

## 1. საგანმანათლებლო პროგრამის შინაარსი

ა) სამაგისტრო პროგრამის სახელწოდება: მედია ფსიქოლოგია და კომუნიკაციები  
(Media psychology and communications)

ბ) მისანიჭებელი კვალიფიკაცია: სოციალურ მეცნიერებათა მაგისტრი  
(MA in Social Sciences)

გ) პროგრამის მოცულობა კრედიტებით: 120 (ECTS)

დ) სწავლების ენა: ქართული (ინგლისურენოვანი კომპონენტებით)

### ე) საგანმანათლებლო პროგრამის მიზანი

პროგრამის მიზანია:

- მოამზადოს მკვლევარი მედია ფსიქოლოგიის და კომუნიკაციების ინტერდისციპლინური მიმართულებით იმგვარად, რომ მან შეძლოს ახალი ცოდნის კონტრიბუცია აკადემიურ სფეროში; შეისწავლოს მედიის და ფსიქოლოგიის როლი საზოგადოების და კულტურის ტრანსფორმაციის საქმეში; დააკვირდეს ადამიანების მედიასთან ინტერაქციის პროცესს და ახალი ტექნოლოგიების ზეგავლენას ადამიანის ქცევაზე; შეიმუშავოს შესაბამისი რეკომენდაციები მედიაში პოზიციონირებისთვის და ხელი შეუწყოს ფსიქოლოგიის, როგორც მედიაფსიქოლოგიის ძირითადი მიმართულების პოპულარიზაციას მედიაში;
- კურსდამთავრებულმა გაიაზროს ის მულტი-დისციპლინარული და ინტერ-კულტურული კონტექსტი, რომელიც კომუნიკაციის და ფსიქოლოგიის თეორიების სინთეზირებით ვლინდება; შეიძინოს საერთაშორისო კომპეტენციები (I-COMs), რაც საშუალებას მისცემს მონაწილეობა მიიღოს საერთაშორისო კვლევით პროექტებსა და კონფერენციებში, გამოაქვეყნოს კვლევითი ნაშრომები;
- ხელი შეუწყოს კურსდამთავრებულების დასაქმებას შრომის ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისად.

### ვ) პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა:

- აკრედიტებული უმაღლესი საგანმანათლებლო სასწავლებლის ბაკალავრის ხარისხი;
- ინგლისური ენის ცოდნა B2 დონეზე (დადასტურება სერტიფიკატით ან მიმღებ კომიასთან);

- წერიტი გამოცდა (ესსე);
- მიმღებ კომისიასთან გასაუბრება.

**ზ) სწავლის შედეგი:**

კომპეტენციებზე დაფუძნებული განათლება უზრუნველყოფს კურსდამთავრებულთა კონკურენტუნარიანობას საგანმანათლებლო (განათლების შემდგომ საფეხურზე) და დასაქმების ბაზარზე. კურსდამთავრებულს შეუძლია მუშაობის დაწყება და/ან გაგრძელება, ასევე საკუთარი შესაძლებლობების ადექვატურად დემონსტრირება დამსაქმებლებთან.

პროგრამის დასრულების შემდეგ მაგისტრი/მაგისტრს:

<p><b>ცოდნა და გაცნობიერება</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• სიღრმისეულად იცნობს მედიის, კომუნიკაციის და ფსიქოლოგიის კვლევის მეთოდებს; მასობრივი კომუნიკაციის, ფსიქოლოგიის თეორიებს და განვითარების ისტორიას;</li> <li>• ფლობს სისტემურ ცოდნას საზოგადოების სტრუქტურზე, მედიის მომხმარებლებთან კომუნიკაციის ფორმებზე და მედიის ფსიქოლოგიურ გავლენაზე (ეფექტებზე).</li> <li>• გაცნობიერებული აქვს ფსიქოლოგიის და მედია-მკვლევარის როლი და მნიშვნელობა საზოგადოებაში,</li> <li>• შეიმუშავებს ორიგინალური იდეებს, ახდენს პრობლემის იდენტიფიცირებას და მისი გადაჭრის გზების დასახვას;</li> </ul>
<p><b>ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• შეუძლია კონკურენტულ, ახალ, გაუთვალისწინებელ და მულტიდისციპლინურ გარემოში საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზება, მიღებული ცოდნის და უნარ-ჩვევების პრაქტიკაში გამოყენება;</li> <li>• შეუძლია დამოუკიდებლად და გუნდურად მუშაობა უახლოესი მეთოდების და მიდგომების გამოყენებით; მედია ფსიქოლოგიის და კომუნიკაციის მიმართულებით კვლევის დაგეგმვა, განხორციელება და დროის სწორად მართვა; კვლევის დიზაინის სწორად აგება; თემის აქტუალობის განსაზღვრა და დასაბუთება; ლიტერატურის მიმოხილვის დაწერა, მიზნების და ამოცანების, საკვლევი კითხვების, ჰიპოთეზების სწორად იდენტიფიკაცია, მეთოდის სწორად შერჩევა, თეორიული ჩარჩოს მომზადება, შედეგების დამუშავება და ინტერპრეტაცია, კვლევის პერსპექტივის დასახვა, რეკომენდაციების შემუშავება.</li> <li>• შეუძლია შეისწავლოს ადამიანების მედიასთან ინტერაქციის პროცესი და ახალი</li> </ul>

