



International Journal of Social Sciences

Caucasus International University
Volume 3, Issue 1

Journal homepage: <http://journal.ciu.edu.ge/>

DOI: <https://doi.org/10.55367/TAIO2689>



Communication problems in agriculture - analysis of sources

Irma Tcholadze¹

PhD student, Caucasus International University

ABSTRACT

The field of agriculture in Georgia is centuries old. For more than 2,000 years, agriculture as a field in our country has not lost its relevance and importance. In recent years, the significance of the area has increased as the Earth has faced the problem that people may face a shortage of food supplies. The issue of food security and the difficult choice for consumers between organic and genetically modified food led humanity to emphasise the importance of agriculture as a sector and promote its development. The development of agriculture, like other fields, is unimaginable without communication. Before we study the situation of Georgian entrepreneurs in terms of possession and use of communication skills, it is necessary to investigate whether there are scientific works in this direction and what conclusions and recommendations researchers offer in these works.

The present work is based on qualitative methodology, namely, desk research. We studied the scientific articles published in refereed and licensed international journals which are related to the topic of agro-communication. By analysing the current situation, we came to certain conclusions. Our main goal was to identify existing problems of communication in the field of agriculture, for which we used methods of data collection and analysis. In total, we examined five foreign scientific articles and 1 Georgian textbook. To collect data, we used international scientific databases, where we searched for a few exciting articles by referring to keywords in English. We encountered some difficulty in data collection related to the need for more scientific publications on our research topic.

The studies we reviewed confirm the importance of communication skills in the development of the field. According to studies, in addition to communication skills, agro-communicators must have basic knowledge of the field-agriculture itself and such personal and professional qualities as reliability, responsibility, ethics, writing skills, oral communication skills, conflict resolution and teamwork skills. It is also essential to know the skills of working in social networks.

Keywords: *agricultural communication; agriculture and social Media; agricultural communication.*

¹ Irma.tcholadze@ciu.edu.ge

კომუნიკაციის პრობლემები სოფლის მეურნეობაში-წყაროების ანალიზი

ირმა ჭოლაძე

დოქტორანტი, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი

ა ბ ს ტ რ ა ქ ტ ი

საქართველოში სოფლის მეურნეობის დარგი საუკუნეებს ითვლის. 2 ათას წელზე მეტია, რაც ჩვენს ქვეყანაში სოფლის მეურნეობას, როგორც დარგს, არ დაუკარგავს აქტუალობა და მნიშვნელობა. ბოლო წლებში დარგის აქტუალობა გაიზარდა, რადგან დედამიწა დადგა პრობლემის წინაშე, როდესაც ადამიანებს შესაძლოა სურსათით მომარაგების დეფიციტი დაუდგეთ. სასურსათო უსაფრთხოების პრობლემამ და მომხმარებელთათვის გართულებულმა არჩევანმა ორგანულ და გენმოდირეცირებულ საკვებს შორის, კაცობრიობა სოფლის მეურნეობის, როგორც დარგის მნიშვნელობის ხაზგასმისა და მისი განვითარებისთვის ხელშეწყობის გადაწყვეტილებამდე მიიყვანა. სოფლის მეურნეობის დარგის განვითარება კი, ისევე როგორც სხვა დარგების, წარმოუდგენელია კომუნიკაციის გარეშე. ვიდრე შევისწავლით თუ რა მდგომარეობაა ქართველ მეწარმეებში საკომუნიკაციო უნარების ფლობის და გამოყენების თვალსაზრისით, აუცილებელია გამოვიკვლიოთ არსებობს თუ არა სამეცნიერო შრომები ამ მიმართულებით და რა რეკომენდაციებს გვთავაზობენ აღნიშნულ ნაშრომებში მკვლევრები.

წინამდებარე ნაშრომი ეყრდნობა თვისებრივ მეთოდოლოგიას, კერძოდ, ე.წ. სამაგიდო კვლევას. ჩვენ შევისწავლეთ რეფერირებად და ლიცენზირებულ საერთაშორისო ჟურნალებში გამოქვეყნებული სამეცნიერო სტატიები, რომლებიც აგროკომუნიკაციის თემას ეხება. აქამდე არსებული ვითარების ანალიზით კი მივედით გარკვეულ დასკვნებამდე. ჩვენი მთავარი მიზანი იყო სოფლის მეურნეობის დარგის კომუნიკაციის აქტუალური პრობლემების გამოვლენა, რისთვისაც გამოვიყენეთ მონაცემთა შეგროვებისა და ანალიზის მეთოდები. ჯამში გამოვიკვლიეთ 5 უცხოური სამეცნიერო სტატია და 1 ქართული სახელმძღვანელო. მონაცემთა შესაგროვებლად გამოვიყენეთ საერთაშორისო სამეცნიერო ბაზები, სადაც საკვანძო სიტყვების ინგლისურ ენაზე მითითებით მივაკვლიეთ რაოდენობრივად ცოტა, თუმცა საინტერესო სტატიებს. მონაცემების შეგროვებისას გარკვეულ სირთულეს წავაწყდით, რაც უკავშირდებოდა ჩვენს საკვლევ თემაზე სამეცნიერო პუბლიკაციების სიმწირეს.

ჩვენს მიერ მიმოხილული კვლევები ადასტურებს საკომუნიკაციო უნარების მნიშვნელობას დარგის განვითარებაში. კვლევების თანახმად კომუნიკაციის უნარის გარდა აგროკომუნიკატორებს მოეთხოვებათ თავად დარგის-სოფლის მეურნეობის შესახებ საბაზისო ცოდნა და ისეთი პიროვნული და პროფესიული თვისებები, როგორცაა

საიმედოობა, პასუხისმგებლობა, ეთიკა, წერის, ზეპირად კომუნიკაციისა და გუნდური მუშაობის, ასევე სოციალურ ქსელებში მუშაობის უნარები.

საკვანძო სიტყვები: აგროკომუნიკაცია; სოფლის მეურნეობა და სოციალური მედია; სასოფლო-სამეურნეო კომუნიკაცია.

