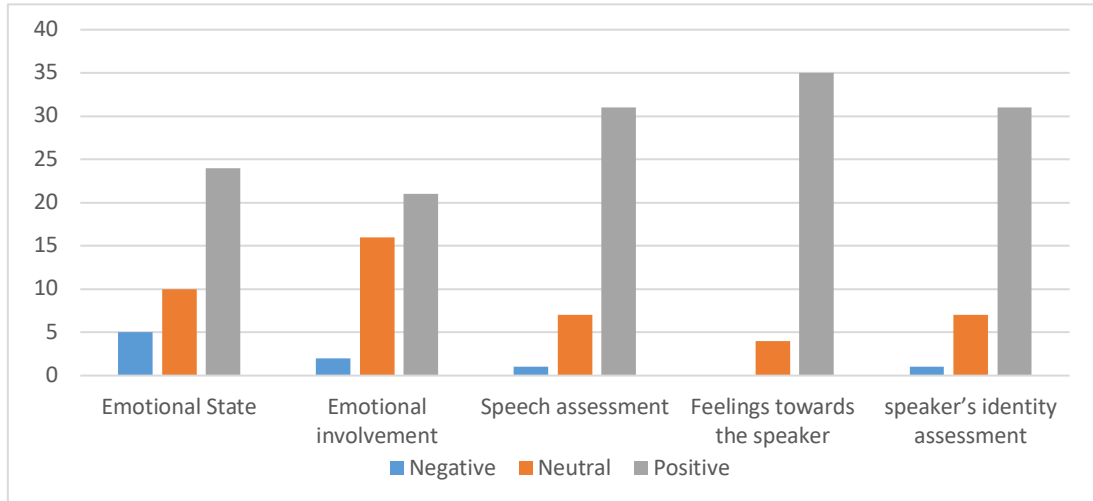
დიაგრამა N8



როგორც ზემოთ აღინიშნა, კვლევის სხვა ნაწილები ასევე კონცენტრირებული იყო გამოსვლისა და მომხსენებლის შეფასებაზე. თუ შევადარებთ მონაცემებს მაყურებლის ემოციურ მდგომარეობაზე, ჩართულობაზე, გამოსვლისა და მომხსენებლის შეფასებაზე, ასევე მომხსენებლის იდენტობის შეფასებაზე,

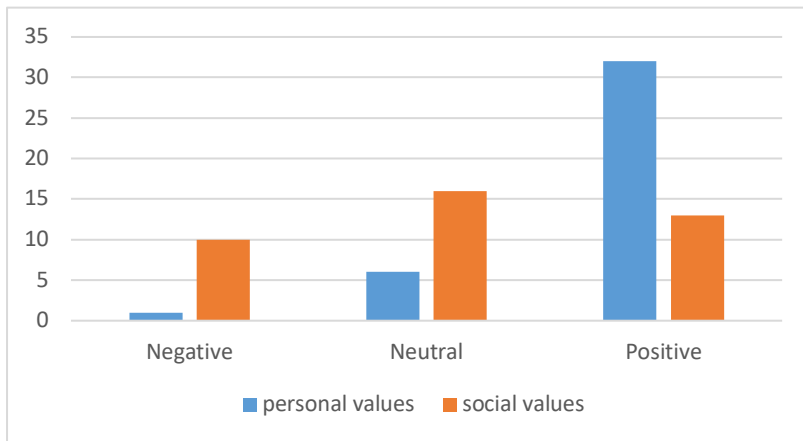
დავინახავთ, რომ აპლიკანტთა უმრავლესობამ გამოხატა დადებითი დამოკიდებულება ზემოთ აღნიშნულის მიმართ. (იხ. დიაგრამა N9)

დიაგრამა N9



საინტერესოა კორელაცია მომხსენებელთა პირადი შეხედულებებისა და სოციალური ნორმებისადმი მათ დამოკიდებულებას შორის. პიროვნული ღირებულებებისა და შეხედულებების შეფასებისას, აპლიკანტთა უმრავლესობამ გამოხატა დადებითი დამოკიდებულება, თუმცა სოციალური ნორმების შეფასებისას შედეგები ოდნავ განსხვავებულია და პასუხები უფრო თანაბრად ნაწილდება პოზიტიურ, ნეიტრალურ და უარყოფით შეფასებებზე. განმცხადებელთა უმრავლესობამ მაინც შეაფასა მათი რწმენა სოციალური ნორმების მიმართ, როგორც ნეიტრალური. აღსანიშნავია, რომ ამ კონკრეტულ ასპექტში ჩვენ დავინახეთ უარყოფითი შეფასებების სწრაფი ზრდა, კერძოდ, აპლიკანტთა 23.8% უარყოფითად აფასებს თავის კულტურაში არსებულ სოციალურ ნორმებს. მაშინ როცა პირადი შეხედულებების შეფასებისას მხოლოდ 2.4%-მა აღნიშნა უარყოფითი შეფასება. (იხ. დიაგრამა N10).

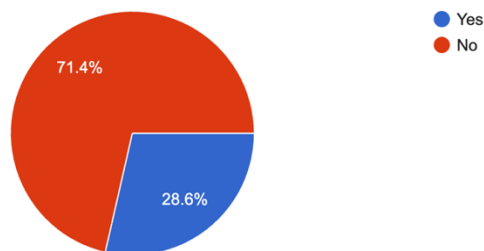
დიაგრამა N10



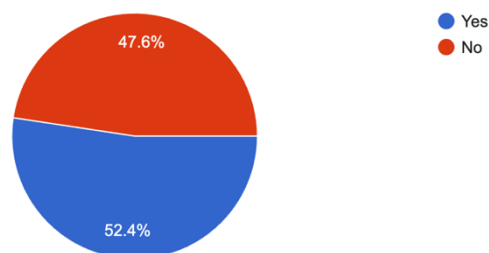
საინტერესოა, რომ კვლევის მონაწილეთა 53,8% ფიქრობს, რომ მოსაუბრე სოციალური ნორმების მსხვერპლია, თუმცა, 71,8% აცხადებს, რომ გამოსვლის ყურებისას არანაირი პირადი რწმენა-წარმოდგენა არ დაუყენებია კითხვის ნიშნის ქვეშ. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ პიროვნული ფასეულობების რწმენა უფრო ძლიერია და ისინი შესაძლოა არ შეესაბამებოდეს ფართოდ გავრცელებულ სოციალურ ნორმებს. ამრიგად, ადამიანები შესაძლებელია კონფლიქტში აღმოჩნდნენ სოციალურ ნორმებთან. (იხ. დიაგრამა N11)

დიაგრამა N11

Where any social norms you believed in challenged through the speech?
42 responses



Do you think the speaker is a victim to any social norms?
42 responses

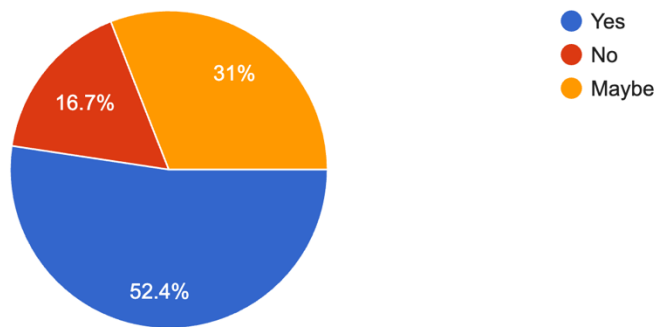


იმისათვის, რომ განგვესაზღვრა წარმატებული იყო თუ არა ემოციების ფრეიმინგი და საბოლოოდ დარწმუნება, კვითხეთ კვლევის მონაწილეებს, ემოციურად აიგივებდნენ თუ არა საკუთარ თავს მომხსენებელთან. საინტერესოა, რომ 52.4%-მა აღნიშნა, რომ ისინი ემოციურად აიგივებდნენ თავს მოსაუბრესთან, 16.7%-მა არ იგრძნო მსგავსება და 31%-მა აღნიშნა პასუხი "შეიძლება". (იხ. დიაგრამა N12)

დიაგრამა N12

Did you identify yourself with the speaker emotionally during the speech?

