

UDC 025.45/46

SCOPUS CODE 1403

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2020-4-34-57>

„ციფრული ეპოქა“ და პროფორიენტაციის პრობლემები უნივერსიტეტის სტუდენტთა კონტინგენტის ხარისხობრივი ფორმირების პროცესში

მერაბ მიქელაშვილი ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, საქართველო, 0160, თბილისი, მ. კოსტავას 77
E-mail: m.mikelashvili@gtu.ge

რეცენზენტები:

ნ. ჩიკვილაძე, სტუ-ის ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტის ასოცირებული პროფესორი
E-mail: n.chikviladze@gtu.ge

ირ. მამალაძე, სტუ-ის საინჟინრო ეკონომიკის, მედიატექნოლოგიებისა და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის პროფესორი
E-mail: I.Mamamladze@gtu.ge

ანოტაცია. ციფრულ საზოგადოებაზე გადასვლა გულისხმობს განათლების სისტემის კარდინალურ ცვლილებას. ამ ამოცანის გადასაჭრელად ტრადიციულ საკითხებთან ერთად, რომელიც ეხება სწავლებისა და აღზრდის მიზნებს, შინაარსს, მეთოდებსა და ფორმებს, დღის წესრიგში დგება შეკითხვა – ვის ვასწავლით? მსოფლიო ბანკმა შეისწავლა თანამედროვე მოზარდების ურთიერთქმედება სოციუმსა და ინფორმაციულ ნაკადებთან. ექსპერტები თანხმდებიან იმაზე, რომ „ციფრული ეპოქის“ თაობისთვის სასიცოხლოდ აუცილებელია სხვადასხვა შემეცნებით საქმიანობაში ჩართვა იმ მიზნით, რომ ადეკვატურად შეაფასონ საკუთარი პიროვნება, გაი-

აზრონ ცხოვრების სტრატეგია და ჩამოიყალიბონ თვითრეალიზაციისთვის მზადყოფნა [1].

„ციფრული ადამიანის“, როგორც მომავალი სტუდენტის პროფორიენტაცია საკმაოდ რთული და კომპლექსური პრობლემაა. იგი გულისხმობს პიროვნების არა მხოლოდ პროფესიულ, არამედ სოციალურ, ფსიქოლოგიურ, ეკონომიკურ და პედაგოგიურ კვლევას, აქტუალურს ხდის მის შესწავლას თაობათა თეორიის პრიზმაში, რომელიც მათ დიფერენციაციას ახდენს არა ასაკობრივი, არამედ ღირებულებითი ორიენტაციების საფუძველზე.

საკვანძო სიტყვები: ემოციური ინტელექტი; თაობების თეორია; თაობა Z; კლიპური აზროვნება; პროფორიენტაცია; „ციფრული ადამიანი“.

შესავალი

ტერმინი „პროფესიული ორიენტაცია, პროფორიენტაცია“ ეტიმოლოგია გამომდინარეობს ორი სიტყვისგან: ლათინური *professio* — საქმიანობის სახე და ფრანგული *orientation* — ორიენტაცია. აქედან გამომდინარე, პროფესია შეიძლება განხილულ იქნეს, როგორც ადამიანის საქმიანობის სახე, რომელიც ფლობს სპეციალურ თეორიულ ცოდნასა და პრაქტიკულ უნარებს, შეძენილს სპეციალური მომზადების ან სამუშაო გამოცდილების საფუძველზე.

ფრანგული სიტყვა «*orientation*» სათავეს იღებს ლათინური «*oriēns*», რომელიც აღნიშნავს ადგილის განსაზღვრას ან რაიმეს მოქმედების, საქმიანობის, ინტერესის მიმართულებას. აქედან გამომდინარე, ლოგიკურად სიტყვა „ორიენტირება“ უნდა გავიაზროთ, როგორც გარემომცველ სივრცეში სუბიექტის ადგილმდებარეობის განსაზღვრა. შესაბამისად, პროფორიენტაცია უნდა განვიხილოთ, როგორც მეცნიერულად დასაბუთებული ღონისძიებების სისტემა, რომელიც მიმართულია ახალგაზრდების მომზადებისაკენ პროფესიის არჩევის რთულ პროცესში, აგრეთვე ახალგაზრდობის დახმარებისკენ პროფესიული თვითგამორკვევისა და შრომითი მოწყობის მიმართულებით.

ციფრულ ეკონომიკაზე გადასვლის პირობებში მსოფლიო მასშტაბით ადგილი აქვს სოციალურ-ეკონომიკური ღირებულებების გადაფასებას, რომელიც აისახება განათლების სფეროზე, მის დამოკიდებულებაზე საზოგადოებასთან, შრომის ბაზართან, კულტურასთან, ადამიანთან - შედეგად

საზოგადოების და მთლიანად ცივილიზაციის ეკონომიკურ, ზნეობრივ და სულიერ პოტენციალთან.

ძირითადი ნაწილი

საბაზრო ურთიერთობების განვითარება კარდინალურად ცვლის შრომის შინაარსსა და ხასიათს - იზრდება მისი ინტენსივობა, უფრო მომთხოვნი ხდება დამსაქმებლის დამოკიდებულება დასაქმებულის პროფესიონალიზმის მიმართ.

ჯონ დიუის აზრით, „განათლება კულტურის, სულიერი საზრდოს გადაცემის, აღზრდის, განვითარების პროცესია. ეტიმოლოგიურად სიტყვა „განათლება“ აღზრდისა და გაძლიერების პროცესს აღნიშნავს. როდესაც ვსაუბრობთ ამ პროცესის შედეგებზე, ვგულისხმობთ განათლებას, როგორც პიროვნების ჩამოყალიბების, ფორმირების ხელშეწყობისკენ მიმართულ საქმიანობას ანუ საქმიანობას, რომელიც სოციალური ქმედების სტანდარტული ფორმისთვის მორგებას გულისხმობს [2].

აქედან გამომდინარე, დიდი ყურადღება უნდა მიექცეს ახალგაზრდა თაობის მიზანმიმართულ პროფორიენტაციას, რომელიც ეფუძნება ყველა ძირითადი ფაქტორის ცოდნას, განსაზღვრავს პიროვნების პროფესიული განზრახვების ფორმირებასა და რეალიზაციის გზებს.

პროფესიული ორიენტაცია მეცნიერულად დასაბუთებული სოციალურ-ეკონომიკური და ფსიქოლოგიურ-პედაგოგიური ღონისძიებების სისტემაა, რომელიც მიმართულია პროფესიის არჩევის პროცესში ახალგაზრდობის დასახმარებლად საკუთარი მიდრეკილებებისა და უნარების, პროფესიუ-

ლი და შემეცნებითი ინტერესების გამოვლენისა და განვითარებისკენ.

იმავედროულად პროფესიული ორიენტაცია მრავალასპექტიანი სისტემაა, რომელიც თავის თავში შეიცავს პიროვნების ფსიქოფიზიოლოგიურ თავისებურებებს და ეკლექტური კურსების ორგანიზებას.

შეიძლება გამოვყოთ პროფორიენტაციული სამუშაოების შემდეგი ასპექტები: სოციალური, ეკონომიკური, ფსიქოლოგიურ-პედაგოგიური.

სოციალური ასპექტი მდგომარეობს პროფესიული თვითგამორკვევის პროცესში ახალგაზრდობის ღირებულებითი ორიენტაციის ფორმირებაში, რომლის დროსაც აქცენტი კეთდება ამა თუ იმ სფეროს მუშაკის კვალიფიკაციისა და მოთხოვნების შესწავლაზე;

ეკონომიკური ასპექტი ითვალისწინებს ახალგაზრდობის მიერ პროფესიის არჩევის მართვას, საზოგადოების მოთხოვნებისა და პიროვნების შესაძლებლობების შესაბამისად (შრომის ბაზრის შესწავლა);

ფსიქოლოგიურ-პედაგოგიური ასპექტი გულისხმობს პიროვნების სტრუქტურის შესწავლას და პროფესიული მიმართულების ფორმირებას (გააზრებული არჩევანის უნარი).

უნდა აღინიშნოს, რომ თანამედროვე საგანმანათლებლო სივრცეში იზრდება უმაღლესი სასწავლებლების საშუალო სკოლების მოსწავლეებთან გაწეული პროფორიენტაციული სამუშაოების პედაგოგიური და პროფესიონალური მნიშვნელობა. ამ მიმართულებით მუშაობის მთავარი დანიშნულებაა მოსწავლეების პროფესიული არჩევანის ფორმირება.

პროფესიული არჩევანის დასაბუთებულობა სამართლიანად ითვლება ამ სამუშაოების ეფექტურობის შეფასების მთავარ კრიტერიუმად. მაგრამ, ეს კრიტერიუმი განპირობებულია პროფესიული ორიენტაციის სამუშაოების ძირითადი მიმართულებების რეალიზაციით. დასაბუთებულობის მაჩვენებელი პროფესიის მოთხოვნებისა და ადამიანის ინდივიდუალური შესაძლებლობების შედარების უნარია.

პროფესიული ორიენტაციის გაძლიერების ყველაზე ეფექტურ მეთოდად უნდა იქცეს უნივერსიტეტების აკადემიური პერსონალის მოსწავლეების სწავლებისა და აღზრდის პროცესში ჩართულობის მოცულობისა და ხარისხის ამაღლება. განსაკუთრებული აქცენტი გადატანილი უნდა იქნეს მე-9–12 კლასის მოსწავლეებზე, რომელთათვისაც ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლებში ტარდება ლონისძიებები პროფესიული უნარების ფორმირებისა და თვითგამორკვევის მიმართულებით.

პროფესიული ორიენტაციის სამუშაოების სისტემის ელემენტებია:

- პროფილური სწავლება, რომელიც მიმართულია შრომის ბაზრის მიმდინარე ან მოსალოდნელი მოთხოვნილებების გათვალისწინებით, საქმიანობის ამა თუ იმ სახეებისადმი პიროვნების მიდრეკილებისა და ტალანტის გამოვლენისკენ;
- საქმიანობის სხვადასხვა სფეროში პრაქტიკული მეცადინეობებისა და კვლევითი სამუშაოების მოცულობის ზრდა;

- მოსწავლეებისათვის პროფესიული უნარების ფორმირება, რომელიც მოთხოვნადი იქნება მათ მომავალ პრაქტიკულ საქმიანობაში;
- მოსწავლეებისთვის სისტემური და სრულფასოვანი დახმარების აღმოჩენა პროფესიის არჩევის გზაზე – ბავშვობის პირველი ინტერესიდან უმაღლესი სასწავლებლის არჩევის ჩათვლით;
- განათლების მიღების პროცესში საინტერესო და მრავალფეროვანი გარემოს შექმნა სოციალური პარტნიორების რაც შეიძლება ფართო წრის მოზიდვის გზით – ეს შეიძლება იყოს ინტერესთა მიხედვით არსებული გაერთიანებები, წარმატებული სპეციალისტები და პრაქტიკოსები, მიზნობრივი პროფესიული ექსპურსიები, სკოლებში პროფილური სახელოსნოები და სხვა.