1. შესავალი

ჩვენი კვლევის მიზანია შევისწავლოთ კომუნიკაციის რა ფორმებს ანიჭებენ უპირატესობას სოფლის მეურნეობის დარგში და რა აქტუალური პრობლემებია დარგის კომუნიკაციაში, რომელთა აღმოფხვრა დარგის განვითარების ერთგვარი წინაპირობა იქნება სამომავლოდ. სოფლის მეურნეობის დარგი ჩვენი ქვეყნისთვის ერთ-ერთი წამყვანი დარგია და მისი განვითარება პირდაპირ კავშირშია არა მხოლოდ ქვეყნის ეკონომიკურ წინსვლასთან, არამედ მოსახლეობის ფიზიკურ ჯანმრთელობასთან. ბოლო წლებში სოფლის მეურნეობაში გენმოდირიფიცირებული და მავნე ნივთიერებებით გაჯერებული პროდუქციის ზრდამ გამოკვეთა საჭიროება ჯანსაღი პროდუქტის მოყვანისა და კვების რაციონში მისი წილის გაზრდის შესახებ. შესაბამისად, დარგი, რომელიც ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკური წინსვლისა და მოსახლეობის ჯანმრთელობის საწინდარია, პრიორიტეტული გახდა. მისი განვითარება კი დიდწილად სწორად და ნაყოფიერად წარმართულ კომუნიკაციაზე დამოკიდებული. სწორედ ამიტომ, საინტერესოა დარგის კომუნიკაციაში არსებული პრობლემების იდენტიფიცირება, რომელიც აქამდე შექმნილი სამეცნიერო ნაშრომების შესწავლისა და ანალიზის საფუძველზე მოვახდინეთ. კვლევამ აჩვენა, რომ პრობლემები არსებობს და ისინი სოფლად ინტერნეტით სარგებლობისა და სოციალურ ქსელში ოპერირების უნარების არცოდნას, ან არასაკმარის ცოდნას უკავშირდება; არის შემთხვევები, როდესაც ინტერნეტთან წვდომა არ აქვთ მეწარმეებს, რაც მათ კომუნიკაციას ავიწროვებს და მეტიც ახშობს; აგროკომუნიკატორთათვის საჭირო უნარებად მხოლოდ საკომუნიკაციო უნარების არსებობა არ სახელდება, არამედ დარგის სპეციფიკისა და ტერმინების ცოდნა, საზოგადოებასთან ურთიერთობის ხელოვნებისა და ისეთი უნარების ქონა, როგორებიცაა გუნდური მუშაობისა და კონფლიქტების მოგვარების უნარები.

კვლევის ღირებულება გამოიხატება ისეთი სამეცნიერო ნაშრომის შემქნაში, სადაც გაანალიზებულია აქამდე არსებული ღირებული და მნიშვნელოვანი სამეცნიერო ნაშრომები, რომლებიც გვიქმნის წარმოდგენს აგროკომუნიკაციაში არსებული პრობლემების და მათი მოგვარების გზების შესახებ. რაც ასევე ერთგვარი საფუძველია ჩვენი სადოქტორო ნაშრომისთვის, სადაც გავაანალიზებთ საქართველოში მოღვაწე წვრილი,

საშუალო და მსხვილი მეწარმეების საკომუნიკაციო უნარებს და აგროკომუნიკაციის ფორმებს თანამედროვე ქართული მედიის მაგალითზე.

კვლევა გვიჩვენებს, რომ თემის შესწავლის აქამდე არსებული მდგომარეობა არც თუ ისე საფუძვლიანი და მრავლისმომცველია. მეტიც, აგროკომუნიკაციის შესახებ ქართული სამეცნიერო სტატიები არ არსებობს. ჩვენი შრომა არის ერთგვარი პირველი ნაბიჯი, ერთად მოუყაროს თავი უცხოურ კვლევებს, რათა შემდგომ საკითხით დაინტერესებულ მკვლევარებს უკვე ჰქონდეთ მზა მასალა, რომელიც აჯამებს სოფლის მეურნეობის კომუნიკაციის აქტუალურ პრობლემებს და გამოწვევებს.

2. თეორიები და მეთოდები

წინამდებარე კვლევისთვის გამოვიყენეთ თვისობრივი კვლევის მეთოდი. უფრო კონკრეტულად კი ჩავატარეთ ე.წ. სამაგიდო კვლევა. როგორც მოგეხსენებათ, ეს არის ე.წ. მეორეული ინფორმაცია, რომელიც შეგვიძლია შევაგროვოთ ხელმისაწვდომი წყაროებიდან და გავაანალიზოთ. სამაგიდო კვლევა ეფუძნება სხვადასხვა წყაროს, რაც მკვლევარს საშუალებას აძლევს მიიღოს დიდი რაოდენობით მონაცემები, შეადაროს ისინი ერთმანეთს და გააანალიზოს შედეგები.

კვლევის ფარგლებში, პირველ რიგში, ვიპოვეთ სამეცნიერო ნაშრომები, რომლებიც ეძღვნება სოფლის მეურნეობის კომუნიკაციის საკითხს. ამისთვის კი ჩვენს მიერ ზემოთ ჩამოთვლილი საკვანძო სიტყვების საშუალებით საერთაშორისო სამეცნიერო ბაზებში მოვიძიეთ სამეცნიერო ნაშრომები ინგლისურ და ქართულ ენებზე, ვთარგმნეთ (ინგლისურიდან) და მოვახდინეთ მათი ანალიზი. ჩვენს მიერ გამოკვლეული სამეცნიერო შრომები ჩამოთვლილი გვაქვს ბიბლიოგრაფიაში. ვფიქრობთ, სტატიაში მიმოხილული სამეცნიერო ნაშრომები რეალურ სურათს ქმნის დარგში არსებულ პრობლემებთან დაკავშირებით და ასევე, მეტნაკლებად, მათი აღმოფხვრის რეკომენდაციებსაც გვამლევს.

ჩვენს მიერ საერთაშორისო სამეცნიერო ბაზებში მოძიებული სამეცნიერო შრომები ღირებული და საინტერესოა. მათი გაცნობის შემდეგ სტატიების ძირითადი მიგნებები და შედეგები გადმოცემული გვაქვს ჩვენს სამეცნიერო ნაშრომში.