42 responses



შეკითხვაზე, თუ კონკრეტულად რომელ ემოციას განიცდიან საჯარო გამომსვლელის მიმართ კვლევის მონაწილეებმა შემდეგი ემოციები დააფიქსირეს: *თანაგრძნობა, სიმპათია, სევდა, სინანული, შთაბეჭდილების ქვეშ ყოფნა, პატივისცემა, ნდობა, აღტაცება, მაღლიერება, ღელვა, შთაგონება, დაფასება, თვითდაჯერებულობა, აღელვება, ცნობისმოყვარეობა და ნეიტრალური ემოციები (ინდიფერენტულობა)*. აღსანიშნავია, რომ შეგვიძლია ეს ემოციები ორ ნაწილად დავაჯგუფოთ, დადებითი ემოციები, რომლებშიც მოვიაზრებთ დადებით შეფასებებს როგორცაა: თანაგრძნობა, სიმპათია, შთაბეჭდილების ქვეშ ყოფნა, პატივისცემა, ნდობა, აღტაცება, მაღლიერება, შთაგონება, დაფასება, თვითდაჯერებულობა, აღელვება; და უარყოფითი ემოციები როგორცაა: სევდა, სინანული, ღელვა, და ცალკე გამოვყოფთ ინდიფერენტულ შეფასებას. აღნიშნული დადებითი და

უარყოფითი ემოციებიდან შესაძლოა ვიმსჯელოთ მსმენელის დამოკიდებულებაზეც გამომსვლელის მიმართ, სავარაუდოა, რომ მათთვის ვინც მსმენელს აფასებს დადებითი ემოციებით, იგი არის შთაგონების ან მოტივაციის წყარო, ხოლო მათთვის ვინც მსმენელს აფასებს უარყოფითი ემოციებით იგი განიხილება როგორც მსხვერპლი, თუმცა მისი იდენტობა მაინც პოზიტიურად არის შეფასებული. აღნიშნული მსჯელობა აიხსნება სიმბოლური კოდების შესახებ წინა თავებში წარმოდგენილი კვლევითაც. როდესაც საჯარო გამომსვლელი ირგებს მასწავლებლის სიმბოლურ კოდს, იგი გვევლინება ცოდნისა და გამოცდილების გამზიარებლად, შესაბამისად, მსმენელის მიერ დადებითი შეფასება გულისხმობს აღნიშნული ცოდნის მიღებას, გაზიარებას. საჯარო გამომსვლელი, როგორც მსხვერპლი, აღქმულია როგორც ძლიერი პიროვნება, ვინც თავი დააღწია ჩაგრულის პოზიციას და საზოგადოების წინაშე წარსდგა, როგორც გამოცდილებისა და ცოდნის წყარო, მეორეს მხრივ, იგი აღიქმება პიროვნებად, რომელმაც ბევრი სულიერი ტრამვა გადაიტანა საზოგადოების გამო, შესაბამისად, მსმენელი გრძნობს თანაგრძნობას, რაშიც იგულისხმება სევდისა და სინანულის განცდაც. ამ შემთხვევაში მსმენელში შესაძლოა აღიძრას ისეთი ემოციები როგორიცაა: აღტაცება, მოტივაცია, პატივისცემა და სხვა. ხოლო, როდესაც საჯარო გამომსვლელი ირგებს მსხვერპლის როლს, იგი გვევლინება ისეთი ადამიანის სიმბოლოდ, ვინც გადალახა გარკვეული ტანჯვა და შედეგად გახდა უფრო ძლიერი, მეტი გამოცდილებითა და ცოდნით. ამრიგად, ემოციური შეფასება ამ შემთხვევაში გულისხმობს იმგვარი ემოციების აღძვრას, რაც მიმართული იქნება თავად მოსაუბრისადმი ან მოსაუბრის გამოცდილებისადმი. შედეგების მიხედვით ვნახეთ, რომ მოსაუბრის შეფასება შეიცავდა დადებით ემოციებს, როგორიცაა: თანაგრძნობა, სიმპათია, შთაბეჭდილების ქვეშ ყოფნა, პატივისცემა, ნდობა, აღტაცება, მადლიერება, შთაგონება, დაფასება, თვითდაჯერებულობა, აღელვება; ხოლო საჯარო გამომსვლელის გამოცდილება, რამაც მას ტანჯვა მიაყენა შეფასდა უარყოფითი ემოციებით: სევდა, სინანული, ღელვა.

IV თავის დასკვნები

მიღებული შედეგები პასუხს სცემენ დასმულ კითხვებს, კერძოდ:

1. ზოგადი ემოციური ფონი საჯარო გამოსვლისას გადმოცემული ინფორმაციისა და შესაბამისი ემოციური გზავნილის გაშიფვრის კუთხით მნიშვნელოვანია, თუმცა შედეგების მიხედვით ვერ ვიტყვით, რომ დადებითი ემოციური ფონი ნიშნავს გამოსვლის დადებითად შეფასებას და პირიქით. სავარაუდოა, რომ ემოციური ფონი მეტად ახდენს გავლენას ემოციის შეფასების ინტენსივობაზე, რაშიც იგულისხმება გადმოცემული თემისადმი თითოეული ინდივიდის განსხვავებული ცხოვრებისეული გამოცდილება. შესაბამისად, თუ გამოსვლის თემატიკაზე ინდივიდს აქვს ნეგატიური ცხოვრებისეული გამოცდილება და მოსმენის პროცესშიც მისი ემოციური ფონი არის ნეგატიური, მეტად სავარაუდოა, რომ მისთვის საჯარო გამოსვლა უფრო ძლიერი ემოციური მუხტით იქნება დატვირთული, ვიდრე ინდივიდისთვის, რომლისთვისაც აღნიშნული გამოცდილება ან საერთოდ არ არსებობს, ან არ არის ნეგატიური კონოტაციის მატარებელი.
2. მეორე შეკითხვა, თუ რამდენად აღიქვამს ინდივიდი გამომსვლელს, როგორც პოზიტიური იდენტობის მატარებელს მნიშვნელოვანი იყო, რადგან, როგორც ასევე ზემოთ აღინიშნა, წარმატებული დარწმუნების პროცესისთვის აუცილებელია მსმენელი საზოგადოების დადებითი შეფასება. აღნიშნული კვლევა ადასტურებს სოციალური იდენტობის როლს, შედეგებიდან გამომდინარე 34-მა მონაწილემ საჯარო გამომსვლელის იდენტობა დადებითად შეაფასა, რაც წარმოადგენს მონაწილეთა უმრავლესობას. 7-მა მონაწილემ ნეიტრალური პოზიცია დაიკავა და 1-მა მონაწილემ გამომსვლელის იდენტობა შეაფასა უარყოფითად. ნეიტრალური და უარყოფითი შეფასებები, იდეალური მსმენელის კონცეპტიდან გამომდინარე, შესაძლოა აიხსნას მსმენელში მოტივაციის ნაკლებობით ან გამოსვლის თემატიკის მსმენელის ინტერესებთან შეუსაბამობით.
3. აგრეთვე გვინტერესებდა, თუ რა როლს თამაშობს მსმენელის რწმენა-წარმოდგენები და საზოგადოებაში გავრცელებული შეხედულებები თუ სოციალური ნორმები გამოსვლის შეფასებაში. შედეგების მიხედვით

შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ პირადი რწმენა-წარმოდგენები და სოციალური ნორმები შესაძლებელია ერთმანეთთან თანხვედრაში არ იყვნენ და შეფასებისას საკუთარი რწმენა-წარმოდგენები მეტად დადებითად შეფასდა ვიდრე საზოგადოებაში გავრცელებული სოციალური ნორმები. უნდა აღინიშნოს, რომ როდესაც კონფლიქტი რწმენა-წარმოდგენებსა და სოციალურ ნორმებს შორის უფრო დიდია, მეტი ალბათობით საჯარო გამომსვლელისთვისაც უფრო მარტივი იქნება დარწმუნების განხორციელება. რადგან იმ შემთხვევაში როდესაც კონფლიქტი არ არსებობს, რთულია მსმენელს გადააფასებინო ღრებულებები, ხოლო როდესაც ამგვარი კონფლიქტი აღინიშნება, ნორმების ექვექვემ დაყენება გაცილებით მარტივია.

4. რაც შეეხება იმას, თუ რამდენად თვლის მსმენელი საჯარო მოსაუბრეს პოპულარული შეხედულებების მსხვერპლად, შედეგების მიხედვით აღინიშნა, რომ უმრავლესობას (52.4 %) საჯარო გამომსვლელი მიაჩნია საზოგადოებაში გავრცელებული ნორმების მსხვერპლად. აქედან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მსმენელმა მოირგო მსხვერპლის სიმბოლური კოდი, რაშიც იგულისხმება ჩაგრულის იდენტობის კონსტრუირება. თხრობის პროცესში მოსაუბრე იყენებდა ეპიზოდურ ფრეიმებს, რომელთა საშუალებითაც წარმოაჩენდა საკუთარ გამოცდილებებს, როგორც ჩაგრულისა, და, შესაბამისად, წარმატებით ირგებდა მსხვერპლის როლს, რაც აღნიშნულმა კვლევამაც დაადასტურა.
5. საბოლოო დასკვნის სახით, შესაძლებელია აღვნიშნოთ, რომ მსმენელის ზოგადი ემოციური ფონი მნიშვნელოვანია საჯარო გამოსვლის წარმატებით განხორციელებისთვის, თუმცა, იგი არ თამაშობს გადამწყვეტ როლს დარწმუნებისა და ემოციის ფრეიმინგის პროცესის წარმატებით განხორციელებაში. პირადი რწმენა-წარმოდგენების მიმართ მეტად დადებითი შეფასება აღინიშნება ვიდრე საზოგადოებაში გავრცელებული ნორმების მიმართ, შესაბამისად, შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ როდესაც რწმენა-წარმოდგენების გადაფასება წარმოადგენს საჯარო გამომსვლელის მიზანს, გაცილებით მარტივია საზოგადოებაში ნორმად მიღებული რწმენა-წარმოდგენების გადაფასება. აგრეთვე, მნიშვნელოვანია საჯარო

გამომსვლელი აღიქმებოდეს პოზიტიური იდენტობის მატარებლად, რათა საჯარო გამოსვლაც შეფასდეს დადებითად. რაც შეეხება მსმენელის ზოგადი ემოციური ფონის ცვლილებას საჯარო გამოსვლის მოსმენამდე და მოსმენის შემდეგ, შედეგების მიხედვით რეალურად ცვლილება არ აღინიშნება, შესაბამისად, შესაძლოა დავასკვნათ, რომ ზოგადი ემოციური ფონი მეტწილად დამოკიდებულია ქვეცნობიერ პროცესებზე და ნაკლებად ექცევა ზედაპირული ზემოქმედების ქვეშ, როგორცაა საჯარო გამოსვლა და მასში დამალული ემოციური მესიჯები. ამასთანავე, კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ მსმენელთა საკმაოდ დიდი ნაწილი (52.4%) ემოციურად უკავშირებს თავს საჯარო გამომსვლელს, რაც, აგრეთვე, ადასტურებს დარწმუნების ბოლო საფეხურის, ემოციის შეფასების პროცესს და დარწმუნების, როგორც სამეტყველო აქტის, წარმატებულ განხორციელებას.

ნაშრომის ზოგადი დასკვნები

წინამდებარე დისერტაციის მიზანს წარმოადგენდა, სოციალური თემატიკის საჯარო გამოსვლებზე დაკვირვებით შეგვესწავლა, თუ როგორ ენიჭება ტექსტს ემოციური ღირებულება, შესაბამისად, დავსახეთ შემდეგი ამოცანები: ა) შეგვემუშავებინა თეორიული მოდელი, რომელიც შეისწავლის დარწმუნებას და ემოციას, როგორც დარწმუნების ელემენტს; ბ) აღვვეწერა დარწმუნების კონცეპტუალური სქემატური მოდელი და გ) გამოგვევლინა ემოციის ფრეიმინგის სოციო-ლინგვისტური და კულტურული ასპექტები;

რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევის მეთოდოლოგიის გამოყენების შედეგად შესაძლებელია დავასკვნათ შემდეგი:

ა) დარწმუნებისა და ემოციის კავშირი საჯარო გამოსვლებში უდავოა. კვლევის შედეგად დავადგინეთ, რომ საჯარო გამოსვლის ემოციური ღირებულება იზომება ორპოლუსიანი სისტემით, როგორცაა დადებითი და უარყოფითი ან პოზიტიური და ნეგატიური; რაც შეეხება ემოციის კატეგორიზაციას ცალკეულ ერთეულებად, იგი