მიმდინარე ეტაპზე საგანმანათლებლო დაწესებულებას უნდა შეეძლოს საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზარზე მდგრადი ადგილის მოპოვება ღონისძიებათა კომპლექსის განხორციელების საშუალებით. პროფესიისთვის მომზადების ადრეულ ეტაპზე პროფესიული მომავლის სხვადასხვა ასპექტის შესახებ ნათელი წარმოდგენის ქონა ზრდის პიროვნების პასუხისმგებლობას გასაველი პროფესიული გზის მიმართ, განაპირობებს საკუთარი პროფესიული განვითარების სტრატეგიას, მობილიზაციას უკეთებს პიროვნულ პოტენციალს პროფესიონალად ჩამოყალიბების პროცესში.

როგორც ყველა სოციალური პროცესი, პროფორიენტაციაც ორ მხარეს შეიცავს. პირველ რიგში აღსანიშნავია პროფორიენტაციის სუბიექტი – მოსწავ-

ლე, რომელიც ცდილობს გაერკვეს საკუთარ არჩევანში, თუ ვინ უნდა იყოს და რა საქმიანობით დაკავებული. უფრო ხშირად, სუბიექტი ფიქრობს, რომ იცის თუ რაზე უნდა შეაჩეროს არჩევანი. იმავედროულად ის არ აანალიზებს საკუთარ მიდრეკილებებსა და უნარებს და მხოლოდ მოდური პროფესიების სასარგებლოდ აკეთებს არჩევანს.

მეორე მხრივ, პროფესიული ორიენტაციის პროცესში ამა თუ იმ ფორმით ჩართული უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებები აბიტურიენტებისათვის კონკურენტულ ბრძოლაში მონაწილეობენ. თუმცა, ყველაზე ხშირად, უნივერსიტეტების მხრიდან, როგორც წესი, პროფორიენტაცია შემოიფარგლება სხვადასხვა მედიაში, უნივერსიტეტში არსებული სპეციალობების ფორმალური ნუსხით.

სინამდვილეში, მოსწავლისთვის პროფესიის არჩევის რთული პროცესი არის არც მეტი და არც ნაკლები მომავლის არჩევის ურთულესი ეტაპი და იქიდან გამომდინარე, რამდენად სწორად მოახდენს საკუთარ არჩევანს, იმდენად წარმატებული და ფსიქოლოგიურად კომფორტული იქნება მისი მომავალი.

პროფორიენტაციის პროცესში მონაწილეობის ყველაზე ცხადი და მარტივი საშუალებაა უმაღლესი სასწავლებლების აკადემიური პერსონალის კომპეტენციების გამოყენება მოსწავლეების მხრიდან მომავალი პროფესიის არჩევის პროცესში.

ერთი შეხედვით ამ ამოცანის სიმარტივე მოჩვენებითია, რადგან ბევრი ობიექტური და სუბიექტური წინააღმდეგობების გადალახვაა საჭირო სასურველი შედეგის მისაღწევად. იმის გათვალისწინებით, რომ ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლებში

რთულია მოსწავლეების სასწავლო პროცესისგან მოწყვეტა და პროფორიენტაციისთვის თავისუფალი აკადემიური საათების გამოძებნა, მიზანშეწონილია ეს პროცესი გადატანილ იქნეს უნივერსიტეტებში. ამ გზით შეიძლება რამდენიმე პრობლემის გადაწყვეტა – მოსწავლე ეცნობა და ეჩვევა საუნივერსიტეტო გარემოს, მასწავლებლის გარდა ეცნობა და ეკონტაქტება უნივერსიტეტის აკადემიურ პერსონალს – პროფესორებს, ანალიზებს საკუთარ პიროვნულ კომპეტენციებს მისთვის სრულიად უცხო გარემოში.

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ პროფორიენტაციის მიზნობრივი ჯგუფები, მაღალი კლასის მოსწავლეები საკმად გადატვირთული არიან ეროვნული სასწავლო გეგმით გათვალისწინებული სასწავლო დისციპლინებით, ამას ემატება დამატებითი ფაკულტატიური მეცადინეობები. შესაბამისად პროფორიენტაციისთვის რჩება ორი სივრცე – დასვენების დღეები (შაბათი-კვირა) და არდადეგები.

ასევე გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ სასწავლო პროგრამით გათვალისწინებული საგნების სწავლით გადატვირთული მოსწავლეები მხოლოდ იმ შემთხვევაში შეიძლება დაინტერესდნენ უნივერსიტეტების მხრიდან შემოთავაზებული პროგრამით, თუ ეს პროგრამა შინაარსისა და, შესაბამისად, ამ შინაარსის შედეგად გაჩენილი ინტერესის გამო მათ უბრალოდ სხვა არჩევანს არ დაუტოვებს.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ უნივერსიტეტებს ამ პროცესის წარსამართად სჭირდება საინტერესო, არასტანდარტული და შემეცნებითი ღონისძიებების დაგეგმვა და ორგანიზება.

ადრეული პროფესიული ორიენტაციისა და მოსწავლეების მოზიდვის მიზნით საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტზე 2019 წლის თებერვლიდან სტარტი მიეცა „ახალგაზრდა მეწარმეთა ცენტრის“ ფუნქციონირებას.

„ახალგაზრდა მეწარმეთა ცენტრი“ საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტის საგანმანათლებლო პლატფორმაა, სადაც გამოცდილი პროფესიონალები სკოლის მოსწავლეებს საკუთარი წარმატების ისტორიის შექმნაში ეხმარებიან.

სასწავლო პროგრამა შემდეგ საკითხებს მოიცავს: ბიზნესის არსი, ბიზნესიდეა, ფული, ფინანსები, მენეჯმენტი, მარკეტინგი, ეკონომიკის არსი, ორატორული ხელოვნება, ლიდერობა, საქმიანი ეტიკეტი, ემოციური ინტელექტი, კრიტიკული აზროვნების საფუძვლები.

ცენტრის მიზანია სკოლის მოსწავლეთა ეკონომიკური და ფინანსური წიგნიერების დონის ფორმირება, სამეწარმეო უნარების დაუფლების გზით თვითრეალიზაციის მოტივაციის ამაღლება, სამეწარმეო საქმიანობის არსის გაცნობიერება და პოპულარიზაცია, სამეწარმეო განათლების დონის ამაღლება და წარმატებული მეწარმეობის გამოცდილების გაზიარება, სამეწარმეო საქმიანობისადმი შემეცნებითი ინტერესის ამაღლება და სტიმულირება, უფროსკლასელთა შემოქმედებითი უნარების განვითარება მოსწავლეთა პიროვნული, ინტელექტუალური და სოციალური მზაობის უზრუნველყოფა არსებულ გამოწვევებთან მიმართებაში.

ცენტრის მისიაა მოზარდების დახმარება, ირწმუნონ საკუთარი თავი უნივერსალური კომპეტენციების და უნარების დაუფლების გზით სწავლების პროცესში, ასევე ქართული მეწარმეობის კულტურისა და მენტალობის ფორმირების ხელშეწყობა სამეწარმეო განათლების გზით;

ცენტრის ამოცანაა მოზარდებს ჩამოუყალიბოს მყარი წარმოდგენა მომავალ პროფესიაზე და დაეხმაროს მათ პროფესიის არჩევის პროცესში სწორი და გააზრებული არჩევანის გაკეთებაში.

ცენტრის ფილოსოფია ეფუძნება ღიაობის, ლიდერობის და პარტნიორობის პრინციპებს. იგი მიმართულია მოზარდებში ისეთი ზოგადი თვისებებისა და უნარების განვითარებაზე, როგორც არის თავდაჯერებულება, კომუნიკაბელურობა, კონფლიქტის გადაჭრის უნარი, დამოუკიდებლობა, ყურადღების კონცენტრაცია, დროის მენეჯმენტი და თვით ორგანიზაცია [3].

ახალგაზრდა მეწარმეთა ცენტრი ახორციელებს საგანმანათლებლო და პრაქტიკულ საქმიანობას შემდეგი მიმართულებით: ცენტრის საქმიანობის პროფილის შესაბამისი მოკლევადიანი სასწავლო/პრაქტიკული კურსების განხორციელება; ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტის მომავალ სტუდენტთა ბაზის ფორმირების ხელშეწყობა ფაკულტეტის შესაბამის სამსახურებთან კოორდინირებული საქმიანობით; ბიზნესის ადმინისტრირების მენეჯერის, როგორც პროფესიის პოპულარიზაცია; ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტის სტუდენტების – დოქტორანტებისა და მაგისტრანტების ჩართვა ცენტრის საქმიანობაში.

2019 წელს გამართულ საგაზაფხულო და საშემოდგომო სესიებზე ექსპრესკურსი „რა არის ბიზნესი“ თბილისისა და რუსთავის სხვადასხვა სკოლის 150 მოსწავლემ გაიარა, რომლებსაც სპეციალური სერტიფიკატები გადაეცათ. ექსპრესკურსი არის სოციალური პროექტის ერთთვიანი კურსი, რომლის მიზანია ახალგაზრდებს, რომლებიც პერსპექტივაში შეიძლება გახდნენ ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო საფეხურის სტუდენტები, შეასწავლოს ბიზნესის საფუძვლები და ციფრულ ეპოქაში კონკურენტუნარიანობისთვის საჭირო ზოგიერთი უნარი, რაც სამომავლოდ აუცილებლად გამოადგებათ პროფესიის უკეთ დაუფლებაში.

ცენტრის პროგრამაში გათვალისწინებულია თვითიდენტიფიკაციის, მიდრეკილებებისა და უნარების შეფასების, ასევე სამოტივაციო ელემენტები.

მიმდინარე ეტაპზე მუშავდება ცენტრის პროგრამის ახალი მოდული, რომელიც შემდეგი სქემით შეიძლება წარმოვიდგინოთ:

- საკუთარი ბიზნესი – „აქ და ახლა“ მიზანი მოტივაციის ამაღლება საკუთარი ბიზნესის დასაწყებად და, შესაბამისად, ბიზნესის ადმინისტრირებაში აკადემიური განათლების მისაღებად;
- დროის მენეჯმენტი – საკუთარი დროის მართვა;
- გუნდური მუშაობის ელემენტები;
- ლიდერი და ლიდერობა;
- თქვენი საკუთარი ბიზნესმოდელი – ბიზნესგეგმის შედგენის ელემენტები;

- ფულის რაობა და საკუთარი ფინანსების მართვა ;
- მარკეტინგი – გაყიდვების ხელოვნება;
- პიროვნების დიზაინი – კრეატიული და კრიტიკული აზროვნება, ემოციური ინტელექტი;
- ჩემი ადგილი პროფესიების სამყაროში;
- მოგზაურობა ეკონომიკაში;
- ბიზნესის მორალი და საქმიანი ეტიკეტი;
- რა ვიციტ ორატორულ ხელოვნებაზე.

როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, აღნიშნული თემატიკა მოსწავლეებში უდიდეს ინტერესს იწვევს და ამალღებს ფაკულტეტისა და უნივერსიტეტის მიმზიდველობას როგორც ჩვენთვის საინტერესო მიზნობრივ აუდიტორიაში, ისე ზოგადად საზოგადოებაში.

სასწავლო პროგრამის ფორმატი ითვალისწინებს ექვსკვირიან სასწავლო პროგრამას – კვირაში ერთხელ, შაბათობით მოსწავლეებთან სამსაათიანი შეხვედრა იმართება, რომელიც ინტერაქტიურ რეჟიმში მიმდინარეობს.

შეიძლება ფიქრი ახალ ფორმატზე, რომლის განხორციელება შესაძლებელი იქნება საზაფხულო არდადეგების დროს, ივლისის თვეში, დაინტერესებული მოსწავლეებისთვის და რომელსაც პირობითად შეიძლება „ბიზნესარდადეგები“ ეწოდოს. ამ უკანასკნელის განხორციელების პროცესში შეიძლება აქტიურად ჩაერთონ ფაკულტეტის სტუდენტები – ძირითადად დოქტორანტები და მაგისტრანტები, რომელთათვისაც ეს პროცესი კვალიფიკაციის ამალღების შანსი იქნება. თავისთავად სტუდენტები პირადი მაგალითით დაამტკიცებენ იმ უმაღლესი

სასწავლებლის წარმატებულობასა და ხარისხს, სადაც სწავლობენ.

საინტერესო იქნება, თუ „ახალგაზრდა მეწარმეთა ცენტრის“ ბაზაზე განხორციელდება შემდეგი აქტივობები:

- ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლების მოსწავლეებისთვის ოლიმპიადა „ბიზნესის ანბანის“ ყოველწლიურად მომზადება და ჩატარება;
- პლატფორმის შექმნა მოსწავლეთა start-up პროექტების განსახილველად და პრაქტიკული დახმარების აღმოსაჩენად;
- ურთიერთთანამშრომლობის მემორანდუმების გაფორმება ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლებთან პროფორიენტაციის ერთობლივად განხორციელების მიზნით;
- ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლებში ეროვნული სასწავლო გეგმით გათვალისწინებული საგან „მეწარმეობის“ სწავლის პროცესში უნივერსიტეტის აკადემიური პერსონალის ჩართულობის უზრუნველყოფა;
- მასტერკლას „ბიზნესის მენეჯერობა – ჩემი მომავალი პროფესიის“ მომზადება და პერიოდულად ჩატარება როგორც უნივერსიტეტის, ისე სკოლების ბაზაზე;

უნივერსიტეტის სტუდენტთა კონტინგენტის ხარისხობრივი ფორმირების პროცესში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება უნივერსიტეტის მარკეტინგულ საქმიანობას, რომელიც მიმართული უნდა იყოს არა მხოლოდ აბიტურიენტების, არამედ ინვესტორებისა და დამსაქმებლების მოსაზიდად. აღნიშნულ მიზნობრივ ჯგუფებზე ეფექტური ზემოქმედე-

ბისათვის აუცილებელია ინოვაციური მარკეტინგული მიდგომა [4].

ინოვაციური მარკეტინგი არის მარკეტინგის კონცეფცია, რომლის თანახმადაც ორგანიზაცია მუდმივად და უწყვეტად უნდა ახდენდეს მარკეტინგული მეთოდებისა და პროდუქტების სრულყოფას.

ჩვენ მიერ შერჩეულ საგანმანათლებლო მომსახურების მომხმარებელთა მიზნობრივ ჯგუფებზე ეფექტური ზემოქმედების თვალსაზრისით, აუცილებელია გამოვეყნოთ ყველაზე მოქმედი მარკეტინგული ინსტრუმენტი, რომელიც თავის თავში გულისხმობს ინოვაციურ მიდგომებს.

➤ **საგანმანათლებლო პროგრამების მოდერნიზაცია**

განათლების სისტემა ადეკვატურად უნდა ასახავდეს ყველა ცვლილებას, რომელიც მიმდინარეობს სწრაფცვალეზად სამყაროში, „ციფრული ეპოქის“ თავისებურებების გათვალისწინებით. მისი მთავარი მახასიათებელი უნდა იყოს მოქნილობა და პასუხობდეს უნივერსიტეტების ეკონომიკაში ინტეგრაციის ამოცანებს;

➤ **თანამედროვე მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის უზრუნველყოფა**

ფუნდამენტური და გამოყენებითი მეცნიერების მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის განვითარება და სამეცნიერო კვლევების პროცესში ინფორმაციული ტექნოლოგიების ფართო გამოყენება, ელექტრონულ რესურსებზე სრული ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა;

➤ **ინოვაციური პლატფორმებისა და მოედნების შექმნა**

ბიზნესინკუბატორების, ბიზნესლაბორატორი-

ბისა და ტექნოპარკების შექმნა აბიტურიენტებში, დამსაქმებლებსა და ინვესტორებში უნივერსიტეტის მიმზიდველობის ზრდის უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტი. ასეთი ინოვაციური პლატფორმების არსებობა სტუდენტებს არა მხოლოდ კვლევების ჩატარების საშუალებას აძლევს, არამედ უყალიბებს გადაწყვეტილების მიღებისა და საკუთარ პროექტებზე აბსოლუტური პასუხისმგებლობის უნარს, ასევე აძლევს საკუთარი საქმის დაწყებისა და განვითარების შანსს. ამასთან, ზემოაღნიშნული პლატფორმები მხოლოდ სტუდენტებისთვის არა უნდა იყოს ხელმისაწვდომი, ის ღია უნდა იყოს უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულებისთვის, დამსაქმებლებისა და აკადემიური პერსონალისთვის, რომელთაც დღევანდელი აიძულებს იყვნენ „პრაქტიკოსები“. ასეთი ინოვაციური პლატფორმები ქმნის უნივერსიტეტის რეპუტაციას ბიზნესმენებსა და ბიზნესის სამყაროში;

➤ **ბიზნესსამყაროსთან**

ურთიერთთანამშრომლობის განვითარება

ბიზნესსამყაროსთან ზემომოტანილი პლატფორმების გარდა ურთიერთთანამშრომლობა შეიძლება განხორციელდეს სტაჟირების პროგრამებისა და სხვადასხვა კომპანიის მიერ უნივერსიტეტში თემატური კურსების ორგანიზების გზით. ეს სტუდენტებს საშუალებას აძლევს გაიღრმავონ ფუნდამენტური ცოდნა და ამასთან შეიძინონ პრაქტიკული უნარები, ხოლო დამსაქმებლებს შანსი ეძლევათ მოიძიონ საკუთარი ბიზნესისთვის საჭირო ადამიანური რესურსი;

➤ **საერთაშორისო თანამშრომლობა**

საერთაშორისო თანამშრომლობა გულისხმობს

მსოფლიოს სხვადასხვა უნივერსიტეტსა და საგანმანათლებლო პროფილის ასოციაციებთან თანამშრომლობას (AACSB – ბიზნესგანათლების ალიანსი, CEEMAN – ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის მენეჯმენტის განვითარების ასოციაცია, EUA – ევროპული უნივერსიტეტების ასოციაცია, NASPAA – საჯარო მმართველობისა და ადმინისტრირების სკოლების ასოციაცია, IAU – უნივერსიტეტების საერთაშორისო ასოციაცია, BSUN – შავი ზღვის უნივერსიტეტების ქსელი, EHEA – უმაღლესი განათლების ევროპული სივრცე [5-11]) – სტუდენტებისა და აკადემიური პერსონალის გაცვლის, ორმაგი დიპლომის პროგრამების, საერთაშორისო სამეცნიერო და სტუდენტური კონფერენციების ჩატარებისა და გამოცდილების გაზიარების მიმართულებით. ეს ყველაფერი მნიშვნელოვნად ზრდის უნივერსიტეტის მიმზიდველობის ხარისხს.

უნივერსიტეტის სტუდენტთა კონტინენტის ხარისხობრივი ფორმირების პროცესის წარმატება დამოკიდებულია იმის ცოდნაზე, თუ რამდენად კარგად ვიცნობთ ამ პროცესის მთავარ სუბიექტს – „ციფრული ეპოქის“ თაობას.

თაობა, ისტორიულ-პოლიტიკური გაგებით, არის დროებით ფორმირებული ერთობა / თემი კონკრეტულ ისტორიულ მონაკვეთში [12]. ისტორიულად ცნობილია თაობათა ოთხ ციკლად კლასიფიკაციისა და სახელდების გამოცდილებაც. ერთ-ერთმა პირველმა ამგვარი ციკლი შუა საუკუნეების არაბმა მოაზროვნე აბდურახმან იბნ ხალდუნმა (1332–1406) აღწერა. მან სხვადასხვა სახელმწიფოსა და დინასტიის ციკლები შეისწავლა და თაობათა სახელდება შემდეგნაირად მოახდინა: „დამაარსებელი“, „გამგრძე-

ლებელი – დამაარსებლის შვილი“, „იმიტატორი – შვილიშვილი“ და „დამანგრეველი – შვილთაშვილი“ [13-15].

„თაობების თეორიის“ თანახმად, თაობის იდენტიფიცირება შეიძლება სამი კრიტერიუმის დაკმაყოფილების შემთხვევაში:

- უპირველეს ყოვლისა, ერთი თაობის წარმომადგენლები უნდა ცხოვრობდნენ ერთ ისტორიულ ეპოქაში, უნდა იყვნენ თანაზიარი ერთგვაროვანი საკვანძო ისტორიული მოვლენებისა და სოციალური გარემოსი;
- მეორე მხრივ, ისინი უნდა იზიარებდნენ ზოგადქცევის მოდელებს და რწმენას;
- ასევე, იციან რა საკუთარი თანატოლების თავისებურებები, თაობის წარმომადგენლები იზიარებენ მოცემული თაობისადმი კუთვნილების ფაქტს.

წინა თაობა თავისი მოღვაწეობით დღევანდელი თაობის ფორმირებას ახდენს, ხოლო ეს უკანასკნელი გავლენას ახდენს მომავალი თაობის ფორმირებაზე. შესაბამისად, იმის გასაგებად, თუ როგორ ხდება ცოდნის, მსოფლმხედველობისა და უნარების ერთი თაობიდან მეორეზე გადაცემა, როგორ ხდება საზოგადოების განვითარება, სხვადასხვა თაობის თანაცხოვრება, აუცილებელია ამ ფენომენის შესწავლა.