წარმოდგენილი სამეცნიერო ნაშრომის თემა კომუნიკაციის საკითხია. ჩვენი კვლევის თეორიულ საფუძველი კი კომუნიკაციის შესახებ პოსტმოდერნისტული თეორიებია, რომლებშიც მეცნიერებმა მეტ-ნაკლებად სწორად იწინასწარმეტყველეს კომუნიკაციის ის ფორმები, რომლებსაც ჩვენ დღეს ვხედავთ.

იურგენ ჰაბერმასის, დანიელ ბელისა და ჟან ბოდრიარის სოციოლოგიური შეხედულებები-პოსტმოდერნისტული თეორიები ჩვენთვის საინტერესოა, რადგან სწორედ ზემოთ ჩამოთვლილი მეცნიერების შეხედულებების თანახმად, ინფორმაციამ მთავარი როლი იკისრა და ინფორმაციის სიზუსტე ექვემდებარება ბევრმა ფაქტორმა დააყენა. ამერიკელი სოციოლოგის დანიელ ბელის შეხედულების მიხედვით, ² თუ ინდუსტრიამდელ საზოგადოებაში მთავარი ფიზიკური ძალა იყო, ინდუსტრიულ საზოგადოებაში ძალა ჩაანაცვლა მანქანამ, ინდუსტრიულში ეს მთავარი როლი, ბელის თქმით, ინფორმაციამ დაიკავა. ამ საზოგადოებაში კი, თავის მხრივ, კვალიფიკაციის მნიშვნელობა გაიზარდა, აქვე მნიშვნელოვანი გახდა ის, თუ რას ითხოვს კლიენტი. სოფლის მეურნეობის სფეროში ინფორმაციის როლი ბოლო წლებში მნიშვნელოვნად გაიზარდა. გაიზარდა მოთხოვნა კვალიფიციურ კადრზე და ასევე გაიზარდა კლიენტის მოთხოვნილების შესაბამისად პროდუქციის წარმოება და მიწოდება. ამერიკელი მეცნიერის შეხედულება ჩვენი ნაშრომისთვის ერთ-ერთი მთავარი თეორიაა.

გერმანელი მეცნიერის იურგენ ჰაბერმასის ნაშრომის „თანამედროვეობა პოსტთანამედროვეობის წინააღმდეგ“ ³ თანახმად, ყოველდღიური ცხოვრება და პრაქტიკა ცალსახად ძირითადია. მეცნიერი არ არის მომხრე უარი ეთქვას თანამედროვეობას, მეტიც, ის საუბრობს მათ შეცდომებზე, ვინც უარყოფს ამ თანამედროვეობას. ჰაბერმასის შეხედულება და თეორია იმის შესახებ, რომ ყოველდღიური ცხოვრება და პრაქტიკა არის უმთავრესი, ძალიან ცხადი და სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი გახდა კოვიდპანდემიის დროს, როდესაც მეწარმეებს კარგად აპრობირებული და გათავისებული უნარები პროდუქციის სარეალიზაციოდ აღარაფერში გამოადგათ. ისინი დილემის წინაშე აღმოჩნდნენ და მათთვის სწორედ ყოველდღიურ ცხოვრებაში მიღებულ პრაქტიკაზე დაყრდნობით შექმნილი უნარები უფრო დაფასდა, ვიდრე ის ათობით წლის მანძილზე შექმნილი და უკვე ჩვევაში გადაზრდილი უნარები, რომლებიც თითქმის დავიწყებას მიეცა... ჩვენი კვლევისთვის დასაყრდენი ასევე ერთ-ერთი მთავარი თეორია ფრანგ მეცნიერს ჟან ბოდრიარს ეკუთვნის, ⁴ რომელიც დაუჯერებელია, რომ დღეს არ დაიწერა, რადგან ასე ცხადად და ზუსტად აღწერა მეცნიერმა ის სურათი, რაშიც დღეს ცხოვრობს თანამედროვე საზოგადოება. ბოდრიარის თანახმად ადამიანების ცხოვრება ტელევიზიაში, ხოლო ტელევიზია ცხოვრებაში გაითქვიფა. მეცნიერი ამბობს, რომ სამყარო მითიურმა ამბებმა მოიცვა და ზღვარი რეალურად მომხდარ ამბავსა და გამოგონილს შორის წაშლილია. ადამიანი დაღალა 1 კონკრეტული ფაქტის შესახებ სხვადასხვა საინფორმაციო არხებიდან ამბის სხვადასხვა ვერსიების მოსმენამ. ბოდრიარის ერთგვარი წინასწარმეტყველება

² ამირან ბერძენიშვილი. 2019. „თანამედროვე სოციოლოგიური თეორიები“. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა.

³ იქვე.

⁴ იქვე.

კომუნიკაციის სფეროსაც ეხება. ინფორმაცია, რომელსაც სხვადასხვა მედიასაშუალებებიდან 1 კონკრეტული ფაქტის ან პროდუქტის შესახებ იღებენ მეწარმეები ხშირ შემთხვევაში სრულიად განსხვავებულია. მითიური ამბების და რეალობის გარჩევის შესაძლებლობა კი თითქმის არ არსებობს. დეზინფორმაციის შედეგი კი არა მხოლოდ მეწარმე, არამედ მომხმარებელიც არის.

ჟან ბოდრიარის „სიმულაკრას თეორია“⁵ ამბობს, რომ სიმულაცია ნიშნავს იმას, რომ გქონდეს ის, რაც არ გაქვს. მეცნიერის თანახმად, სიმულაცია არ არის უბრალოდ მოჩვენება-ვინც ავადმყოფობის სიმულაციას ახდენს, ის საკუთარ თავში ავადმყოფობის ზოგიერთ სიმტომს აწარმოებს. შესაბამისად რთული ხდება სიმართლის გამოცნობა. სიმულაცია საფრთხეს უქმნის ჭეშმარიტსა და ცრუს, რეალურსა და წარმოსახვითს შორის განსხვავების პოვნას. ჭეშმარიტსა და ცრუს შორის განსხვავების პოვნის შესაძლებლობა განსაკუთრებით კოვიდ პანდემიამ გაართულა. როდესაც ადამიანები ჯანმრთელობისა და სიცოცხლის გადასარჩენად უზღვავენ ინფორმაციას იღებდნენ, მათ შორის ვირუსის დამარცხების პროცესში სოფლის მეურნეობის პროდუქტების მნიშვნელობაზე. ამ უზღვავენ ინფორმაციაში კი ტყუილისა და სიმართლის გარჩევა უტოპიად იქცა.