დამოკიდებულია მსმენელ ინდივიდზე და მის ზოგად ემოციურ ფონზე. როგორც კვლევა-ექსპერიმენტმა აჩვენა, ზოგადი ემოციური ფონი გავლენას ახდენს ემოციის შეფასების ინტენსივობაზე, კერძოდ, იმაზე, თუ რამდენად მძაფრად აღიქვამს მსმენელი კონკრეტულ საკითხს. ემოციაზე მსჯელობის შედეგად ფსიქოლოგიის, კულტურის, ლინგვისტიკის ჭრილიდან შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ იგი ერთ-ერთ მთავარ ელემენტს წარმოადგენს საჯარო გამოსვლის კონტექსტში, რომელიც დიდ გავლენას ახდენს მსმენელის მიერ საჯარო გამოსვლისა და საჯარო გამომსვლელის შეფასების პროცესზე. შესაბამისად, აღნიშნულ დისერტაციაში ნაკლებად ვკონცენტრირდით ემოციის გამომხატველი ლექსიკონის კვლევაზე, არამედ, ემოცია მივაკუთვნეთ დარწმუნების აქტს და განვმარტეთ როგორც საჯარო გამოსვლის დადებითი ან უარყოფითი (პოზიტიური / ნეგატიური) შეფასება. როგორც სხვადასხვა მაგალითების განხილვის შედეგად ვნახეთ, ამგვარი შეფასების მისაღწევად საჯარო გამოსვლის ტექსტები მდიდარია სხვადასხვა რიტორიკული ელემენტებით. საინტერესოდ მიგვაჩნია მსჯელობა კულტურისა და გენდერის კვლევების პერსპექტივიდან ემოციის შეფასებასთან დაკავშირებით, რაც მნიშვნელოვანია აღნიშნული კვლევისთვის, რადგან საჯარო გამომსვლელის სტრატეგიების შესწავლისას, მნიშვნელოვანი იყო კულტურული თუ სოციალური ნორმების შესახებ რელევანტური ელემენტების ცოდნა. ამ მხრივ, თეორიულ სარჩულად გამოვიყენეთ ჰოფსტედეს (1983) კულტურული განზომილებები და მაცუმოტოს (1989) საინტერესო კვლევა ემოციის აღქმასთან დაკავშირებით. შედეგად, შევძელით აგვეხსნა საჯარო გამომსვლელის მოტივები და მსმენელის შეფასება; დასკვნის სახით შესაძლებელია აღვნიშნოთ, რომ ემოციის როლი საჯარო გამოსვლებში უდავოდ მნიშვნელოვანია. ემოციის ინტერდისციპლინური კუთხით კვლევამ საშუალება მოგვცა მივსულიყავით შემდეგ დასკვნამდე: საჯარო გამოსვლის კონტექსტში ემოცია წარმოადგენს დარწმუნების ელემენტს, რაშიც იგულისხმება მსმენელში დადებითი და/ან უარყოფითი შეფასების აღძვრა. ამრიგად, საჯარო გამოსვლის კონტექსტშიც, ემოცია განიმარტება, როგორც სტიმულზე პასუხად წარმოქმნილი რეაქცია, რომლის კატეგორიზაციასაც ვახდენთ ურთიერთსაპირისპირო ორპოლუსიან სისტემაზე. მაგალითად, მსმენელმა საჯარო გამოსვლა შეიძლება შეაფასოს როგორც მეტად დადებითი ან უარყოფითი. შესაბამისად, შეგვიძლია ვიმსჯელოთ ემოციებზე, რომელსაც მივყავართ დადებით შეფასებამდე და ემოციებზე, რომელსაც მივყავართ

უარყოფით შეფასებამდე. ამგვარი ემოციების გამოყოფა ემყარება ფრაიდას (1988) ე.წ. ემოციის კანონებს, რაც ზუსტად გულისხმობს კონტექსტის შესაფერისი ემოციის ჩამოყალიბებას. აღნიშნული მსჯელობა დაადასტურა კვლევა-ექსპერიმენტმაც, რომლის მიხედვითაც აღმოჩნდა, რომ მსმენელის ზოგადი ემოციური ფონი და ცხოვრებისეული გამოცდილებები განაპირობებდა კონკრეტულ კონტექსტში აღძრულ ემოციას. ამრიგად, თუ მსმენელს აქვს კონკრეტული საჯარო გამოსვლის თემისადმი გამოცდილება, ეს გავლენას იქონიებს მის მიერ გამოსვლის შეფასებასა და კონკრეტული ემოციის აღძვრაზეც. ამ მიზეზებიდან გამომდინარე, არ კვლევის ფარგლებში არ შეგვისწავლია, თუ რა კონკრეტული ემოციები აღიძვრება მსმენელში.

ჩვენთვის მნიშვნელოვანი იყო ემოციის წარმოდგენა, როგორც დარწმუნების კონცეპტუალური მოდელის ერთ-ერთი ელემენტისა, რადგან საკითხის ამგვარი გააზრება საშუალებას გვაძლევს, არ შემოვიფარგლოთ კონკრეტული დისციპლინის ჩარჩოებით და საკითხი ვიკვლიოთ სიღრმისეულად. თეორიული კვლევის შედეგად დარწმუნება განვმარტეთ, როგორც კომუნიკაციური აქტი, რომელიც ემოციის ფრეიმინგის საშუალებით ხორციელდება. ემოციის ფრეიმინგი კი, თავის მხრივ, გულისხმობს საზოგადოებაში რწმენა-წარმოდგენებისა და შეფასებების გადაფასებას, რაც მსმენელში იწვევს საჯარო გამომსვლელისა და გამოსვლის შეფასებას, როგორც დადებითი ან უარყოფითი ემოციური ღირებულების მატარებლისა.

ბ) თეორიული კვლევის შედეგად მიღებული ინფორმაციით შევქმენით დარწმუნების სქემატური მოდელი, რომელიც მოიცავს საჯარო გამომსვლელის მიერ აქტუალიზირებულ სხვადასხვა ხერხს. პირველი და ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ეტაპი გულისხმობდა საჯარო გამომსვლელის მიერ პოზიტიური იდენტობის შექმნას. ამ კუთხით, აღსანიშნავია საჯარო გამომსვლელის მცდელობა, თავი მიაკუთვნონ კონკრეტულ სოციალურ ჯგუფს. ამ ყველაფერს საჯარო გამომსვლელეები ახდენდნენ ე.წ. „სასცენო“ იდენტობის შექმნით, და ამ იდენტობის წარმომადგენლის ინტერესები და რწმენა-წარმოდგენები თანხვედრაში იყო დამსწრე საზოგადოების ინტერესებსა და რწმენა-წარმოდგენებთან. საერთო ინტერესების წარმოჩენით, საზოგადოება მეტად ენდობოდა საჯარო გამომსვლელს, რის შედეგადაც საჯარო გამომსვლელისთვის მეტად მარტივი იყო ემოციის ფრეიმინგის პროცესი. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ იმისთვის, რომ საჯარო გამომსვლელს დამსწრე აუდიტორიის ნდობა მოეპოვებინა, არ იყო საკმარისი, მხოლოდ საკუთარი

სოციალური წრის ჩვენება, არამედ, მნიშვნელოვანი იყო ამის გაკეთება ისე, რომ ეჩვენებინათ საკუთარი გულწრფელობა. ამავდროულად, მათი გამოსვლა უნდა ყოფილიყო სარწმუნო და გულწრფელი, ანუ, საჭიროა გამოსვლა შეიცავდეს ელემენტებს, რისი საშუალებითაც დადასტურდება, რომ საჯარო გამომსვლელი ამბობს სიმართლეს. დარწმუნების შემდეგი ელემენტი გულისხმობდა უშუალოდ ემოციის ფრეიმინგს, რაც წინამდებარე დისერტაციის მთავარი ყურადღების საგანია. აღმოჩნდა, რომ ემოციის ფრეიმინგი აგრეთვე ემყარებოდა ამბის კონსტრუირების ფორმას, რაშიც იგულისხმება საჯარო გამომსვლელის მიერ ეპიზოდური ან თემატური ფრეიმების აქტუალიზაცია. საჯარო გამოსვლების შესწავლის შედეგად, აღინიშნებოდა ეპიზოდური ფრეიმების გამოყენების სიმრავლე, რაც საშუალებას გვაძლევს ვიფიქროთ, რომ ამბის კონსტრუირება ეპიზოდური ფრეიმის გამოყენებით მეტად ტვირთავს საჯარო გამოსვლას ემოციური ღირებულებით. ერთერთ მიზეზად შეგვიძლია დავასახელოთ ფაქტი, რომ მსმენელისთვის გაცილებით მარტივია თავის გაიგივება საჯარო გამომსვლელთან, რომელიც პირადი გამოცდილების თუ მაგალითის საფუძველზე წარმოაჩენს გამოსვლის თემას. ამ შემთხვევაში, ხშირია გამოცდილებების დამთხვევა საჯარო გამომსვლელსა და მსმენელს შორის, რაც ქმნის ნდობის ფაქტორს. როგორც ზემოთ აღინიშნა, ემოციის ფრეიმინგის და ზოგადად, დარწმუნების წარმატებული განხორციელებისთვის აუცილებელია გამომსვლელსა და მსმენელს შორის არსებობდეს საზიარო რეალობა, სადაც მსმენელი ენდობა გამომსვლელს, ხოლო საჯარო გამომსვლელი გულწრფელად წარსდგება აუდიტორიის წინაშე.