1991 წელს ცნობილმა ამერიკელმა ეკონომისტმა და დემოგრაფმა ნილ ჰოვმა და ისტორიკოსმა უილიამ სტრაუსმა ერთმანეთისგან დამოუკიდებლად შექმნეს ე.წ. „თაობების თეორია“. მათ დაასაბუთეს, რომ არსებობს განსაზღვრული პერიოდი, რომლის განმავლობაში მცხოვრები ადამიანების უმ-

რავლესობას იდენტური ღირებულებები აქვთ – ასეთ პერიოდებს სოციალური თაობები ეწოდა [16-17]. მათი აზრით, ისტორია ვითარდება ციკლურად, რომელთა ხანგრძლივობა დაახლოებით ადამიანის სიცოცხლის ხანგრძლივობის ტოლია (80–90 წელი), ამასთან ციკლი შედგება ოთხი პერიოდისაგან და თითოეული პერიოდისთვის დამახასიათებელია საზოგადოებაში მიღებული გარკვეული ღირებულებები.

თაობების თეორიის თანახმად, ისინი იცვლებიან იმავე პრინციპით, როგორც ადამიანის ცხოვრების ეტაპები. თავიდან იწყება „აღმართი“, როცა ინსტიტუტები ძლიერია, ხოლო ინდივიდუალიზმი სუსტი, შემდეგ მოდის „გამოღვიძება“, როცა ინსტიტუტებს სწირავენ ინდივიდუალიზმის გაძლიერების ხარჯზე, მესამე ფაზას უწოდებენ „რეცესიას“, როცა ინსტიტუტები სუსტია და ინდივიდუალიზმი ბატონობს. ფინალურ სტადიაზე, რომელსაც უწოდებენ „კრიზისს“, ინსტიტუტები ინგრევა და ადამიანები ერთიანდებიან ახალი ინსტიტუტების შესაქმნელად. ამის შემდეგ თავიდან იწყება „აღმართის“ ეტაპი [18-19].

თაობების თეორიის ავტორებმა გამოყვეს ოთხი არქეტიპი და განსაზღვრეს ისინი, როგორც „იდეალისტები“, „რეაქტიულები“, „სამოქალაქო“ და „ადაპტირებულები“. თავიანთ ნაშრომში „მეოთხე მოსახვევი“ [20] მათ შეცვალეს ტერმინოლოგია და თაობებს უწოდეს „წინასწარმეტყველები“, „მომთაბარეები“, „გმირები“ და „ მხატვრები“. თაობა, რომელიც ერთ არქეტიპს მიუკუთვნება გამორჩეულია არა მარტო იდენტური ასაკით, არამედ საბაზო ღირებულებებით ასაკთან, ოჯახთან, რისკის უნარსა და სხვა ფასეუ-

ლობებთან მიმართებაში. ამას გარდა, მათ აქვთ საერთო ღირებულებები და მსგავსი სამოქალაქო პოზიცია. მიზეზი, რის გამოც არქეტიპების ციკლი მეორდება, იმაში მდგომარეობს, რომ ახალგაზრდა თაობას აქვს სურვილი გამოასწოროს ან დააკომპენსიროს უფროსი თაობის ის თვისებები, რომელიც მათი აზრით მიუღებელია. ამგვარად, იქმნება სიტუაცია, რომელიც ერთი არქეტიპის ეტაპს მიკუთვნებული ადამიანები ახდენენ მეორე არქეტიპის ადამიანების ფორმირებას.

„თაობათა თეორიის“ ადაპტირებული შინაარსიდან გამომდინარე, მკვლევრების მიხედვით დღეს განათლების სისტემაში ურთიერთშემხებლობაშია ოთხი თაობის წარმომადგენელი (მოსწავლე, მშობელი, მასწავლებელი, სტუდენტი, პროფესორი):

ბები-ბუმერები(1944–1963), მილენიუმელების თაობა X (1964–1984) ანუ თაობა Y (1985–2003) და თაობა Z (2004–2024). ზოგიერთი მკვლევარი 2010 წლის შემდეგ დაბადებულ თაობას, ალფა თაობას ან ინტერნეტთაობას ეძახის, რომელიც არა მხოლოდ თაობა Z-ის გაგრძელება, არამედ ციფრული საზოგადოების უმნიშვნელოვანესი სეგმენტია.

ბები-ბუმერების თაობა დიდი დეპრესიისა და მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ დაბადებული თაობაა. მათი გამორჩეული თვისებები:

- ისინი ტრადიციული მედიის–ტელევიზია, რადიო, გაზეთი – მომხმარებლები არიან. ამასთან ბუმერების 80% ინტერნეტისა და სოციალური ქსელების მომხმარებლებიცაა;
- ისინი მუშაობის მანით არიან შეპყრობილი–მუშაობენ კვირაში 50 საათი, იშვიათად იღებენ შვებულებას. შესაბამისად, დიდია დისბა-

ლანსი პირად ცხოვრებასა და სამუშაოს შორის;

- სხვა თაობებთან შედარებით დიდია განქორწინების მაჩვენებელი;
- იცავენ კონსერვატიულ შეხედულებებს.

თაობა X სხვანაირად ეძახიან „სენდვიჩის თაობას“, რადგან ისინი იძულებულნი არიან ერთდროულად იზრუნონ როგორ შვილებზე, ისე მშობლებზე. ისინი სენდვიჩის მსგავსად ვალდებულებების ნაწილში ორი მხრიდან განიცდიან „ზეწოლას“. მათი გამორჩეული თვისებები:

- ისინი გაიზარდნენ კომპიუტერული რევოლუციის ეპოქაში და ამიტომ გამოირჩევიან ტექნოლოგიური საზრიანობით;
- უპირატესობას ანიჭებენ ინტერნეტსა და სოციალურ ქსელებს, მაგრამ ამავედროულად უყურებენ ტელევიზორს და უსმენენ რადიოს;
- ეს არის MTV თაობა – მათ დროს საფუძველი ჩაეყარა პანკ-როკს და მათ თვალწინ გაიარა ჰიპ-ჰოპის ოქროს პერიოდმა;
- ოჯახის შექმნა გაცილებით გვიან ასაკში დაიწყეს, ვიდრე მათმა მშობლებმა;
- ისინი დემოკრატიული ღირებულებების მატარებელი არიან, მაგრამ ნაკლებად ლიბერალური შეხედულებებით გამოირჩევიან;
- მათ დაკარგულ თაობასაც ეძახიან, რადგან ახალგაზრდობის წლებში დომინანტურ პოზიციებს იკავებდნენ პოლიტიკასა და ბიზნესში, რამაც ხელი შეუშალა მათ პროფესიონალიზაციას.

მილენიუმელები ანუ თაობა Y სრულიად ახალი საზოგადოებრივი მოვლენაა. ისინი სწორედ ეხლა

შედიან აქტიურ ცხოვრებისეულ ფაზაში. ამ თაობის ადამიანებს აქვთ განცდა იმისა, რომ მუდმივი არაფერი არ არის და ყველაზე ძლიერმა სახელმწიფომ და გავლენიანმა ადამიანებმა მოკლე დროის განმავლობაში შეიძლება დაკარგონ თავისი სიდიადე. აქედან გამომდინარე, ისინი პატივს არ სცემენ იდეალებს და ნაკლებად მიაგებენ პატივს ავტორიტეტებს. მათი გამორჩეული თვისებები:

- ისინი აქტიურად იყენებენ ტექნოლოგიებს, მოიხმარენ ინფორმაციას ინტერნეტის და არა ტრადიციული მედიის საშუალებით;
- მათ მიერ უნივერსიტეტის დამთავრება დაემთხვა 2008 წლის ეკონომიკურ კრიზისს, შესაბამისად მათ რიგებში გაიზარდა უმუშევართა რაოდენობა, მათი პირველი შრომითი ნათლობა შედარებით დაგვიანდა და ამდენად უფრო დიდხანს მოუწიათ მშობლებთან ცხოვრება;
- სტაბილური სამსახურის არ ქონის გამო, უფრო ნაკლებად ქმნიან ოჯახებს, ვიდრე მათი წინა თაობა;
- აქვთ სოციალურ-ლიბერალური პოლიტიკური შეხედულებები, მხარს უჭერენ უმცირესობების უფლებათა ლეგალიზაციას.

თაობა Z-ის უმრავლესობა საბავშვო ასაკშია და მათი სისტემური ღირებულებები ჩამოყალიბების ფაზაში. „თაობათა თეორიის“ მიხედვით, ამ თაობის წარმომადგენლები გაიმეორებენ „მდუმარე თაობის“ ქცევის თავისებურებებსა და ხასიათს, კერძოდ დიდი ალბათობით ჩაიკეტებიან და ამით დაიცავენ თავს გარემოსგან, ამასთან თავშესაფარს იპოვიან არა ოჯახში ან ლიტერატურაში, არამედ ვირტუალურ

რეალობაში. თაობა X-ის და მილენიუმელები ანუ თაობა Y-ის შვილები წარმატებით ურთიერთობენ ტექნოლოგიებთან, აქტიურები არიან სოციალურ ქსელებში და მხარს უჭერენ პოლიტიკურ ცვლილებებს. Merriam-Webster და Oxford ლექსიკონების მიხედვით [21-22], მათი გამორჩეული თვისებები:

- დაიბადნენ მაშინ, როცა ტექნოლოგიების საყოველთაო გამოყენება დაიწყო, შესაბამისად ძალიან იშვიათად წყალობენ ტრადიციულ მედიას; ბავშვობიდან ხმარობენ სმარტფონებსა და კომპიუტერებს;
- ალკოჰოლსა და ნარკოტიკებს ნაკლები დოზით მოიხმარენ, ვიდრე მათი მშობლები;
- წინა თაობებისგან განსხვავებით, უფრო მეტად აწუხებთ დეპრესია და სტრესი;
- თანხის გამომუშავებას სოცქსელების საშუალებით ადრეული ასაკიდან იწყებენ, ბევრი უკვე სკოლის ასაკიდან იწყებს კარიერას, ნაკლებად მხარჯავენ არიან მშობლებთან შედარებით;
- უფრო მემარცხენე შეხედულებების არიან, მხარს უჭერენ გენდერულ თანასწორობას და იცავენ უმცირესობის უფლებებს;
- აწუხებთ კლიმატის ცვლილება;
- დამოკიდებულნი არიან ტექნოლოგიებზე, იშვიათად ურთიერთობენ „ცოცხალ რეჟიმში“, მგრძობიარენი არიან, პესიმისტურად უყურებენ მომავალს.

თაობა Z-ის მემკვიდრეებს ჯერ არა აქვთ სახელი.