წყაროებისა და ლიტერატურის ანალიზი

სამეცნიერო სტატიაში „სასოფლო-სამეურნეო კომუნიკაციები: პერსპექტივები ექსპერტებისგან“⁶ ავტორები სასოფლო-სამეურნეო კომუნიკატორებისთვის საჭირო უნარ-ჩვევებად არა მხოლოდ კომუნიკაციების ხელოვნების ტექნიკურ ცოდნას ასახელებენ, არამედ ამბობენ, რომ კომუნიკატორებისთვის აუცილებელია ჰქონდეთ ზოგადი ცოდნა სოფლის მეურნეობის, როგორც დარგის შესახებ. ვფიქრობ ადნიშნული მოსაზრება არის სწორი და ამა თუ იმ დარგში კომუნიკაციის მიმართულებით მუშაობა მოითხოვს ადნიშნული დარგის შესახებ ზოგადი ცოდნის ქონას. მითუმეტეს თუ ეს დარგი არის ისეთი სპეციფიკური, როგორც სოფლის მეურნეობა, სადაც გვხვდება სპეციფიკური ტერმინები და მათი ცოდნის გარეშე, ბუნებრივია ნიუსების, ანონსების და პრესრელიზების მომზადება გაჭირდება. წარმატებული კომუნიკაციის პირობად მკვლევარები აუდიტორიის იდენტიფიცირებას, შეტყობინებების მიზნობრივად შემუშავებას და მიწოდებას თვლიან. მათივე აზრით, სოფლის მეურნეობის კომუნიკატორის პროფესიული უნარ-ჩვევები ნდობის მოპოვება, პასუხისმგებლობა და კრიტიკულად აზროვნების უნარი უნდა იყოს. ჩვენი მოსაზრებით, აუდიტორიის იდენტიფიცირება და მათი მოთხოვნილებების შესაბამისად

⁵ Jean Baudrillard “Simlakra and Simulations”

https://web.stanford.edu/class/history34q/readings/Baudrillard/Baudrillard_Simulakra.html

⁶ Fawn Kurtzo, Maggie Jo Hansen, K.Jill Rucher, Leslie D. Edgar. 2016.

პროდუქციის მიწოდება, ასევე მომხმარებლის და პარტნიორი მეწარმეების მხრიდან ნდობის მოპოვება არის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი არა მხოლოდ სოფლის მეურნეობის, არამედ ზოგადად კომუნიკაციისა და პიარის სფეროს ყველა წარმომადგენლისთვის, შესაბამისად ჩვენი მოსაზრებით მკვლევარების რეკომენდაცია მართებული და სწორია.

სამეცნიერო ჟურნალში „სოფლის მეურნეობის განათლების ჟურნალში“ გამოქვეყნებულ სტატიაში “სასოფლო-სამეურნეო კომუნიკაციის უნარები და სასურველი ცოდნა”⁷ მკვლევარები წერენ, რომ დამსაქმებლები აგროკომუნიკატორებისგან მოითხოვენ, როგორც წერილობით, ისე ზეპირი კომუნიკაციის უნარებს. რა თქმა უნდა, თუ წერითი უნარები მათ დაეხმარებათ პრესრელიზების, ანონსებისა და ნიუსების მომზადებაში, ზეპირი კომუნიკაციის უნარი არანაკლებ მნიშვნელოვანია და ეს უნარი აგროკომუნიკატორს (ან ასეთი პოზიციის არარსებობის შემთხვევაში თავად მეწარმეს) აუცილებლად გამოადგება პროდუქციის რეალიზაციისთვის, ახალი ცოდნის მიღებისთვის და კონფერენციებში, ან სხვა შეხვედრებში მონაწილეობისას. სამეცნიერო სტატიის ავტორების აზრით, ა.შ.შ.-ში არსებული სასოფლო-სამეურნეო საკომუნიკაციო პროგრამების თანახმად აგროკომუნიკატორთათვის სასურველი უნარ-ჩვევები ე.წ. რბილ უნარებს მოიცავს. რბილ უნარებში ავტორები აერთიანებენ ვებ-გვერდის დიზაინის შექმნის, ნიუსებისა და ფოტოების განთავსების უნარს. ამავე დროს, ავტორები დასძენენ, რომ მნიშვნელოვანი და აუცილებელია მათ გამოუმუშავდეთ ისეთი საჭირო უნარები, როგორებიცაა საიმედოობა, პასუხისმგებლობა, კონფლიქტის მოგვარების უნარი და ეთიკა. ამ ჩამოთვლილი უნარების გამომუშავებისთვის კი სტაჟირების პროგრამებში მონაწილეობას და გუნდურ პროექტებში ჩართულობას ასახელებენ. ყველა ამ უნარის საჭიროება მკვლევარების აზრით გარდაუვალია, თუმცა პირველ ადგილზე, კვლევის თანახმად, წერის უნარი გამოვლინდა. ჩვენ ვეთანხმებით მკვლევარებს, რომ რბილ უნარებთან ერთად მნიშვნელოვანია ყველა ზემოთჩამოთვლილი უნარი, მაგრამ, ვინაიდან, ჩვენს ქვეყანაში წვრილი და საშუალო მეწარმეები ვერ ახერხებენ კომუნიკაციისთვის აიყვანონ თანამშრომელი და ამ საქმიანობას თავად ითავსებენ, სწორედ მათი გადამზადება უნდა მოხდეს საკომუნიკაციო უნარების გამომუშავებისთვის დაგეგმილ სპეციალურ ტრენინგებზე, სადაც ასევე მათ სპეციალისტი წერის უნარის ჩამოყალიბებაშიც დაეხმარება. ვთვლით, რომ დღეს, როდესაც კოვიდპანდემიის პირობებში სრულიად შეიცვალა ათასობით წლების მანძილზე აპრობირებული საკომუნიკაციო გზები და მეწარმეებს თავიანთი პროდუქციის რეალიზაციისთვის მოუხდათ სოციალურ ქსელებში გადანაცვლება და სოციალური მედიის გამოყენება საკომუნიკაციოდ, სწორედ ეს თვისებები და უნარები ესაჭიროებათ თანამედროვეობისთვის ფეხის ასაწყოზად.