ამრიგად, დარწმუნების სქემატური მოდელი მოიცავს იმ ძირითად ელემენტებს, რაც აუცილებელია მსმენელში ემოციური შეფასების აღსაძრავად. ესენია: პოზიტიური სოციალური იდენტობის დამყარება, რწმენა-წარმოდგენების გადაფასება, მსმენელში ემოციების აღძვრა, შედეგად რეალობის შეცვლა და სამყაროსთან ჰარმონიულობის აღდგენა, რაც გულისხმობს გამოსვლისა და საჯარო გამომსვლელის შეფასებას.

გ) დარწმუნების სქემატური მოდელის ჩამოყალიბების პროცესში გამოიკვეთა რიგი დეტალები, რაც მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს დარწმუნების აქტის წარმატებულ განხორციელებას. ერთ-ერთი ამგვარი ასპექტი ეხება გრაისის კოოპერაციის პრინციპის მართებულობას, კერძოდ, თვისობრივი მაქსიმის როლს

საჯარო გამოსვლის დისკურსში. დასკვნის სახით შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ პოზიტიური სოციალური იდენტობის წარმატებით ჩამოყალიბებისთვის, გარდა ზემოთ ხსენებული ეტაპებისა, რაც გულისხმობდა სოციალური სტატუსისა თუ კონკრეტული ჯგუფის წევრობის ჩვენებას, აუცილებელია საჯარო გამომსვლელი იყოს გულწრფელი. ამ მსჯელობაში შესაძლოა იგულისხმებოდეს შემთხვევები, როდესაც საჯარო გამომსვლელის მიერ გამოყენებული ინფორმაცია უნდა იყოს სწორი და ფაქტობრივად გამართული, აგრეთვე, თუ ინფორმაცია ატარებს ემოციურ ღირებულებას, აუცილებელია საჯარო გამომსვლელმა აჩვენოს საკუთარი გულწრფელობა. გარდა ხსენებული დეტალებისა, რაც ძირითადად კონცენტრირდებოდა საჯარო გამომსვლელზე, კვლევის შედეგად აღმოჩნდა, რომ არანაკლებ მნიშვნელოვანია მსმენელი, როგორც, გარკვეულწილად ინფორმაციისთვის მნიშვნელობის მიმნიჭებელი.

დისერტაციაში ვიმსჯელებთ იდეალური მსმენელის კონცეპტზე და დავახასიათებთ იდეალური მსმენელი, როგორც პირი, ვისაც აქვს მოტივაცია, ემოციური და კოგნიტური მზაობა, მიიღოს ახალი ინფორმაცია და კრიტიკულად შეაფასოს იგი. ამ შემთხვევაში მივედით საინტერესო დასკვნამდე, რომ საჯარო გამომსვლელი ხშირ შემთხვევაში ახდენს თვითრეფლექსიას, რაც გულისხმობს საკუთარი თავის, როგორც სამყაროს ნაწილის აღქმას, ანუ, ობიექტად წარმოჩენას. ამავდროულად, ემოციის კონტექსტზე საუბრისას, აღვნიშნეთ, რომ ემოცია პიროვნებისთვის წარმოადგენს გამოცდილებას, როდესაც ხშირად, ზღვარი სუბიექტურ „მე“-სა და ობიექტურ „მე“-ს შორის ირღვევა. კონკრეტულ ემოციურ მდგომარეობას ინდივიდი აღიქვამს, როგორც საკუთარ ნაწილს, ანუ წარმოადგენს სუბიექტურ გამოცდილებას. ამ მსჯელობამ კიდევ ერთხელ დაადასტურა ფაქტი, რომ ემოციის ფრეიმიგის კვლევა უნდა გულისხმობდეს არა ცალკეული ლექსიკური ერთეულების აქტუალიზაციის შედეგად აღძრული ემოციების ანალიზს, არამედ მსმენელის შეფასებებისა და დამოკიდებულებების კვლევას.

საჯარო გამომსვლელის სახეზე საუბრისას აღვნიშნა, რომ დარწმუნების პროცესი იწყება საჯარო გამომსვლელის მიერ სოციალური იდენტობის დამკვიდრებით. ამ მხრივ გამოიკვეთა საინტერესო დეტალები, რაც ეხება საჯარო გამომსვლელსა და მის ნარატივს. საჯარო გამომსვლელი განვიხილეთ როგორც პერსონაჟი და შესაბამისად, ვიმსჯელებთ რამდენად ახდენს გავლენას სოციუმის

ცნობიერებაში წინასწარ არსებული სახეები, ე.წ. სტერეოტიპული წარმოდგენები სხვადასხვა სახის პერსონაჟის შესახებ. ამრიგად, ვიმსჯელებთ არქექტიპებზე და აღნიშნულ ნაშრომში შემოვიტანეთ ტერმინი *სიმბოლური კოდი*, რაშიც ვგულისხმობთ ტექსტის ელემენტს, რომელიც სოციუმში აღვიძებს კონკრეტული პერსონაჟის არქექტიპს. საინტერესო დასკვნებამდე მივედით სიმბოლური კოდების კვლევის შემდეგ. აღმოჩნდა, რომ შესწავლილ საჯარო გამოსვლებში დაფიქსირდა ორი, მსხვერპლისა და მასწავლებლის, სიმბოლური კოდების გამოყენება. აღნიშნული შედეგის მიხედვით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ ხსენებული სიმბოლური კოდების ემოციურ ღირებულებაზე. მსხვერპლის სიმბოლური კოდი შესაძლოა მსმენელში იწვევდეს ემპათიის განცდას, ხოლო მასწავლებლის სიმბოლური კოდი მსმენელს სთავაზობს ახალ ინფორმაციას, რომელიც მსმენელის მიერ შეფასდება დადებითი ემოციური ღირებულების მატარებლად, იდეალური მსმენელის კონცეპტიდან გამომდინარე.

როგორც ვხედავთ, საჯარო გამოსვლების კონტექსტში დარწმუნების განსახორციელებლად საჯარო გამომსვლელი გავლენას ახდენს მსმენელზე ლინგვისტური, ფსიქოლოგიური, სოციო-კულტურული ხასიათის მესიჯების გამოყენებით. შესაძლებელია ითქვას, რომ ხშირ შემთხვევაში ამას ქვეცნობიერი ხასიათი აქვს, თუმცა, დისერტაციაში წარმოდგენილი თეორიული და პრაქტიკული კვლევის შედეგების გათვალისწინებით საჯარო გამომსვლელებმა შესაძლოა გაცილებით წარმატებით მოახდინონ ემოციის ფრეიმინგი და შესაბამისად, მსმენელის დარწმუნება. ამრიგად, დისერტაციაში წარმოდგენილი კვლევის შედეგების თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა უდავოა.