მკვლევარი მარკ მარკვრინდლი გვთავაზობს 2010 წლის შემდეგ დაბადებულ თაობას ვუწოდოთ „**თაობა ალფა**“ [23]. მეცნიერი ხაზს უსვამს იმ გარემოებას,

რომ მეცნიერებაში ხშირად გადადიან ბერძნულ ალფაბეტზე, როცა ლათინური ასოები მთავრდება. ის თვლის, რომ „თაობა ალფა“ ისტორიაში ყველაზე მდიდარი, ტექნოლოგიურად განვითარებული და განათლებული თაობა იქნება. „თაობა ალფას“ სხვანაირად „მინის“ თაობასაც უწოდებენ, რადგან ისინი გარე სამყაროსთან კავშირს ძირითადად ეკრანის მეშვეობით ამყარებენ. ეს თაობა, დიდი ალბათობით, ძლიერი ეკონომიკური უთანასწორობის პირობებში იცხოვრებს, ისინი უფრო ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ისწავლიან, შესაბამისად საკუთარი შემოსავლის მიღებას უფრო გვიან შეძლებენ, ამიტომ უფრო დიდხანს იცხოვრებენ მშობლებთან ერთად.

„თაობების თეორია“ იმითაა საინტერესო, რომ საზოგადოების განვითარების ევოლუციისა და მომავალი სოციალური და ეკონომიკური პროცესების პროგნოზირების საშუალებას იძლევა. ამ თეორიის წყალობით სხვადასხვა თაობის წარმომადგენლებს ურთიერთთანამშრომლობისა და ერთმანეთის უკეთ გაგების შანსი ეძლევათ [24].

უნივერსიტეტის სტუდენტთა კონტინენტის ხარისხობრივი ფორმირების პროცესში ჩვენთვის ყველაზე საინტერესოა თაობა Z, როგორც მომავალ სტუდენტთა მიზნობრივი ჯგუფი.

„ციფრული ადამიანისთვის“ ინტერნეტგარემო ყოფის ბუნებრივი ადგილია, სადაც ვირტუალური და რეალური სამყარო იმდენად გადაჯაჭვულია, რომ ბევრისთვის მათი გარჩევა გაძნელებულია.

როგორც ჩანს, უფრო მიზანშეწონილია საუბარი პიროვნებაზე – „ქსელურ ადამიანზე“, რომლისთვისაც დამახასიათებელია ახალი ტიპის კომუნიკაციის

ფორმა – ვირტუალური კომუნიკაცია, აზროვნების ახალი ტიპი – ქსელური აზროვნება, ფსიქიკის ახალი ტიპი – ინტერნეტმომხმარებლის ფსიქიკა და, შესაბამისად, ინტერნეტფობიები.

ქსელურ აზროვნებას სიმბოლური ხასიათი აქვს. ის ინტერნეტკომუნიკაციის თანამდევია, მისი არსია და ხსნის მის შინაარსს. ამ პროცესში ხდება სიმბოლოებისა და გამოსახულებების და არა შინაარსის გაცვლა. ვირტუალური აზროვნება იმის ნიშანია, რომ ამ ურთიერთქმედების ობიექტები და პროცესები არა ობიექტურ, არამედ ვირტუალურ რეალობას ეკუთვნის.

ქსელური აზროვნება მჭიდროდაა დაკავშირებული ვირტუალური პიროვნების ისეთ მახასიათებელთან, როგორცაა პოლიფონიურობა. ამ უკანასკნელის საფუძველია ვირტუალური პიროვნების ცნობიერების განაწილება ინფორმაციულ სივრცეში. ვირტუალურ პიროვნებას, ანონიმურობის წყალობით, შესაძლებლობა აქვს ერთდროულად დაკავდეს სხვადასხვა ვირტუალური პოზიციით – შეუძლია ერთდროულად მონაწილეობა მიიღოს ქსელური კომუნიკაციის სხვადასხვა ფორმაში, რაც იწვევს მისი აზროვნებისა და ცნობიერების დამსხვრევას, დაშლას.

ქსელური ადამიანისთვის დამახასიათებელია გამორჩეული ფსიქიკური სინდრომები, მათ შორის ე.წ. ინტერნეტფობიები.

ფობია (ბერძ. φόβος – «შიში») — სიმპტომი, რომლის არსია ირაციონალური, არაკონტროლირებადი შიში ან გადაჭარბებული შფოთვა. რაიმე სიტუაციის, ობიექტის საქმიანობის ან ადამიანის (ან ცხოველის) მიმართ [25] (როგორც ფილადელფიის ემო-

ციური ჯანმრთელობის ცენტრის აღმასრულებელი დირექტორი მარლა დეიბლერი აღნიშნავს) სამეცნიერო ლიტერატურაში ძალიან ცოტაა მონაცემი ტექნოლოგიურ ფობიებზე [26], თუმცა მაინც შეიძლება საუბარი იმ ტექნოლოგიურ ფობიებზე, რომლებიც ჯერ სახელმძღვანელოებში არ არის შეტანილი [27].

- **ჰომოფობია** – მობილური მოწყობილობის გარეშე დარჩენის შიში. ასეთ შიშს განიცდის ინფორმაციული რესურსების მომხმარებელთა 66 %. მათ ახასიათებთ მიღებული შეტყობინებების, ელექტრონული ფოსტით მიღებული წერილების, გამოტოვებული ზარების მუდმივი კონტროლის მოთხოვნილება. ეს ფობია იწვევს პანიკასა და შფოთვას, როცა ტელეფონი ხელმიუწვდომელია. განსაკუთრებულ შემოთებას იწვევს კავშირის მიუწვდომლობის, აკუმულატორის განმუხტვისა და ტელეფონის დაკარგვის შიში;
- **სოციოფობია** – სოციალური ქსელების შიში. ეს არის დევნის შიშის თანამედროვე ვერსია და გამოიხატება სოციალურ ქსელში საკუთარი გვერდის გახსნის შიშით, რომელიც განპირობებულია ამ გვერდითი მანიპულირების საშუალებისა და საკუთარი პერსონის თვალთვალის შეგრძნებით;
- **ტროლიფობია** – შიში იმისა, რომ მისი გვერდის ან ბლოკის კომენტატორებს – ტროლებს აქვთ ერთი მიზანი–დააზიანონ შენი იმიჯი. აქედან გამომდინარეობს ანონიმურობის და რაც შეიძლება ნაკლები ყურადღების მიქცევის სურვილი;

- **იმიჯფობია** – ახალი ადამიანური შიში, რომელიც განპირობებულია შეშფოთებით, რამდენად სწორად აღიქვამს ადრესატი შენ მიერ კომენტარებში გამოყენებულ ნიშნებსა და სიმბოლოებს;
- **სელფიფობია** – შიში იმისა, რომ ცუდად გამოიყურები ფოტოზე ან სლაიდზე;
- **ტრედფობია** – კომენტარების, საკუთარი აზრის გამოთქმის შიში;
- **ტექნოფობია** – ტექნოლოგიების შიში, რომელიც გამოიხატება ტექნოლოგიების მავნე გავლენით არსებულ შიშში;
- **კიბერფობია** – კომპიუტერის შიში. ადამიანების გარკვეულ ჯგუფს აქვს კომპიუტერთან მუშაობის ირაციონალური შიში. ასეთი ადამიანები აქტიურად მონაწილეობენ ანტიტექნოლოგიურ აქციებში;
- **ტელეფონფობია** – ტელეფონის შიში, რომელიც გამოიხატება ზარების მიღებისა და ზარებზე პასუხის შიშში, ძალიან ჰგავს საჯარო გამოსვლის შიშს. ამ შემთხვევაში შიში უკავშირდება იმის განცდას, რომ შეიძლება გახდეს კრიტიკის ობიექტი ან უგუნურად გამოიყურებოდეს.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, კარგად გამოჩნდა „თაობა Z“-ის სუბიექტის – „ქსელური ადამიანის“ ფენომენის სირთულე და მრავალწახნაგოვნება. ჩვენი აზრით, ეს განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია „ქსელური ადამიანის“ საგანმანათლებლო პროცესის სუბიექტად განხილვის კონტექსტში, განსაკუთრებით „ციფრული სკოლის“ კონცეფციის დამუშავების პროცესში, რომელიც გულისხმობს საგან-

მანათლებლო პროცესის როგორც შინაარსის, ისე ტექნოლოგიების გამოყენებით სწავლების ფორმების სერიოზულ გააზრებას.

თანამედროვე საგანმანათლებლო სისტემაში არსებული თაობათა რთული კონგლომერანტი სერიოზულ სიძნელებსა და რისკებს ქმნის თაობა Z-ის სწავლის, აღზრდისა და პროფორიენტაციის პროცესში. განათლების სისტემის გაციფრულების პროცესში თითქმის ხუთი თაობის ურთიერთქმედებამ გააჩინა ახალი მითები მოსწავლეების, პედაგოგებისა და მშობლების მხრიდან ინფორმაციული ტექნოლოგიების ათვისების ხარისხთან მიმართებაში.

გაჩნდა აზრი, რომ მოსწავლეები ინტერნეტბორიგენები არიან, ხოლო პედაგოგები და მშობლები – ინტერნეტემიგრანტები, რომლებიც კატასტროფულად ჩამორჩებიან მათ. ფაქტები იმაზე მეტყველებს, რომ „ქსელური პიროვნების“ განათლების პროცესის ტექნოლოგიურმა ასპექტმა შეიძლება მეორე პლანზე გადაიწიოს და ადგილი დაუთმოს ციფრული თაობის ღირებულებით-სამოტივაციო სფეროს განვითარების სტრატეგიას. ეს კი პროფორიენტაციის ერთ-ერთი უმთავრესი კომპონენტია.

თანამედროვე მოსწავლის შემეცნებითი სფეროს დინამიკის განხილვის დროს აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნეს აზროვნების ახალი ტიპის – კლიპური აზროვნების ფორმირება და განვითარება.

ინგლისურად სიტყვა «clip» ამოჭრას, ამონაჭერს (გაზეთიდან), ნაწყვეტს (ფილმიდან) ნიშნავს. სიტყვა „კლიპი“ მკითხველს ამისამართებს მუსიკალური ვიდეორგოლების აგების პრინციპებთან, სადაც ვიდეოს თანამიმდევრობა ერთმანეთთან სუსტად დაკავშირებულ გამოსახულებებს ეფუძნება. სწორედ ამ

პრინციპზეა აგებული კლიპური მსოფლმხედველობა – ადამიანი სამყაროს მთლიანობაში კი არა, არამედ ერთმანეთთან არაფრით დაკავშირებულ ნაწილებს, ფაქტებსა და მოვლენებს თანამიმდევრობით აღიქვამს. კლიპური აზროვნების მქონე ადამიანს უჭირს სიტუაციის ანალიზი, რადგან სიტუაციის არსი „გამოსახულება“ მის გონებაში დიდხანს არ ჩერდება და მის ადგილს ახალი იკავებს [28-29].

კლიპური აზროვნების განმარტების ერთ-ერთი პირველი ვარიანტი ამერიკელმა სოციოლოგმა ელვინ ტოფლერმა წარმოადგინა წიგნში „მესამე ტალღა“ [30-32].