⁷ Jessica Corder, Erica Irlbeck. 2018. „Agricultural Communications Skills, Abilities And Knowledge Desired By Employers Compared To Current Curriculum: A Literary Review“. Journal of Agricultural Education.

„მცირე ბიზნესისა და საწარმოთა განვითარების ჟურნალში“ გამოქვეყნებულ სტატიაში „სოციალური მედია, როგორც სამეწარმეო შესაძლებლობა სოფლის მეურნეობაზე დაფუძნებული საწარმოებისთვის“⁸ ავტორები გვთავაზობენ ანალიზს, თუ რამდენად აქტიურად გამოიყენება სოციალური მედია სოფლის მეურნეობის დარგის კომუნიკაციისთვის. კვლევის ავტორების თქმით, სოციალური მედია მისი მასობრივი გავლენის წყალობით, ყველა სხვა ტრადიციული მედიისგან განსხვავებით, დაინტერესებული მხარეების ჩართვისა და სამეწარმეო საქმიანობის უკეთ განვითარების შესაძლებლობას იძლევა. ნაშრომის მიხედვით, სოციალური მედიის გამოყენების თვალსაზრისით არსებობს დაბრკოლებები და მკვლევარები იმავე სტატიაში აყალიბებენ რეკომენდაციას, რომლის თანახმადაც, საჭიროა მობილური ტელეფონების ქსელის გაზრდა სოფლების ტერიტორიებზე, რადგან ფერმერებს შორის ყველაზე პოპულარული კომუნიკაციის საშუალება არის ისეთი სოციალური ქსელები, როგორცაა Facebook, Twitter, WhatsApp და ა.შ. რომლებსაც დარგის წარმომადგენლები სწორედ მობილური ტელეფონების საშუალებით უკავშირდებიან. შესაბამისად, ავტორების შეხედულებით სოციალური მედია არის მნიშვნელოვანი საშუალება სოფლის მეურნეობაზე დაფუძნებული წარმოებისთვის, რათა გაუმჯობესდეს მათი საქმიანობა.

მკვლევარები მიდიან დასკვნამდე, რომ სოციალური მედიის გამოყენება სოფლის მეურნეობის მარკეტინგში გაიზარდა და ფერმერები კომუნიკაციას ძირითადად მობილური ტელეფონების საშუალებითა და გამოყენებით ახდენენ. სოფლის მეურნეობის სფეროში სოციალური მედიის მარკეტინგი კი სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გაყიდვის დიდ შესაძლებლობას იძლევა; ასევე დადებითი გავლენა აქვს მომხმარებელთან ურთიერთობაზე.

ჩვენი მოსაზრებით, სამეცნიერო სტატიაში ავტორების მიერ ჩამოყალიბებული რეკომენდაცია რელევანტურია და თუ საქართველოს მაგალითზე განვიხილავთ, ჩვენს შემთხვევაში უპრიანი იქნება ჩატარდეს გარკვეული ტრენინგები სოფლად მცხოვრები მეწარმეებისთვის, სადაც მათ სოციალური ქსელების მოხმარებას შეასწავლიან.

სამეცნიერო სტატიაში „A Study on Role of Social Media in Agriculture Marketing and its Scope“⁹ ავტორები Bite Bhalchandra Balkrishna, Dr. Anand A. Deshmukh საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების, მათ შორის მობილური ტელეფონების პოტენციალს და ახალ სიცოცხლისუნარიანობას განიხილავენ სოფლის მეურნეობის, როგორც დარგის

⁸ Win Morrays, Penri James. 2017. “Social media, an entrepreneurial opportunity for agriculture-based enterprises”. Journal of Small Business and Enterprise Development.

⁹ Bite Bhalchandra Balkrishna, Anand A. Deshmukh. 2017. „A Study on Role of Social Media in Agriculture Marketing and its Scope“. Global Journal of Management and Business Research: E Marketing.

განვითარებაში. ავტორების თქმით, ახალი ინსტრუმენტების გამოყენება ახალი უნარების სწავლას მოითხოვს.

მეცნიერების შეხედულებით, სოციალური მედია აგროკომუნიკაციის მთავარი არხი და ინსტრუმენტი ხდება. კვლევის შედეგის თანახმად, სოციალური მედია არის სფერო რომელიც ახდენს ფერმერის დროისა და ფინანსების დაზოგვას ახალი ინფორმაციის მოპოვების პროცესში. ამასთან ორმხრივი კომუნიკაციის გაზრდა დამოკიდებულია სოფლად მობილური ტელეფონების ქსელის გაზრდაზე.

სტატია გვაძლევს ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ რა როლი აქვს ა.შ.შ.-ში სოციალურ მედიას აგროკომუნიკაციაში.

ასევე დავინტერესდით ზოგადად მასმედიის როლით სოფლის მეურნეობის განვითარებაში და ამ საკითხთან დაკავშირებით გავანალიზეთ სამეცნიერო სტატია, რომელიც საქართველოში არსებული ვითარების შესახებ გვაწვდის ინფორმაციას.

სამეცნიერო სტატიაში „მედია ბაზრის განვითარება-სოფლის მეურნეობის სიმწრის პრობლემების აღმოსაფხვრელად“¹⁰ ავტორები ეყრდნობიან ალიანსების პროგრამას ALCP, რომელიც მეცხოველეობის ბაზარზე მომუშავე საბაზრო სისტემის განვითარების პროგრამაა და რომელიც შვეიცარიის განვითარების თანამშრომლობის პროექტია. პროექტის მიზანი მწარმოებლების შემოსავლების გაზრდა იყო და ინფორმაციაზე ორიენტირი არ კეთდებოდა, თუმცა ბაზრის დიაგნოსტიკის შემდეგ გაირკვა, რომ ინფორმაციის უკეთ წვდომის შემთხვევაში სასოფლო მეურნეობები შეძლებდნენ ზარალის შემცირებას და პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებას, რაც მათ მიერ გაყიდული სარეალიზაციო საქონლის რაოდენობას და ფასს გაზრდიდა. აღნიშნული მიგნების შემდეგ ALCP მ დაიწყო მონაცემების შეგროვება, იმის შესახებ, თუ საიდან იღებენ ინფორმაციას ფერმერები.