	<p>ტექნოლოგიების ზეგავლენა ადამიანის ქცევაზე;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• შეუძლია შეიმუშავოს შესაბამისი რეკომენდაციები მედიაში პოზიციონირებისთვის და ხელი შეუწყოს ფსიქოლოგიის, როგორც მედიაფსიქოლოგიის ძირითადი მიმართულების პოპულარიზაციას მედიაში;</li> <li>• შეუძლია კონსულტირების განხორციელება მედია ფსიქოლოგიის მიმართულებით;</li> </ul>
<b>დასკვნის უნარი</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• შეუძლია რთული და არასრული ინფორმაციის კრიტიკული ანალიზის საფუძველზე კვლევის თემატიკის შერჩევა და პრობლემის სწორად იდენტიფიკაცია, პრიორიტეტების განსაზღვრა და დასკვნის ჩამოყალიბება;</li> <li>• აქვს არგუმენტირებული მსჯელობის, განმარტების, ანალიზისა და სინთეზის უნარი;</li> <li>• აქვს კრიტიკული აზროვნების უნარი და შეუძლია შეაფასოს სხვადასხვა ფაქტორების ზეგავლენა მედიის მომხმარებელზე, მედია გარემოზე;</li> <li>• შეუძლია მედია ეფექტების იდენტიფიცირება, ინტერდისციპლინურ ჭრილში ანალიზი და დასკვნების ჩამოყალიბება</li> </ul>
<b>კომუნიკაციის უნარი</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• კვლევითი სამუშაოს წარმართვისას, შეუძლია შესაბამის წყაროებთან, კოლეგებთან, ფართო საზოგადოებასთან და სხვა დაინტერესებულ პირებთან კომუნიკაციის დამყარება;</li> <li>• შეუძლია კვლევითი და პრაქტიკული საქმიანობისას კომუნიკაციის სწორად წარმართვა;</li> <li>• შეუძლია აკადემიურ და პროფესიულ საზოგადოებასთან უცხო ენაზე კომუნიკაცია.</li> <li>• შეუძლია საერთაშორისო კვლევით პროექტებსა და კონფერენციებში მონაწილეობა;</li> <li>• აქვს აუდიტორიაზე/მომხმარებელზე ორიენტაციის უნარი;</li> <li>• შეუძლია საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენება პროფესიულ დონეზე კომუნიკაციისათვის და სამეცნიერო კვლევისთვის.</li> </ul>
<b>სწავლის უნარი</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• შეუძლია მიღებული ცოდნა გამოიყენოს, როგორც მყარი საფუძველი მთელი სიცოცხლის მანძილზე სწავლისთვის, აკადემიურ სფეროში ახალი ცოდნის დისტრიბუციისთვის, დამატებითი დარგობრივი და მულტიდისციპლინარული ცოდნის მიღებისა და გაღრმავებისთვის;</li> <li>• აქვს სხვადასხვა წყაროებთან მუშაობის, ლიტერატურის, დოკუმენტების დამუშავება-შესწავლის უნარი;</li> <li>• აქვს აკადემიური წერის უნარი;</li> <li>• მაგისტრატურაში მიღებული ცოდნის საფუძველზე, კურსდამთავრებული შეძლებს აკადემიური</li> </ul>

	სწავლის გაგრძელებას და კარიერის დაწყებას დოქტურანტურაში.
<b>ღირებულებები</b>	<p>კონკურენტულ სამეცნიერო გარემოში, ადგილობრივ და საერთაშორისო სამეცნიერო საზოგადოებასთან თანამშრომლობის გზით, კურსდამთავრებული ხელს უწყობს როგორც დარგის განვითარებას, ასევე დემოკრატიული საზოგადოების წინსვლას, იცავს პროფისიული და აკადემიური ეთიკის ნორმებს.</p> <p>კურსდამთავრებულს გააზრებული აქვს მკვლევარის როლი და მნიშვნელობა დემოკრატიული, ცოდნაზე დაფუძნებული საზოგადოების მშენებლობაში.</p>

**თ) სწავლის შედეგების მიღწევის მეთოდები**

სტუდენტზე და შრომის ბაზარზე ორიენტირებული სწავლების განხორციელება მოიცავს სწავლის შედეგების მიღწევის სხვადასხვა მეთოდებს: გონებრივი იერიში, ლექცია-სემინარები და სამუშაო ჯგუფები, პრაქტიკული დავალებები, როლური და სიტუაციური თამაშები, დისკუსიები, და სხვა ის მეთოდები, რომელთა გაზომვადი შედეგები აისახება შეფასების სისტემაში.