მისი აზრით, კლიპური აზროვნება არის ინფორმაციული საზოგადოებისთვის დამახასიათებელი მოვლენა და მომავლის ინფორმაციული კულტურის განუყოფელი ნაწილი, რომელიც ეფუძნება უსასრულო ინფორმაციულ სეგმენტებს და კომფორტულია შესაბამისი აზროვნების მქონე ადამიანებისთვის.

კლიპური აზროვნების წარმოშობის წყარო უნდა ვეძებოთ მასობრივ კულტურაში და მის მიერ თავს მოხვეულ სტერეოტიპებში. ხოსე ორტეგაი გასეტი და ჟან ბოდრიარი აღწერენ რა „მასობრივი ადამიანის“ მოდელს ([33] [34]), ხაზს უსვამენ ასეთი ტიპის ადამიანის ისეთ თვისებებს, როგორცაა თვითკმყოფილება, უნარი იყოს „არც თავისთვის და არც სხვისთვის“, დიალოგის და მოსმენის უუნარობა. მასებთან მიაქვს აზრი, ისინი კი ითხოვენ სანახაობას, მასებს უგზავნიან გზავნილებს, ისინი კი ინტერესდებიან მხოლოდ სიმპტომურობით – მასების მთავარი ძალა სიჩუმეშია.

კლიპური აზროვნების ფენომენი ინტელექტუალური და კულტურული ისტორიის უმნიშვნელოვანესი მომენტია, რადგან განაპირობებს აზროვნების წრფივი მოდელიდან სრულიად ახალ ქსელურ მოდელზე გადასვლას. ასეთი ტიპის აზროვნება თაობა Z სუბიექტ „ქსელური ადამიანის“ აბსოლუტური უმრავლესობისთვისაა დამახასიათებელი, ამიტომ უნივერსიტეტის სტუდენტთა კონტინენტის ხარისხობრივი ფორმირების პროცესში მნიშვნელოვანია იმის ცოდნა, თუ აზროვნების როგორი ტიპის მიზნობრივ ჯგუფთან გვიწევს ურთიერთობა.

ინტერნეტთაობის (Internet Generation) ძლიერი მხარე რამდენიმე ამოცანაზე პარალელურად მუშაობის უნარში გამოიხატება. ამ თაობის ადამიანებს შემოღობილი ერთროულად მოუსმინონ მუსიკას, იყვნენ სასაუბრო ველში, იხეტიან ქსელში, რედაქტირება გაუკეთონ ფოტოსურათებს და პარალელურად მოამზადონ გაკვეთილები. თუმცა ამ უნარის გამოყენებას თავისი ფასი აქვს – „ქსელური ადამიანისთვის“ დამახასიათებელია დაბნეულობა, ჰიპერაქტიურობა, ყურადღების დეფიციტი და ლოგიკასთან შედარებით უპირატესობის მინიჭება ვიზუალური სიმბოლოებისთვის. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ასეთი ადამიანის ცნობიერება განიცდის ქალსური და ერთმანეთთან დაუკავშირებელი, მრავალგვაროვანი და, ხშირ შემთხვევაში, ადამიანისთვის სრულიად უსარგებლო ინფორმაციის შემოდინებას, რომელიც ინფორმაციის აღქმის არხებს ავსებს. „ინფორმაციული ჰიგიენის“ უზრუნველყოფის პროცესში კლიპური აზროვნება ინფორმაციული და ფსიქოლოგიური გადატვირთვის დამცავი მექანიზმის როლს ასრულებს.

შეიძლება დავასკვნათ, რომ კლიპური აზროვნება, რომელიც თანამედროვე საზოგადოებაში მასიური მოვლენაა, ინფორმაციული გადატვირთვის ერთგვარი დაცვის მექანიზმია. ადამიანს, რომელსაც აქვს სხვადასხვა თემაზე ინფორმაციის მიღების მოთხოვნილება, სხვა ალტერნატივა, გარდა ამ ინფორმაციების ნიმუშებად აღქმისა არა აქვს. კლიპური აზროვნების დროს კონტექსტის გაგება გაძნელებულია – სუბიექტს უჭირს მოვლენის მიზეზისა და შედეგის გაგება, რადგან ინფორმაციის მაღალი სიჩქარით მოხმარების პროცესში სამყაროს აღქმა ხდება ფრაგმენტულად, პატარ-პატარა პორციებად და ამ დროს უპირატესობა ენიჭება ვიზუალურ ნიმუშებს.

კლიპური აზროვნება ცვლის პიროვნების სხვა შემეცნებით პროცესებსაც. თუ ვისაუბრებთ მახსოვრობაზე, მაშინ ჩნდება „Google ეფექტი“ – ამ დროს მახსოვრობის ვარჯიში არ ხდება, გახსენება ხდება უშინაარსო. არასანდო ინფორმაციული ნაკადის ზეგავლენის პირობებში „ქსელური ადამიანი“ ვერ იმახსოვრებს ინფორმაციის შინაარსს და კონცენტრირებულია იმაზე „სად და როგორ იპოვოს“. თუმცა ამ ყველაფერს დადებითი მომენტიც აქვს – „მახსოვრობის ეკონომია“ ათავისუფლებს რესურსებს შემოქმედებითი და კრეატიული საქმიანობისთვის.

მკვლევრები შემდეგნაირად აფასებენ იმ მოსწავლეებისა და სტუდენტების თავისებურებებს, რომელთაც კლიპური აზროვნება აქვთ:

- საკვანძო მომენტების გამოყოფის, მიზეზშედეგობრივი კავშირების დადგენის, ლოგიკის, ანალიზის უნარების არ ქონა;

- მოკლევადიანი მახსოვრობა, რომელიც დომინირებს ასეთი აზროვნების პირობებში. ცნობილია, რომ დამახსოვრება ხდება ლოგიკური კავშირების დადგენისა და ანალიზის პირობებში. თავდაპირველად ტვინი ადგენს ლოგიკურ კავშირებს, ითვისებს მათ და მხოლოდ ამის შემდეგ ხდება დამახსოვრება. ასეთი დამახსოვრება ეფუძნება ხანგრძლივ აზროვნებას, რომელიც ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ინახება და მოთხოვნილების შემთხვევაში მისი სწრაფი აღდგენა ხდება;

- ხდება მხოლოდ მცირე სიგრძისა და მოცულობის აზრების ოპერირება. შესასწავლი მასალის გართულების შემთხვევაში მისი შესწავლა შეუძლებელი ხდება;

- შესასწავლი საგნისადმი ინტერესის არ ქონა, რაც აიხსნება მისი ნაწილობრივი ან სრული ვერ გაგებით;

- სწავლის პროცესში ჩქარი დადლილობა;

- დაბალი თვითორგანიზაცია, რომელიც შესასწავლი მასალისადმი დაბალი ინტერესითაა განპირობებული.

კლიპური აზროვნება შეიძლება განვიხილოთ, როგორც გამარტივებული აზროვნება. სწორედ ასეთი აზროვნების მატარებელია უნივერსიტეტების სამიზნე აუდიტორიის აბსოლუტური უმრავლესობა, რაც მნიშვნელოვანი და გასათვალისწინებელი ფაქტორია პროფორიენტაციის პროცესში.

კლიპურ აზროვნებასთან დაკავშირებით შეგვიძლია რამდენიმე დასკვნის ფორმულირება:

- კლიპური აზროვნების ფენომენი ინფორმაციული საზოგადოების პროდუქტია და და-

კავშირებულია ადამიანის მიერ მიღებული ინფორმაციის მოცულობის მკვეთრ ზრდასა და ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარებასთან. ის შეიძლება განვიხილოთ, როგორც საზოგადოების ინფორმატიზაციის გვერდითი ეფექტი:

- კლიპური აზროვნება, ერთი მხრივ, დესტრუქციულად მოქმედებს ინფორმაციის კრიტიკულ აღქმაზე და ადამიანს ინფორმაციის სისტემური აღქმის საშუალებას არ აძლევს; მეორე მხრივ, გააჩნია უპირატესობა, რომელიც მდგომარეობს ინფორმაციული ნაკადიდან აზრის მყის მიღებასა და ინფორმაციის დიდი მოცულობის არასტანდარტულ ანალიზში;
- კლიპური აზროვნება უნდა მივიღოთ როგორც მოცემულობა და უნდა დავამკვიდროთ ახალი საგანმანათლებლო პრაქტიკა, რომელიც აზროვნების ამ ტიპის უპირატესობის სრულ გათვალისწინებას გულისხმობს. უეჭველია ის ფაქტი, რომ ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარების კვალდაკვალ სულ უფრო იზრდება ასეთი აზროვნების მატარებელი ახალგაზრდების რიცხვი. შესაბამისად, აუცილებელია საგანმანათლებლო პრაქტიკაში სწავლების ვიზუალური მეთოდების – ინფოგრაფიკების, ბლოკსქემების, მენტალური რუკების, დიაგრამების, პრეზენტაციების, სასწავლო ფილმების, ვიდეოკლიპების, ონლაინტესტების უფრო ფართო გამოყენება. სწავლებაში ასეთი ფორმების გამოყენება ხელს შეუწყობს ინფორმაციის კლიპური ფორმით გადაცემას;

- სწავლებაში მულტიმედიური ტექნოლოგიების გამოყენებასთან ერთად განსაკუთრებით გამოსაყოფია ელექტრონული სახელმძღვანელოების შედგენისა და შექმნის საკითხი. სამწუხაროდ დღემდე არ არის ჩამოყალიბებული ამ საკითხისადმი ერთიანი მიდგომა, თუმცა ყველა თანხმდება იმაზე, რომ ასეთი ტიპის სახელმძღვანელო არ უნდა იმეორებდეს სახელმძღვანელოს ბეჭდვურ ვარიანტს და უნდა ატარებდეს ანიმირებულ შინაარსს.

ცნობილმა ბრიტანელმა მეწარმე ფუტურისტმა, Oxford Martin School დამფუძნებელმა, ოქსფორდის უნივერსიტეტის 900-წლიანი არსებობის ისტორიაში ამ უნივერსიტეტის ყველაზე დიდმა კერძო შემომწირველმა, ინტერნეტის გაჩენის წინასწარმეტყველმა ჯეიმს მარტინმა თავის ცნობილ ნაშრომში The Meaning of the 21st Century ადამიანების ორ ტიპი წარმოადგინა. პირველი – „ადამიანი წიგნი“, რომელიც ინფორმაციას იღებს კითხვის საშუალებით, ამიტომ მისი განმასხვავებელი თვისებაა „ხანგრძლივი ანალიზის“ უნარი; მეორე ტიპი – „ეკრანის ადამიანები“ პირველისგან კარდინალურად განსხვავდებიან. მათთვის დამახასიათებელია სწრაფი რეაგირება და სწრაფვა „ახალი კლიკისკენ“. ასეთი ადამიანები ურთიერთობის დროს პარტნიორს ბოლომდე არ უსმენენ და მუდმივად სურთ სასაუბრო თემის შეცვლა. ჩვენთვის საინტერესო თაობა Z-ის შემთხვევაში საქმე გვაქვს პიროვნებებთან, რომლებიც მიჩვეულნი არიან იმას, რომ ეკრანზე რამდენიმე ფაქტი ერთდროულად ხდება და მათ აქვთ მუდმივი სურვილი, გარშემომყოფები დაუყოვნებლივ რეაგირებდნენ მათ მოთხოვნილებებზე. სანამ Homo

sapiens გახდება в Homo futuries - მომავლის ადამიანი, მას მოუწევს გონების დაბნელების გადატანა [35] – [36].