კვლევამ აჩვენა, რომ მამრობითი სქესის ფერმერებმა და მეფუტკრეებმა სასოფლო-სამეურნეო ინფორმაციის დიდი წილი მეგობრებისგან, მეზობლებისგან და ახლობლებისგან ე.წ. ბირჟაზე მიიღეს. კვლევაში მონაწილე ქალებიც და მამაკაცებიც სასოფლო-სამეურნეო ამბებს ტელევიზორში კი უყურებდნენ, მაგრამ გადაცემების კონტენტი დაბალი ხარისხის იყო, რამაც გამოავლინა მედიასაშუალებებში სასოფლო-სამეურნეო დარგის გაშუქებისა და მომზადებული მასალების მაღალი ხარისხის საჭიროება. ALCP -ს ხედვის თანახმად, უნდა გააუმჯობესდეს სასოფლო-სამეურნეო ინფორმაციაზე წვდომა. მედია სუბიექტებმა კი ხარისხიანი ინფორმაცია გადასცენ, რომელიც ფერმერების საჭიროებებს პასუხობს. მხარდაჭერა, რომელიც პროგრამის ფარგლებში რეგიონულ მედიასაშუალებებს აღმოუჩინეს

¹⁰ Rachel Shah, Kate Fogelberg. “Developing Media Markets to Address Agricultural Constraints A case Study from the ALCP Georgia”. “Springfield Centre”. 2019.January.

(ტექნიკური აღჭურვილობა, ტექნიკური ჩვევები და შესაბამისი ბმულების მიწოდება) ნაყოფიერი აღმოჩნდა-რეიტინგები და ჩართულობა მნიშვნელოვნად გაიზარდა, ფერმერებმა კი მიიღეს გარკვეული ცოდნა.

პროგრამა, როგორც ზემოთ აღვიშნეთ, არ ითვალისწინებდა მედიის მუშაობის გაუმჯობესებას, მაგრამ კვლევისას აღმოჩნდა, ეს აუცილებელი ნაბიჯი იყო. 2008 წელს, როდესაც პროგრამა დაიწყო, საქართველოში აგრარული ჟურნალისტიკა არ არსებობდა. ამის შემდეგ პროგრამამ „ჟურნალისტიკის რესურსცენტრს“ აგროჟურნალისტიკის მოდულის შემუშავებაში პარტნიორობა გაუწია და კვლევის გამოქვეყნების დროისთვის აღნიშნული მოდული სასწავლო პროცესში 14-მა ქართულმა უმაღლესმა სასწავლებელმა ჩართო ან ჩართვის პროცესში იყო. მკვლევარები ამბობენ, რომ ALCP -მა შეძლო და მნიშვნელოვნად შეცვალა მედია-ლანდშაფტი საქართველოში. სწორედ ALCP -ის ხელშეწყობით დაინერგა ახალი დისციპლინა სასოფლო-სამეურნეო ჟურნალისტიკა ქართულ მედიაში.

საქართველოს მედიასისტემის ანალიზის შედეგად მკვლევარებმა ALCP -ისთვის გამოავლინეს მთავარი გამოწვევები, რაც აგროკომუნიკაციის დამაბრკოლებელ გარემოებებზედ ყალიბდება.

გამოწვევები ამ კვლევის მიხედვით, ასე ყალიბდება:

- საკუთარი მოდელის ბენეფიტის არცოდნა
- დაბალი უნარები აგროკომუნიკაციასა და აგროჟურნალისტიკაში
- საკომუნიკაციო რესურსების სიმცირე, ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის პრობლემა
- ნაკლები ცოდნა საკუთარი აუდიტორიის, აუდიტორიის კვლევების ნაკლები ხელმისაწვდომობა

ნაკლები მატერიალურ ტექნიკური ბაზა და აღჭურვილობა.

ქართველი მკვლევარები კი, რომლებიც თანამედროვე სახელმძღვანელოს „კონსტრუქციული აგროჟურნალისტიკა“¹¹ ავტორები არიან, მიიჩნევენ, რომ სოფლის მეურნეობის და დარგის კომუნიკაციის განვითარების საფუძველი კონსტრუქციული თანამშრომლობაა, რაც თავის თავში მოიცავს მეწარმესა და კომუნიკაციის სფეროს წარმომადგენელს შორის თანამშრომლობას კონსტრუქციული მიდგომით. წიგნის მიხედვით, კონსტრუქციული მიდგომის თეორია გულისხმობს ზრუნვას ფერმერზე, მწარმოებელზე და შესაბამისად დარგის განვითარებაზე.

¹¹ ნათია კუპრაშვილი, ნინო ჭალაგანიძე. 2018. „კონსტრუქციული აგროჟურნალისტიკა“. გამომცემლობა უნივერსალი.

მედიის მიმართ ნიჰილიზმისა და ჭარბი ინფორმაციული ნაკადების, ინფორმაციული ასფიქსიის პირობებში აქტუალური გახდა ჟურნალისტიკის როლის გადააზრება სასარგებლო ინფორმაციის გადაცემის ჭრილში. ამ ფონზე დაიბადა კონსტრუქციული ჟურნალისტიკის თეორია, როგორც საზოგადოების განვითარებაზე, პრობლემების გადაწყვეტის გზების ჩვენებაზე ორიენტირებული მედიის თეორია, რაც ეწინააღმდეგება გავრცელებულ პრაქტიკებს, სადაც საინფორმაციო ნაკადში დიდი დოზით ნეგატიური ინფორმაციის დომინაციის პირობებში იზღუდება მაგალითად - სოფლის მეურნეობის საკითხების გაშუქება ან უმეტესად ნეგატიურ ჭრილში შუქდება.¹² (ნათია კუპრაშვილი და ნინო ჭალაგანიძე. 2018. გვ.17)

ჩვენ ვფიქრობთ რომ, პირველ რიგში, მაშინ როდესაც აგროკომუნიკაციის მიმართულებით, თანამედროვე საქართველოში ძალიან ცოტა სამეცნიერო ნაშრომი და სახელმძღვანელოა, აღნიშნულ წიგნს ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს და განსაკუთრებით საინტერესოა კონსტრუქციული მიდგომის თეორია, რასაც ეყრდნობიან მკვლევარები თავიანთ სახელმძღვანელოში.