გამოყენებული სამეცნიერო ლიტერატურა

1. თოთიბაძე, ს. (2020). გენდერული სტერეოტიპების ენობრივი გამოხატულება ევროპულ და ქართულ ზღაპრებში (ფილოლოგიის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად წარმოდგენილი დისერტაცია). ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბილისი.
2. Barrett, L. F. (2011). Constructing emotion. *Psihologijske Teme*, 20(3), 359–380.
3. Barthes, R. (1977). *The Death of the Author. Image, Music, Text*, translated by Stephen Heath, Hill and Wang, pp. 142–48.
4. Braver, T. S., Krug, M. K., Chiew, K. S., Kool, W., Westbrook, A., Clement, N. J., Adcock, A., Barch, D., M., Botvinick, M. M., Carver, C. S., Cools, R., Custers, R., Dickinson, A. R., Dweck, C. S., Fishbach, A., Gollwitzer, P. M., Hess, T. M., Isaacowitz, D. M., Mather, M., Murayama, K., Pessoa, L., Samanez-Larkin, G. R. and Somerville, L. H. (2014) Mechanisms of motivation-cognition interaction: challenges and opportunities. *Cognitive, Affective, & Behavioral Neuroscience*, 14 (2). pp. 443-472. ISSN 1531-135X doi: <https://doi.org/10.3758/s13415-014-0300-0> Available at <https://centaur.reading.ac.uk/37131/>
5. Brody, L. R., & Hall, J. A. (2008). Gender and emotion in context. In M. Lewis, J. M. Haviland-Jones, & L. F. Barrett (Eds.), *Handbook of emotions* (p. 395–408). The Guilford Press.
6. Burke K (1969) A rhetoric of motives. Berkeley: University of California Press.
7. Burke K. (1963) Definition of Man. *The Hudson Review*, 16(4), doi:10.2307/3848123
8. Cannon, W. B. (1927). The James-Lange Theory of Emotions A Critical Examination and an Alternative Theory. *The American Journal of Psychology*, 39, 106-124.
9. Capra, F. (1997). *The Web of Life: A New Scientific Understanding of Living Systems* (2nd ed.). São Paulo: Cultrix.

10. Clayton, P. and Davies, P. (eds.) (2006). *The Re-emergence of Emergence. The Emergentist Hypothesis from Science to Religion*. Oxford University Press.
11. Dewey, J. (1910). *How We Think*. Lexington, MA: D.C. Heath and Company.
<https://doi.org/10.1037/10903-000>
12. Durt, C. The Embodied Self and the Paradox of Subjectivity. *Husserl Stud* 36, 69–85 (2020). <https://doi.org/10.1007/s10743-019-09256-4>
13. Edwards, D. (1999). Emotion Discourse. *Culture & Psychology*, 5(3), 271–291.
<https://doi.org/10.1177/1354067X9953001>
14. Ellemers, N. (2020, November 16). Social identity theory. *Encyclopedia Britannica*.
<https://www.britannica.com/topic/social-identity-theory>
15. Entman, R.M. (1993), Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43: 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
16. Fillmore, C. J. (October 01, 1976). FRAME SEMANTICS AND THE NATURE OF LANGUAGE. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 280, 20-32.
17. Frijda N.H., Mesquita B. (1998) The Analysis of Emotions. In: Mascolo M.F., Griffin S. (eds) *What Develops in Emotional Development?. Emotions, Personality, and Psychotherapy*. Springer, Boston, MA. DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-4899-1939-7_11
18. Frijda, N. H. (1988). The laws of emotion. *American Psychologist*, 43(5), 349–358. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.43.5.349>
19. Geertz, Clifford. (1973). *The interpretation of cultures : selected essays*. New York: Basic Books,
20. Grice, H. P. (1975). *Logic and Conversation*. In P. Cole, & J. L. Morgan. (Eds.), *Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts* (pp. 41-58). New York: Academic Press.
21. Griffin E. (2011) *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill.
22. Gross, K. (2008). Framing Persuasive Appeals: Episodic and Thematic Framing, Emotional Response, and Policy Opinion. *Political Psychology*, 29(2), 169-192. Retrieved June 2, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/20447111>
23. Halliday, M. A. K. (1989). *Spoken and written language*. Oxford: Oxford University Press.

24. Halperin E., & Pliskin R. (2015) Emotions and emotion regulation in intractable conflict: Studying emotional processes within a unique context. *Political Psychology*, 36(Suppl 1), <https://doi.org/10.1111/pops.12236>
25. Hofstede, G. (1983) The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories. *Journal of International Business Studies*, 14, 75-89.
26. Holmes, J. and Schnurr, S. (2006), 'Doing femininity' at work: More than just relational practice¹. *Journal of Sociolinguistics*, 10: 31-51. doi:10.1111/j.1360-6441.2006.00316.x
27. Iyengar, S. (1991). Is anyone responsible? How television frames political issues. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226388533.001.0001>
28. Izard C. E (1992) Basic emotions, relations among emotions, and emotion-cognition relations. *Psychological Review*, 99(3), <https://doi.org/10.1037/0033-295X.99.3.561>
29. Johnson-Laird, P. N., & Oatley, K. (1989). The language of emotions: An analysis of a semantic field. *Cognition and emotion*, 3(2), 81-123.
30. Jung, C. G. (1972). *Four archetypes; mother, rebirth, spirit, trickster*. London: Routledge and K. Paul.
31. Kövecses, Zoltán. (1990). *Emotion Concepts*. 10.1007/978-1-4612-3312-1.
32. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press. 12.
33. Loseke, D. (2009). Examining Emotion as Discourse: Emotion Codes and Presidential Speeches Justifying War. *The Sociological Quarterly*, 50(3), 497-524. Retrieved January 18, 2020, from www.jstor.org/stable/40220142
34. Lowenthal L. Guterman N. American Jewish Committee & Mazal Holocaust Collection. (1949). *Prophets of deceit : a study of the techniques of the american agitator (First)*. Harper & Brothers.
35. Majid, A. (2012). The Role of Language in a Science of Emotion. *Emotion Review*, 4(4), 380–381. <https://doi.org/10.1177/1754073912445819>

36. Matsumoto, D. (1989). Cultural Influences on the Perception of Emotion. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 20(1), 92–105. <https://doi.org/10.1177/0022022189201006>
37. Minsky. M (1974) A Framework for Representing Knowledge: MIT-AI Laboratory Memo 306, June, 1974. Reprinted in *The Psychology of Computer Vision*, P. Winston (Ed.), McGraw-Hill, 1975. Shorter versions in J. Haugeland, Ed., *Mind Design*, MIT Press, 1981, and in *Cognitive Science*, Collins, Allan and Edward E. Smith (eds.) Morgan-Kaufmann, 1992 ISBN 55860-013-2]
38. Myss, Caroline. *Archetypes Who Are You?* 1st ed. Carlsbad: Hay House, 2013. Print.
39. Oatley, K. (2009). Communications to Self and Others: Emotional Experience and its Skills. *Emotion Review*, 1(3), 206–213. <https://doi.org/10.1177/1754073909103588>
40. Oatley, Keith & Johnson-Laird, P. (2014). Cognitive approaches to emotions. *Trends in cognitive sciences*. 18. 10.1016/j.tics.2013.12.004.
41. Oatley, Keith & Johnson-laird, P.. (1987). Towards A Cognitive Theory of Emotions. *Cognition and Emotion*. 1. 29-50. 10.1080/02699938708408362.
42. Renga, I.P., & Lewis, M.A. (2018). *Wisdom, Mystery, and Dangerous Knowledge: Exploring Depictions of the Archetypal Sage in Young Adult Literature*.
43. Russell, J. A. (2003). Core affect and the psychological construction of emotion. *Psychological Review*, 110(1), 145–172. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.110.1.145>
44. Schachter S., Singer J. (1962) Cognitive, social, and physiological determinants of emotional state. *Psychological Review*, 69(5), <https://doi.org/10.1037/h0046234>
45. Schnall, S. (2005). The Pragmatics of Emotion Language. *Psychological Inquiry*, 16(1), 28-31. Retrieved January 18, 2020, from www.jstor.org/stable/20447256
46. Searle, J. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
47. Stets, J.E. and Burke, P.J. (2000) Identity Theory and Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 63, 224-237. <https://doi.org/10.2307/2695870>

48. Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson Hall.
49. Wierzbicka, A. (1986). Human Emotions: Universal or Culture-Specific? *American Anthropologist*, 88(3), new series, 584-594. Retrieved from <http://www.jstor.org/lezh.tsu.edu.ge:2048/stable/679478> 20.
50. Wierzbicka, A. (1999). *Studies in emotion and social interaction: Second series. Emotions across languages and cultures: Diversity and universals*. New York, NY, US: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511521256> 21.
51. Wierzbicka, A., & Andor, J. (2009). Words in culture: An interview with Anna Wierzbicka. *Acta Linguistica Hungarica*, 56(2-3), 315-335. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/26190931>

ელექტრონული რესურსები

(ბოლო ვიზიტის თარიღი: 20.07.2022)

1. “Everything happens for a reason” and other lies I’ve loved
https://www.ted.com/talks/kate_bowler_everything_happens_for_a_reason_and_other_lies_i_ve_loved
2. 3 lessons on success from an Arab businesswoman
https://www.ted.com/talks/leila_hoteit_3_lessons_on_success_from_an_arab_businesswoman
3. 3 rules for better work-life balance
https://www.ted.com/talks/ashley_whillans_3_rules_for_better_work_life_balance
4. 3 secrets of resilient people
https://www.ted.com/talks/lucy_hone_3_secrets_of_resilient_people
5. 4 larger-than-life lessons from soap operas
https://www.ted.com/talks/kate_adams_4_larger_than_life_lessons_from_soap_operas
6. 8 secrets of success https://www.ted.com/talks/richard_st_john_8_secrets_of_success
7. A 3-part plan to take on extreme heat waves
https://www.ted.com/talks/eleni_myrivili_a_3_part_plan_to_take_on_extreme_heat_waves

8. A brain implant that turns your thoughts into text
https://www.ted.com/talks/tom_oxley_a_brain_implant_that_turns_your_thoughts_into_text
9. A feminine response to Iceland's financial crash
https://www.ted.com/talks/halla_tomasdottir_a_feminine_response_to_iceland_s_financial_crash
10. A feminist reimagining of Kenya's public transport
https://www.ted.com/talks/naomi_mwaura_a_feminist_reimagining_of_kenya_s_public_transport
11. A flavorful field guide to foraging
https://www.ted.com/talks/alexis_nikole_nelson_a_flavorful_field_guide_to_foraging/transcript
12. A kinder, gentler philosophy of success
https://www.ted.com/talks/alain_de_botton_a_kinder_gentler_philosophy_of_success
13. America's native prisoners of war
https://www.ted.com/talks/aaron_huey_america_s_native_prisoners_of_war
14. An invitation to reexamine your familiar world
https://www.ted.com/talks/gillian_tett_an_invitation_to_reexamine_your_familiar_world
15. An Olympic champion's mindset for overcoming fear
https://www.ted.com/talks/allyson_felix_an_olympic_champion_s_mindset_for_overcoming_fear
16. Are we in control of our own decisions?
https://www.ted.com/talks/dan_ariely_are_we_in_control_of_our_own_decisions/transcript
17. Better sybersecurity starts with honesty and accountability
https://www.ted.com/talks/nadya_bartol_better_cybersecurity_starts_with_honesty_and_accountability
18. Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2011, September 22). *archetype*. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/archetype>
19. Can we all "have it all"?
https://www.ted.com/talks/anne_marie_slaughter_can_we_all_have_it_all
20. Creative ways to get kids to thrive in school
https://www.ted.com/talks/olympia_della_flora_creative_ways_to_get_kids_to_thrive_in_school

21. Dare refuse origin myths that claim who you are
https://www.ted.com/talks/chetan_bhatt_dare_to_refuse_the_origin_myths_that_claim_who_you_are
22. Do schools kill creativity?
https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity
23. Doctors make mistakes. Can we talk about that?
https://www.ted.com/talks/brian_goldman_doctors_make_mistakes_can_we_talk_about_that
24. Documentary films that explore trauma – and make space for healing
https://www.ted.com/talks/almudena_toral_documentary_films_that_explore_trauma_and_make_space_for_healing
25. Don't regret regret https://www.ted.com/talks/kathryn_schulz_don_t_regret_regret
26. Dreams from endangered cultures
https://www.ted.com/talks/wade_davis_dreams_from_endangered_cultures
27. Every kid needs a champion
https://www.ted.com/talks/rita_pierson_every_kid_needs_a_champion
28. Flow, the secret to happiness
https://www.ted.com/talks/mihaly_csikszentmihalyi_flow_the_secret_to_happiness
29. How a "Hi Level" mindset helps you realize your potential
https://www.ted.com/talks/cordae_how_a_hi_level_mindset_helps_you_realize_your_potential/transcript
30. How changing your story can change your life
https://www.ted.com/talks/lori_gottlieb_how_changing_your_story_can_change_your_life
31. How great leaders inspire action
https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action/transcript
32. How healthy living nearly killed me
https://www.ted.com/talks/a_j_jacobs_how_healthy_living_nearly_killed_me
33. How mRNA medicine will change the world
https://www.ted.com/talks/melissa_j_moore_how_mrna_medicine_will_change_the_world
34. How not to take things personally https://www.youtube.com/watch?v=LnJwH_PZXnM

35. How reverse mentorship can help create better leaders
https://www.ted.com/talks/patrice_gordon_how_reverse_mentorship_can_help_create_better_leaders
36. How the worst moments in our lives make us who we are
https://www.ted.com/talks/andrew_solomon_how_the_worst_moments_in_our_lives_make_us_who_we_are
37. How to alter the perception of mental health care in Russia
https://www.ted.com/talks/olga_kitaina_how_to_alter_the_perception_of_mental_health_care_in_russia
38. How to avoid catching prickly emotions from other people
https://www.ted.com/talks/jessica_garza_how_to_avoid_catching_prickly_emotions_from_other_people
39. How to build your creative confidence
https://www.ted.com/talks/david_kelley_how_to_build_your_creative_confidence/transcript
40. How to discover your authentic self -- at any age
https://www.ted.com/talks/bevy_smith_how_to_discover_your_authentic_self_at_any_age/transcript
41. How to find work you love
https://www.ted.com/talks/scott_dinsmore_how_to_find_work_you_love/transcript
42. How to learn? From mistakes
https://www.ted.com/talks/diana_laufenberg_how_to_learn_from_mistakes
43. How to let go of being a good person – and become a better person
https://www.ted.com/talks/dolly_chugh_how_to_let_go_of_being_a_good_person_and_become_a_better_person/transcript
44. How to make hard choices
https://www.ted.com/talks/ruth_chang_how_to_make_hard_choices
45. How to speak up for yourself
https://www.ted.com/talks/adam_galinsky_how_to_speak_up_for_yourself
46. How to turn moments into momentum
https://www.ted.com/talks/renee_montgomery_how_to_turn_moments_into_momentum