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, შეიძლება გამოვეყოთ „ქსელური პიროვნების“ ზოგიერთი ასპექტი, რომელიც ზეგავლენას ახდენს საგანმანათლებლო პროცესის დინამიკაზე:

- სოციუმსა და ცალკეულ ადამიანებთან ურთიერთობის ფორმების ცვლილება, **თაობა Z** სუბიექტების ახალი თვისებების ფორმირების საწინდარია. დღეს აქტუალურია პიროვნების პრივატულობის პრობლემა, რომელიც განიხილება მოზარდის ავტონომიურობის ფორმირების ფაქტორად. ასაკის მატებასთან ერთად ხდება პრივატულობის ტრანსფორმაცია სოციუმთან მიმართებაში;
- ინტერნეტის ეპოქაში მოზარდების პოზიტიური სოციალიზაციის მიზნით აუცილებელია მათი არა მხოლოდ ტექნოლოგიური (ისინი დაბადებიდან ისედაც ინტერნეტგარემოში ცხოვრობენ), არამედ ეთიკური განვითარება. ჩვენი აზრით, პრობლემის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ კომუნიკაციის ციფრული საშუალებები კარგია მათთვის, ვისაც აქვს საგანმანათლებლო ბაზა, მაგრამ დამლუპველია მათთვის, ვისთვისაც ეს პროცესი არა შრომასთან, არამედ გართობასთან ასოცირდება;
- ცალკე გამოიყოფა სკოლის პედაგოგისა და უნივერსიტეტის პროფესორის ურთიერთობა მოზარდთან ციფრული ეპოქის პირობებში. დღეს მასწავლებელი/ლექტორი აღარ არის მოზარდისთვის ინფორმაციის წყარო და გვე-

ვლინება, როგორც მათი მრავალფეროვანი შემეცნებითი საქმიანობის ორგანიზატორი. ასეთ საქმიანობაში პედაგოგიური ამოცანები პერიფერიულ დონეზე რჩება და ნაკლებად ეხმარება მოზარდს საკუთარი თავის იდენტიფიცირების პროცესში. ცნობილი მეცნიერი ე. ერიქსენი ნაშრომში „ბავშვობა და საზოგადოება“ გამოყოფს იდენტურობის სტადიებს და ასაბუთებს, რომ მეხუთე სტადია (11–20 წელი) საკვანძო პერიოდია იდენტურობის ფორმირების პროცესში. „ ამ დროს მოზარდი მერყეობს იდენტიფიკაციის დადებით პოლუსს „მე“ და უარყოფით პოლუსს „არეულ როლებს“ შორის. მოზარდი დგას ამოცანის წინაშე, გააერთიანოს ყველაფერი, რაც იცის საკუთარ თავზე როგორც შვილზე, მოსწავლეზე, მეგობარზე, სპორტსმენზე და ა.შ. ყოველივე ეს უნდა აქციოს ერთ მთლიანად, გაიაზროს, დაუკავშიროს წარსულს და მოახდინოს მომავლის პროექცია. თუ ყველაფერი სასიკეთოდ წარიმართა, ხდება იდენტიფიცირების გრძნობის ფორმირება, სხვა შემთხვევაში ყალიბდება დაბნეული იდენტურობა, რომელსაც თან ახლავს მტანჯველი ეჭვები საკუთარ თავზე, საზოგადოებაში ადგილზე და მომავლის პერსპექტივასთან დაკავშირებით“ [37].

მეცნიერები ხაზგასმით აღნიშნავენ „ქსელური ადამიანის“ მიერ სამყაროს აღქმის ზოგიერთ თავისებურებას, რომელიც გავლენას ახდენს სოციალიზაციის პროცესში იდენტიფიკაციის პროცესზე:

- გაურკვევლობისა და მოულოდნელობების გრძნობა;
- დარჩენა რეალობაში „აქ და ახლა“;
- ცხოვრებისეულ სიტუაციაში გაურკვევლობისა და არაპროგნოზირების განცდის გრძნობა;
- მსოფლიოს მოზაიკური სურათი;
- ცნობიერებისა და თვითშეგნების ქსელური სტრუქტურა;
- სოციალური და პიროვნული აზრების დინამიკურობა;
- სამყაროს აღქმისა და გაგების პოტენციურად უსასრულო მრავალფეროვნება;
- "მე"-ს დაყოფა და დეცენტრაცია;
- იმიჯის პრიორიტეტი საგანთან მიმართებაში;
- ცნობიერებისა და აზროვნების ვიზუალიზაცია, საკუთარი საინფორმაციო გარემოს შექმნა და მასში საკუთარი თავის კონსტრუირება.

თაობა Z-ზე, როგორც პროფორიენტაციის მიზნობრივ ჯგუფზე, საუბრისას მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია კიდევ ერთ საჭირო უნარზე – **ემოციურ ინტელექტზე** ყურადღების გამახვილება. ემოციური ინტელექტი, ლოგიკური ინტელექტისგან განსხვავებით, ახასიათებს პიროვნების მიერ სიტუაციის სწორად აღქმის, სიტუაციის სწორად განვითარებაზე ზემოქმედების, სხვა ადამიანების მოთხოვნილებებისა და სურვილების გააზრების, სტრეს-მედეგობისა და ტოლერანტობის უნარებს [38].

ემოციური ინტელექტი (emotional intelligence) არის საკუთარი ემოციებისა და გრძნობების გაგების და მათი ისეთნაირად მართვის უნარი, რომ მოახერხო გარემომყოფებთან ჰარმონიული ურთიერთქმედება და მიაღწიო დასახულ მიზნებს [39].

მაღალი ემოციური ინტელექტის მქონე მოზარდები გამოირჩევიან უკეთესი საკომუნიკაციო, ვერბალური და შემეცნებითი უნარებით. მაღალი ემოციური ინტელექტის მქონე პიროვნებები:

- წარმატებით უმკლავდებიან რთულ სიტუაციებს;
- ნათლად აყალიბებენ საკუთარ აზრებს;
- ადვილად იმსახურებენ გარემომყოფთა პატივისცემას;
- შეუძლიათ ზეგავლენის მოხდენა სხვებზე;
- რთულ სიტუაციებში ინარჩუნებენ ჯანსაღი აზროვნების უნარს;
- აცნობიერებენ საკუთარ ემოციურ რეაქციებს ყველაზე რთულ სიტუაციაშიც კი;
- მოლაპარაკების პროცესში ფლობენ საკუთარ თავს და ეფექტურად მართავენ სხვებს;
- წარმატების მისაღწევად შეუძლიათ თვითმოტივაცია;
- ყველაზე გართულეულ სიტუაციაშიც შეუძლიათ პოზიტიურ ნოტზე დარჩენა.

მაღალი ემოციური ინტელექტის მქონე პიროვნებები:

- ვერ კონტაქტობენ გუნდთან;
- აწარმოებენ პასიურ ან აგრესიულ კომუნიკაციას;
- კიცხავენ სხვებს;
- უმოქმედობისა და წარუმატებლობის შემთხვევაში ყოველთვის პოულობენ თავის გასამართლებელ მიზეზებს;
- აქვთ ისეთი აზრები და მოსაზრებები, რომელსაც გარემომყოფნი არ აფასებენ;

➤ ყოველთვის ცხოვრობენ „მსხვერპლის“ პოზიციით.

ემოციური ინტელექტი მოზარდის სოციალიზაციის საფუძველია. პროფორიენტაციის პროცესში მოზარდების ემოციური ინტელექტის ჯერ დადგენის და შემდეგ განვითარების გზით მათ ვასწავლით რთულ სიტუაციებთან გამკლავებას - ისინი უკეთ იცნობენ საკუთარ თავსა და თანატოლებს, ადვილად პოულობენ ენას თანატოლებთან და არ იკეტებიან საკუთარ თავში.

ესმის რა საკუთარი ემოციების, მოზარდი აცნობიერებს ამა თუ იმ სიტუაციაში საკუთარი ორგანიზმის რეაქციას. შინაგანი მოდელის „მე ვგრძნობ“ განვითარება ეხმარება მას გაიაზროს საკუთარი ინტერესები, ეს კი საკუთარ თავში ტალანტის აღმოსაჩენად გზაა [40].

სხვადასხვა პროფესიის გაცნობის პროცესში ასეთი მოზარდი ადვილად აცნობიერებს თუ რა აინტერესებს ყველაზე მეტად და, შესაბამისად, იწყებს ამა თუ იმ უნარის განვითარებას.

ემოციური ინტელექტი „სოციალური ლიფტით“ მგზავრობის უმნიშვნელოვანესი მდგენელია, რომელსაც სამწუხაროდ ნაკლები ყურადღება ექცევა სკოლის სასწავლო გეგმაში, ამიტომ თაობა Z -ის სუბიექტების მიერ ამ უნარის ელემენტების გაცნობა და დაუფლება უნივერსიტეტების პროფესიული ორიენტაციის კომპლექსური პროგრამის მნიშვნელოვანი ელემენტი უნდა იყოს.

თაობა Z ინდივიდუალისტების თაობაა, რომელიც ესწრაფვის დამოუკიდებლად, საკუთარი ცხოვრებისეული ტრაექტორიის, საკუთარი სამყაროს შესაქმნელად და, ამასთან, მზადაა შექმნილი რეალო-

ბის სწრაფი ცვლილებებისთვის. დამოუკიდებლობა შრომის ბაზარზე იმაში გამოიხატება, რომ ისინი დამსაქმებლებთან ურთიერთობას, მშობლებისგან განსხვავებით, „უფროს-ქვეშევრდომის“ პრინციპით არა, არამედ „შემკვეთ-შემსრულებლის“ პრინციპით აგებენ. ფაქტობრივად ამ ჯგუფის ყველაზე აქტიური ნაწილი ადრეულ ეტაპზე ირჩევს დამსაქმებელს, მაშინ როცა მათი მშობლების თაობას დამსაქმებელი ირჩევდა და ირჩევს. ისინი ეძებენ მუშაობის ისეთ პირობებს, რომელიც მათ თვითგამოხატვისა და თვითსრულყოფის საშუალებას მისცემს. ისინი მშობლებისგან განსხვავებით, მობილურები არიან. აქედან გამომდინარე, პროფორიენტაციის საბაზო სისტემის კრახი, რომელიც ეფუძნებოდა კონკრეტულ პროფესიაში მთელი ცხოვრების განმავლობაში მუშაობას, ანგრევს მთელ სისტემას, რომლის სუბიექტებმაც არ იციან როგორ იმოქმედონ შექმნილ სიტუაციაში. სამართლიანობისთვის უნდა ითქვას, რომ ამ სისტემის კონკრეტული სუბიექტი – საგანმანათლებლო დაწესებულება პროფესიული თვითგამოხატვისა და თვითგამორკვევის მეთოდების მუდმივი ძიების პროცესშია. პრობლემას ქმნის, დამსაქმებლებთან არასაკმარისი კოორდინაციის გამო, ისეთი სპეციალისტების მოზღვაება შრომის ბაზარზე, რომლებიც ნაკლებად პასუხობენ ბაზრის მოთხოვნებს და, ამის გამო, ვერ ახერხებენ დასაქმებას.