3. შედეგები და დისკუსია

ჩვენს მიერ ჩატარებული სამაგიდო კვლევის ფარგლებში შეგროვილი სამეცნიერო ნაშრომების ანალიზის შედეგად ირკვევა, რომ სოფლის მეურნეობის საკომუნიკაციოდ მნიშვნელოვანი და აუცილებელია კომუნიკატორები არა მხოლოდ საკომუნიკაციო უნარებს ფლობდნენ, არამედ მათ უნდა ჰქონდეთ ზოგადი ცოდნა სოფლის მეურნეობის, როგორც დარგის შესახებ. ეს ცოდნა საჭიროა, რადგან კომუნიკატორებმა შეძლონ დარგში არსებული სპეციფიური ტერმინების გამოყენებით ანონსების, პრეს-რელიზების და ნიუსების მომზადება. ჩვენი ნაშრომისთვის მთავარი თეორიული საფუძველი ამერიკელი მეცნიერის დანიელ ბელის შეხედულებებია, რომლის თანახმადაც მთავარი როლი თანამედროვე ცხოვრებაში ინფორმაციას უჭირავს. მეცნიერი ამბობს, რომ კვალიფიკაციის მნიშვნელობა გაიზარდა და მნიშვნელოვანი გახდა, თუ რას ითხოვს კლიენტი. ჩვენს მიერ მიმოხილული სამეცნიერო შრომების ანალიზი ცხადყოფს, რომ მომხმარებლის დაკვეთა მნიშვნელოვანია. რისთვისაც მკვლევარები აუდიტორიის იდენტიფიცირებას და მათი მოთხოვნილებების შესაბამისად პროდუქციის მიწოდებას თვლიან აგროკომუნიკატორებისთვის მთავარ გამოწვევად.

¹² ნათია კუპრაშვილი, ნინო ჭალაგანიძე. 2018. „კონსტრუქციული აგროჟურნალისტიკა“. გამომცემლობა უნივერსალი.

სამაგიდო კვლევის ფარგლებში მიმოხილული კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ სოციალური მედია მისი მასობრივი გავლენის წყალობით, ყველა სხვა ტრადიციული მედიისგან განსხვავებით, დაინტერესებული მხარეების ჩართვისა და სამეწარმეო საქმიანობის უკეთ განვითარების შესაძლებლობას იძლევა. სოციალური მედიის გამოყენების თვალსაზრისით არსებობს დაბრკოლებები და მკვლევარები აყალიბებენ რეკომენდაციას, რომლის თანახმადაც, საჭიროა მობილური ტელეფონების ქსელის გაზრდა სოფლების ტერიტორიებზე, რადგან ფერმერები კომუნიკაციას ძირითადად მობილური ტელეფონების საშუალებითა და გამოყენებით ახდენენ. მეცნიერების შეხედულებით სოციალური მედია აგროკომუნიკაციის მთავარი არხი და ინსტრუმენტი ხდება. ჩვენი კვლევისთვის ერთ-ერთი მთავარი თეორია იურგერ ჰაბერმასს ეკუთვნის. გერმანელი მეცნიერის თანახმად ყოველდღიური ცხოვრება და პრაქტიკა ძირითადია. ჰაბერმასის შეხედულება და თეორია იმის შესახებ, რომ ყოველდღიური ცხოვრება და პრაქტიკა არის უმთავრესი, სწორედ ზემოთაღწერილ რეალობას ასახავს: ჩვენ ყველამ ვნახეთ, რომ კოვიდპანდემიის დროს მეწარმეებს კარგად აპრობირებული და გათავისებული უნარები პროდუქციის სარეალიზაციოდ აღარაფერში გამოადგათ. ისინი დილემის წინაშე აღმოჩნდნენ და მათთვის სწორედ ყოველდღიურ ცხოვრებაში მიღებულ პრაქტიკაზე დაყრდნობით შექმნილი უნარები უფრო დაფასდა, ვიდრე ის ათობით წლის მანძილზე შექმნილი და უკვე ჩვევაში გადაზრდილი უნარები, რომლებიც თითქმის დავიწყებას მიეცა. სწორედ სოციალური მედია იყო პროდუქციის რეალიზაციისა და პარტნიორებთან საქმიანი ურთიერთობის თითქმის ერთადერთი საშუალება.

და ბოლოს, ფრანგი მეცნიერის ჟან ბოდრიარის შეხედულებები და „სიმულაკრას“ თეორია, რომელიც ჩვენი ნაშრომისთვის ასევე ერთ-ერთი მთავარი თეორიაა, მარტივად და ლოგიკურად უკავშირდება სამაგიდო კვლევის ფარგლებში მიმოხილული სტატიების შედეგებსა და რეკომენდაციებს. ფრანგი მეცნიერი თვლის, რომ ზღვარი რეალურსა და ირეალურ სამყაროს შორის წაიშალა და სიმულაციამ გაართულა ჭეშმარიტისა და ცრუს შორის ჭეშმარიტის ამოცნობა. მეწარმეებში საკომუნიკაციო უნარების დახვეწისა და საკუთარი მეურნეობების გასავითარებლად ცოდნას სწორედ მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებიდან იღებენ. შესაბამისად ინფორმაციის სიზუსტე და კორესპონდენტების კომპეტენციის მაღალი დონე დარგის გაშუქებისას ძალიან მნიშვნელოვანია. აგროკომუნიკაციისა და აგროჟურნალისტიკის, როგორც სასწავლო მოდულის განვითარება ჩვენს მიერ მიმოხილული სტატიებიდან ერთ-ერთი რეკომენდაციაა.

წინამდებარე ნაშრომი დარგით დაინტერესებულ მკვლევარებს დაეხმარება. ვინაიდან, მათ უკვე ექნებათ ანალიზი იმისა, თუ რა პრობლემები აქვს აგროკომუნიკაციას მსოფლიოში და რა რეკომენდაციებს და დასკვნებს აკეთებენ მეცნიერები ამ პრობლემების აღმოსაფხვრელად.

წინამდებარე სტატია არის ერთგვარი საფუძველი ჩვენი მომდევნო კვლევისა, რომელიც მიზნად ისახავს საქართველოში მოქმედი წვრილი, საშუალო და მსხვილი მეწარმეების კომუნიკაციის აქტუალური საკითხების შესწავლას.