47. How to write less but say more
https://www.ted.com/talks/jim_vandehei_how_to_write_less_but_say_more
48. How we can make racism solvable problem – and improve policing
https://www.ted.com/talks/dr_phillip_atiba_goff_how_we_can_make_racism_a_solvable_problem_and_improve_policing
49. How we can use hiring process to bring out the best in people
https://www.ted.com/talks/gil_winch_how_we_can_use_the_hiring_process_to_bring_out_the_best_in_people
50. I'm not your Asian stereotype https://www.youtube.com/watch?v=_pUtz75lNaw
51. In praise of slowness https://www.ted.com/talks/carl_honore_in_praise_of_slowness
52. Inside the mind of the master procrastinator
https://www.ted.com/talks/tim_urban_inside_the_mind_of_a_master_procrastinator/transcript
53. Let's crowdsource the world's goals
https://www.ted.com/talks/jamie_drummond_let_s_crowdsource_the_world_s_goals
54. Living beyond limit https://www.ted.com/talks/amy_purdy_living_beyond_limits
55. Looking for a job? Highlight your ability not your experience
https://www.ted.com/talks/jason_shen_looking_for_a_job_highlight_your_ability_not_your_experience
56. Looks aren't everything. Believe me, I am a model
https://www.ted.com/talks/cameron_russell_looks_aren_t_everything_believe_me_i_m_a_model/transcript
57. Muslim on the Airplane https://www.youtube.com/watch?v=UIAm1g_Vgn0&t=263s
58. My stroke of insight
https://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_my_stroke_of_insight/transcript
59. New data on the rise of women
https://www.ted.com/talks/hanna_rosin_new_data_on_the_rise_of_women
60. One year of turning the world inside out
https://www.ted.com/talks/jr_one_year_of_turning_the_world_inside_out
61. Our buggy moral code
https://www.ted.com/talks/dan_ariely_our_buggy_moral_code/transcript
62. Remember to say thank you
https://www.ted.com/talks/laura_trice_remember_to_say_thank_you

63. Stories of photographing monumental people -- from Michelle Obama to Stephen Hawking
https://www.ted.com/talks/platon_stories_of_photographing_monumental_people_from_michelle_obama_to_stephen_hawking
64. Success, failure and the drive to keep creating
https://www.ted.com/talks/elizabeth_gilbert_success_failure_and_the_drive_to_keep_creating
65. The (de)colonizing of beauty
https://www.ted.com/talks/sasha_sarago_the_de_colonizing_of_beauty
66. The battle between your present and future self
https://www.ted.com/talks/daniel_goldstein_the_battle_between_your_present_and_future_self/transcript
67. The beauty of the misfit
https://www.ted.com/talks/lidia_yuknavitch_the_beauty_of_being_a_misfit
68. The counterintuitive way to be more persuasive
https://www.ted.com/talks/niro_sivanathan_the_counterintuitive_way_to_be_more_persuasive
69. The courage to live with radical uncertainty
https://www.ted.com/talks/shekinah_elmore_the_courage_to_live_with_radical_uncertainty
70. The crime-fighting power of cross-border investigative journalism
https://www.ted.com/talks/bektour_iskender_the_crime_fighting_power_of_cross_border_investigative_journalism
71. The danger of a single story
https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript
72. The death of the universe – and what it means for life
https://www.ted.com/talks/katie_mack_the_death_of_the_universe_and_what_it_means_for_life
73. The good news on poverty (Yes, there's good news)
https://www.ted.com/talks/bono_the_good_news_on_poverty_yes_there_s_good_news
74. The happy secret to better work
https://www.ted.com/talks/shawn_achor_the_happy_secret_to_better_work/transcript

75. The hidden reason for poverty the world needs to address now
https://www.ted.com/talks/gary_haugen_the_hidden_reason_for_poverty_the_world_needs_to_address_now
76. The humans at the center of the US immigration debate
https://www.ted.com/talks/ali_noorani_the_humans_at_the_center_of_the_us_immigration_debate
77. The illusion of consciousness
https://www.ted.com/talks/dan_dennett_the_illusion_of_consciousness/transcript
78. The infinite alchemy of storytelling
https://www.ted.com/talks/zahra_al_mahdi_the_infinite_alchemy_of_storytelling
79. The journey through loss and grief
https://www.ted.com/talks/jason_b_rosenthal_the_journey_through_loss_and_grief
80. The mission to safeguard Black history in the US
https://www.ted.com/talks/julieanna_l_richardson_the_mission_to_safeguard_black_history_in_the_us/transcript
81. The paradox of choice https://www.ted.com/talks/barry_schwartz_the_paradox_of_choice
82. The power of introverts
https://www.ted.com/talks/susan_cain_the_power_of_introverts/transcript
83. The power of vulnerability
https://www.ted.com/talks/brene_brown_the_power_of_vulnerability/transcript
84. The profound power of gratitude and "living eulogies"
https://www.ted.com/talks/andrea_driessen_the_profound_power_of_gratitude_and_living_eulogies
85. The search for microscopic aliens
https://www.ted.com/talks/sarah_rugheimer_the_search_for_microscopic_aliens
86. The surprising science of happiness
https://www.ted.com/talks/dan_gilbert_the_surprising_science_of_happiness/transcript
87. The worldwide web of belief and ritual
https://www.ted.com/talks/wade_davis_the_worldwide_web_of_belief_and_ritual
88. Three things I learned while my plane crashed
https://www.ted.com/talks/ric_elias_3_things_i_learned_while_my_plane_crashed

89. To accomplish great things you need to “let the paint dry”
https://www.ted.com/talks/daniel_j_watts_to_accomplish_great_things_you_need_to_let_the_paint_dry
90. Want to truly succeed? Lift others up while you climb
https://www.ted.com/talks/amber_hikes_want_to_truly_succeed_lift_others_up_while_you_climb
91. We don’t “move on” from grief. We move forward with it.
https://www.ted.com/talks/nora_mcinerny_we_dont_move_on_from_grief_we_move_forward_with_it
92. What happens when you lose everything
https://www.ted.com/talks/david_hoffman_what_happens_when_you_lose_everything
93. What makes a good life? Lessons from the longest study
https://www.ted.com/talks/robert_waldinger_what_makes_a_good_life_lessons_from_the_longest_study_on_happiness/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_talks_of_all&language=en
94. What makes life worth living in the face of death
https://www.ted.com/talks/lucy_kalanithi_what_makes_life_worth_living_in_the_face_of_death
95. **What your doctor won’t disclose**
https://www.ted.com/talks/leana_wen_what_your_doctor_wont_disclose
96. Why art is a tool for hope https://www.ted.com/talks/jr_why_art_is_a_tool_for_hope
97. Why people believe they can’t draw
https://www.ted.com/talks/graham_shaw_why_people_believe_they_cant_draw/transcript
98. Why violence clusters in cities -- and how to reduce it
https://www.ted.com/talks/thomas_abt_why_violence_clusters_in_cities_and_how_to_reduce_it
99. Why we have too few women leaders
https://www.ted.com/talks/sheryl_sandberg_why_we_have_too_few_women_leaders

100. Why we ignore obvious problems – and how to act on them
https://www.ted.com/talks/michele_wucker_why_we_ignore_obvious_problems_and_how_to_act_on_them/transcript

101. Your elusive creative genius
https://www.ted.com/talks/elizabeth_gilbert_your_elusive_creative_genius