დასკვნა

ცნება „განათლება“ გულისხმობს „სოციუმში დაგროვილი ცოდნის, უნარებისა და ღირებულებების ერთი თაობიდან მეორეში გადაცემის პრო-

ცეს“ [41]. იმის გააზრება, რომ სამყარო იცვლება, ხოლო ეკონომიკის ტრანსფორმირება ხდება „ცოდნის ეკონომიკად“, მიგვიყვანს პროფორიენტაციის სისტემის, როგორც უწყვეტი განათლების საკვანძო კომპონენტის გადაფასებასთან. იმის გამო, რომ იცვლება მოთხოვნა პროფესიებზე, უნდა შეიცვალოს მოთხოვნები საგანმანათლებლო პროგრამებზე.

პროფესიული ორიენტაციის ახალი განმარტება ეკონომიკური განვითარებისა და თანამშრომლობის ორგანიზაციის, ევროკომისიის უწყვეტი პროფორიენტაციის ექსპერტთა ჯგუფის, ევროკავშირის საბჭოსა და მსოფლიო ბანკის მიერ მოწონებული და სამოქმედოდ შემოღებულია 2004 წლიდან:

„პროფესიული ორიენტაცია მიმართულია ადამიანის დახმარებაზე ნებისმიერ ასაკსა და ცხოვრების ნებისმიერ მომენტში, სწავლის მიმართულების, პროფესიული მომზადების, პროფესიული საქმიანობის სფეროს არჩევისა და საკუთარი კარიერის მართვის საკითხებში“ [42].

ამგვარად, პროფორიენტაციის პარადიგმა დასცილდა ტერმინ „პროფესიული ორიენტაციის“ გაგებას, როგორც ვიწროსპეციალიზებულ «professional guidance» „ორიენტაციას პროფესიაზე“ და დაე-

ფუნა უფრო ღრმა შინაარსს «career guidance» „ორიენტაციას კარიერაზე“. ეს საშუალებას იძლევა გავაერთიანოთ ინდივიდის პროფესიული არჩევანი, ზოგადი და პროფესიული განათლება, უშუალოდ ჩავრთოთ ამ პროცესში ბიზნესი და სამოქალაქო საზოგადოება, სახელმწიფო მმართველობითი ორგანოები, მაორგანიზებელი, მაკორდინირებელი და მაკონტროლებელი რგოლის გათვალისწინებით.

მიმდინარე ეტაპზე მიმდინარეობს კარდინალური ცვლილებები, რომელიც ეხება უმაღლეს სკოლას, მის სტრუქტურასა და შინაარსს, სტუდენტთა კონტინგენტის ხარისხის ამაღლების, ფორმირების სისტემას და მაღალკვალიფიციური სპეციალისტების მომზადებას. ამ პროცესს აქვს თავისი სპეციფიკა და პრინციპები, რომელიც ეფუძნება სოციუმის კულტურულ ტრადიციებს, საზოგადოების სოციალურ-ეკონომიკურ და დემოგრაფიულ მდგომარეობას. სამიზნე ჯგუფთაობა Z-ის თავისებურებათა გათვალისწინებით უნივერსიტეტების წინაშე ახალი გამოწვევები ჩნდება, რომელთა წარმატებით გადაჭრა მხოლოდ მეცნიერულად გააზრებული პლატფორმის საფუძველზეა შესაძლებელი.

ლიტერატურა

1. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/education/brief/education-for-all>
2. Dewey J. Democracy and education. Ilia University Press, 2010.
3. URL: https://gtu.ge/bef/pdf/2019_PDF/Axalgazrda_mecarmeta_Debuleba_05.12.19/axalgazrda_mecarmeta_centris_debuleba.pdf (In Georgian).
4. Deiss R., Henneberry R. Digital marketing for dummies. 2019

5. URL: <http://www.ceeman.org/>
6. URL: <https://www.aacsb.edu/>
7. URL: <https://eua.eu/>
8. URL: <https://www.naspaa.org/>
9. URL: <https://iau-aiu.net/>
10. URL: <http://www.bsun.org/>
11. URL: <http://www.ehea.info/>
12. Kertzner D. I. Generation as a sociological problem. Annual review of sociology. 1983
13. URL: https://smirnov.iph.ras.ru/win/publicatn/texts_2/ikh_t.htm (In Russian).
14. URL: http://www.muslimphilosophy.com/ik/Muqaddimah/Table_of_Contents.htm
15. URL: <https://tnu.tj/DisserPhD/6D.KOA-026/DavlatovDM/DavlatovDM.pdf> (In Russian).
16. Strauss W., Howe N. Generations: The history of America's future, 1584 to 2019. New York. 1991
17. URL:
https://archive.org/stream/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069ByWilliamStraussNeilHowe/Generations+The+History+of+America%27s+Future%2C+1584+to+2069+by+William+Strauss+%26+Neil+Howe_djvu.txt
18. URL: https://pikabu.ru/story/kratkiy_kurs_po_teorii_pokoleniy_7042389 (In Russian).
19. URL: https://www.osgf.ge/files/publications/Taobebi_1.pdf (In Georgian).
20. Strauss W., Howe N. The fourth turning: An American prophecy - what the cycles of history tell us about America's next rendezvous with destiny. Publisher: "Three Rivers Press". 1997.
21. URL: <https://www.merriam-webster.com/>
22. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
23. McCrindle M. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. 2014.
24. URL: <https://rugenations.su> (In Russian).
25. URL: https://www.health.harvard.edu/a_to_z/phobia-a-to-z
26. URL: <https://mashable.com/2014/08/02/tech-phobias/>
27. URL: <https://thecenterforemotionalhealth.com/>
28. Girenok F. Clip consciousness. M.: "Prospect". 2016.
29. Palladino L. J. Find your focus zone: An effective new plan to defeat distraction and overload. M.: "Mann, Ivanov and Ferber". 2017. (In Russian).
30. A Toffler A. The third wave. Publisher: «Bantam». 1984.
31. URL: <https://www.tofflerassociates.com/>
32. Ortega y Gasset J. The revolt of the masses. 2017.
33. Baudrillard J. In the shadow of the silent majority, or the end of the social. 2000.
34. Martin J. The meaning of the 21st century: A vital blueprint for ensuring our future. 2007.
35. URL: <https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/>
36. Erikson E. Childhood and society. Publisher: "Vintage". 1995
37. Goleman D. Emotional intelligence: why it can matter more than IQ. M.: "Mann, Ivanov and Ferber". 2013. (In Russian).
38. David S. Emotional flexibility. M.: "Mann, Ivanov and Ferber". 2017. (In Russian).
39. URL: <https://mariadolgoplova.ru/stati/erik-erikson-razvitie-identichnosti.html> (In Russian).
40. URL: <https://www.britannica.com/topic/education>

41. OECD and European Commission. Career guidance: A handbook for policy makers. Paris. 2004.

42. Kjell L., Ziegler D. Theories of personality. SPb: “Peter”. 2003. (In Russian).

UDC 025.45/46

SCOPUS CODE 1403

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2020-4-34-57>

“Digital era” and the professional orientation problems in the qualitative process of formation of student body at the university

Merab Mikelashvili Department of Business Administration, Georgian Technical University, 77 M. Kostava str., 0160 Tbilisi, Georgia
E-mail: m.mikelashvili@gtu.ge

Reviewers:

N. Chikviladze, Associate Professor, Faculty of Business Technology, GTU

E-mail: n.chikviladze@gtu.ge

I. Mamaladze, Professor, Faculty of Engineering Economic, Media Technology and Social Sciences, GTU

E-mail: I.Mamamladze@gtu.ge

Abstract. Transforming into digital society requires radical changes in the education system. While solving this issue, along with the aims of teaching, content, methods and forms, a new question arises - who are we teaching? The World Bank has investigated how the modern students interact with society and information flows. Experts agree that it's vital for the “Digital era” generation to participate in different cognitive activities in order to have the ability to adequately assess one's personality, think of the living strategy and become ready to self-realization.

Professional orientation is a complex problem for the “digital human” - student. It requires not only professional, but also social, psychological, economic and pedagogical research of personality, actualizing this issue in the prism of the theory of generations, which differentiates generations not only on demographic, but on value-oriented and psychographic basis.

Key words: Digital human; emotional intelligence; generation Z, mosaic thinking; professional orientation; theory of generations.

UDC 025.45/46

SCOPUS CODE 1403

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2020-4-34-57>

«Цифровая эра» и проблемы профессиональной ориентации в качественном процессе формирования студенческого контингента в университете

Мераб Микелашвили – департамент бизнес-администрирования, Грузинский технический университет, Грузия, 0160, Тбилиси, ул. М. Костава, 77
E-mail: m.mikelashvili@gtu.ge

Рецензенты:

Н. Чиквиладзе, ассоциированный профессор факультета бизнес-технологий ГТУ

E-mail: n.chikviladze@gtu.ge

Ир. Мамаладзе, профессор факультета инженерной экономики, медиатехнологий и социальных наук ГТУ

E-mail: I.Mamamladze@gtu.ge

Аннотация. Преобразование в цифровое общество требует радикальных изменений в системе образования. При решении этой задачи, на ряду с традиционными вопросами, которые связаны с целями образования и воспитания, содержанием, методами и формами, возникает новый вопрос – кого мы учим? Всемирный банк исследовал взаимодействие современных студентов с обществом и информационными потоками. Эксперты сходятся во мнении, что для поколения «цифровой эры» жизненно важно участвовать в различных познавательных действиях с целью адекватного оценивания своей личности, анализа жизненных стратегий и готовности к самореализации.

Профессиональная ориентация является комплексной проблемой для «цифрового человека», как для будущего студента. Это требует не только профессионального, но и социального, психологического, экономического и педагогического исследования личности; актуализирует ее изучение в призме теории поколений, которая дифференцирует поколения не по возрастным, а по ценностно-психологическим принципам.

Ключевые слова: клиповое мышление; поколение Z; профессиональная ориентация; теория поколений; цифровой человек; эмоциональный интеллект.

განხილვის თარიღი 17.06.2020

შემოსვლის თარიღი 15.07.2020

ხელმოწერილია დასაბეჭდად 15.12.2020