ჩვენი კვლევა არა მხოლოდ მეწარმეებს დაეხმარება საკუთარი საკომუნიკაციო პრობლემების დაძლევაში, არამედ, დაინტერესების შემთხვევაში ის იქნება ერთგვარი სახელმძღვანელო სოფლის მეურნეობის სამინისტროსთვის, რათა სწორად დაგეგმოს სოფლად მცხოვრები მეწარმეებისთვის საგანმანათლებლო ტრენინგ-კურსები, რათა მათ აითვისონ საკომუნიკაციო უნარები, რომელთა მნიშვნელობასა და აუცილებლობაზე ჩვენს ნაშრომში ვსაუბრობთ.

და რაც მთავარია, ჩვენს მიერ დაგეგმილი კვლევა, რომელიც წინამდებარე სტატიის გაგრძელება იქნება, თანამედროვე ქართული მედიის მაგალითზე აჩვენებს აგროკომუნიკაციის პრობლემებს. შესაბამისად, დარგზე მომუშავე კორესპონდენტების, პროდიუსერებისა და წამყვანებისთვის სტატია საგანმანათლებლო ხასიათის იქნება.

4. დასკვნა

ჩვენ მიმოვიხილეთ სამეცნიერო ნაშრომები, რომლებიც ბოლო წლებში შეიქმნა და რომლებიც ეძღვნება სოფლის მეურნეობის კომუნიკაციის აქტუალურ პრობლემებს. ნაშრომთა დიდი ნაწილი უცხოურია და ამის მიზეზია ის, რომ სოფლის მეურნეობის დარგის საკომუნიკაციო უნარების გამოკვლევა ქართულ სამეცნიერო წრეებში ნაკლებად ხდება. მიმოხილული კვლევები ადასტურებს საკომუნიკაციო უნარების მნიშვნელობას დარგის განვითარებაში. გარდა ამისა, ჩვენ ვნახეთ, რომ ნაშრომებში საუბარია იმის შესახებ, რომ კომუნიკაციის უნარის გარდა აგროკომუნიკატორებს მოეთხოვებათ თავად დარგის-სოფლის მეურნეობის შესახებ ცოდნა. ასევე მათ არა მხოლოდ ვებ გვერდის მართვა უნდა შეეძლოთ, არამედ უნდა ჰქონდეთ ისეთი პიროვნული და პროფესიული თვისებები, როგორცაა საიმედოობა, პასუხისმგებლობა, ეთიკა, წერის უნარი, ზეპირად კომუნიკაციის უნარი, კონფლიქტის მოგვარება და გუნდური მუშაობის უნარები. მიმოხილული სტატიების ავტორების რეკომენდაციების თანახმად, სოფლის მეურნეობის დარგში მოღვაწე მეწარმეებისთვის ან მათი კომუნიკატორებისთვის ყველა ზემოთჩამოთვლილი უნარის ასათვისებლად სპეციალური ტრენინგები უნდა ჩატარდეს. ქართული რეალობის გათვალისწინებით, ვინაიდან მეწარმეები აგროკომუნიკატორის ფუნქციასაც ხშირ შემთხვევაში თვითონ ითავსებენ (ვინაიდან წვრილი და საშუალო მეწარმეები ვერ ახერხებენ კომუნიკაციისთვის აიყვანონ თანამშრომელი), სწორედ მათი გადამზადება უნდა მოხდეს საკომუნიკაციო უნარების გამომუშავებისთვის დაგეგმილ სპეციალურ ტრენინგებზე.

შეძენილი საკომუნიკაციო უნარები მეწარმეებს სამეწარმეო საქმიანობის გაფართოებასა და მომავალ წარმატებაში დაეხმარება.

ჩვენს მიერ მიმოხილული სტატიების თანახმად სოფლის მეურნეობის კომუნიკაციისთვის აქტიურად გამოიყენება სოციალური ქსელები. ამიტომ მნიშვნელოვანია მეწარმეები სოციალურ ქსელებში დარეგისტრირებისა და მათი შემდგომი მართვისთვის საჭირო უნარებსაც თავად ფლობდნენ.

ჩვენი კვლევა მნიშვნელოვანი საბაზისო ნაშრომია დარგით დაინტერესებული მკვლევარებისთვის, რომლებიც აგროკომუნიკაციის პრობლემებზე იმუშავებენ. ბუნებრივია, კვლევა საჭიროებს გაგრძელებას, რაც გულისხმობს საქართველოში დარეგისტრირებულ მეწარმეებთან სიღრმისეული ინტერვიუების საშუალებით არსებული პრობლემების იდენტიფიცირებას და ისეთი რეკომენდაციების შემუშავებას, რომლებიც ამ პრობლემების აღმოფხვრის გზებს დასახავს. მსგავსი საველე სამუშაო ჩვენი კვლევის მომდევნო ეტაპია.

ბიბლიოგრაფია

1. ამირან ბერძენიშვილი. 2019. „თანამედროვე სოციოლოგიური თეორიები“. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა.
2. ნათია კუპრაშვილი, ნინო ჭალაგანიძე. 2018. „კონსტრუქციული აგროჟურნალისტიკა“. გამომცემლობა უნივერსალი.
3. Jean Baudrillard “Simlacra and Simulations”
https://web.stanford.edu/class/history34q/readings/Baudrillard/Baudrillard_Simulacra.html
4. Fawn Kurtzo, Maggie Jo Hansen, K.Jill Rucher, Leslie D. Edgar. 2016. “Agricultural Communication: Perspectives From the Experts”. Journal of Applied Communications.
5. Jessica Corder, Erica Irlbeck. 2018. „Agricultural Communications Skills, Abilities And Knowledge Desired By Employers Compared To Current Curriculum: A Literary Review“. Journal of Agricultural Education.
6. Win Morriss, Penri James. 2017. “Social media, an entrepreneurial opportunity for agriculture-based enterprises”. Journal of Small Business and Enterprise Development.
7. Bite Bhalchandra Balkrishna, Anand A. Deshmukh. 2017. „A Study on Role of Social Media in Agriculture Marketing and its Scope“. Global Journal of Management and Business Research: E Marketing.
8. Rachel Shah, Kate Fogelberg. “Developing Media Markets to Address Agricultural Constraints A case Study from the ALCP Georgia”. “Springfield Centre”. 2019.January.