ინტერაქტიური და მოქნილი სწავლების პროცესის დაგეგმვისთვის და შეფასების სისტემის მეტი გამჭვირვალობისთვის, გამოიყენება თსუ-ს ელექტრონული სწავლების პორტალი (e-learning.tsu.ge).

**ი) სტუდენტის ცოდნის შეფასების სისტემა:** სტუდენტების შეფასების პროცედურები შესაბამისობაშია საქართველოს კანონმდებლობასთან და უნივერსიტეტის წესდებასთან. სტუდენტი ყოველ საგანში მოწმდება ECTS-ის სისტემით (კრედიტის მინიჭების საფუძველზე), 100-ქულის ფარგლებში. შეფასების მეთოდებით ადექვატურად მოწმდება პროგრამაში განსაზღვრული სწავლის შედეგების მიღწევა. შეფასებისას გამოიყენებულია მრავალფეროვანი კომპონენტები, მაგ: აქტიურობა, შუალედური შემოწმებები, პრაქტიკული და კვლევითი დავალებები, დასკვნითი გამოცდა, პრეზენტაციები და სხვ. კურსის სპეციფიკიდან გამომდინარე, გამოცდაში გათვალისწინებულია წერიითი კომპონენტი ან წერიითი და ზეპირი კომპონენტი. სტუდენტები ფასდებიან მიღებული თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის საფუძველზე. სამაგისტრო ნაშრომში კრედიტის მინიჭება ხორციელდება ნაშრომისადმი დადგენილი მოთხოვნების და პროცედურების შესრულების შემთხვევაში.

შეფასების სისტემა		
A	91 -100	ფრიადი
B	81 -90	ძალიან კარგი
C	71 -80	კარგი
D	61 -70	დამაკმაყოფილებელი
E	51 - 60	საკმარისი
FX	41 - 50	ვერ ჩააბარა, სტუდენტს ეძლევა საბოლოო გამოცდის ერთხელ გადაბარების უფლება
F	0 – 40	ჩაიჭრა, სტუდენტმა კრედიტის მიღებისთვის თავიდან უნდა გაიაროს კურსი

კ) სასწავლო გეგმა, სწავლის ორგანიზების თავისებურებების მითითებით: იხილეთ დანართი

ლ) პროგრამის ხელმძღვანელი: მარიამ გერსამია, პროფესორი

მ) დასაქმების სფეროები: პროგრამა ეხმარება მაგისტრანტს აკადემიურ და პროფესიულ წინსვლაში; ასევე, შესაძლებლობას აძლევს მას დასაქმდეს პრესასთან და საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურებში, ანალიტიკურ–საკონსულტაციო სააგენტოებში, არასამთავრობო ორგანიზაციებში, მედიის და კომუნიკაციების კვლევით ორგანიზაციებში, მარკეტინგის და სარეკლამო სააგენტოებსა და მედია–მონიტორინგის კომპანიებში. ასევე, შეძლებს მიღებული კომპეტენციებით გამოყენებას მომიჯნავე სპეციალობით დასაქმებისთვის.

პროგრამა დამსაქმებლებთან ურთიერთშეთანხმებისა და მემორანდუმის საფუძველზე, უზრუნველყოფს კურსდამთავრებულებს სტაჟირებით და შემდგომი დასაქმებით.

## ნ) დამატებითი ინფორმაცია

პროგრამა შესაძლებლობას მისცემს სტუდენტს ინდივიდუალური ინტერესის მიხედვით განვიითაროს პროფესიული უნარები. თავის მხრივ, თითოეული მაგისტრანტის წვლილი მნიშვნელოვანი იქნება უნივერსიტეტში მედია ფსიქოლოგიის და კომუნიკაციების კვლევების რესურსის განვითარებაში. პროგრამის მოქნილობას განაპირობებს საკვლევი თემატიკის მრავალფეროვნება.

დღეს დღეისობით, შრომის ბაზარს ესაჭიროება ხარისხიანი ინტერდისციპლინური კვლევები; კონკურენციის პირობებში, მულტი დისციპლინური კომპეტენციების მქონე კადრის არჩევა დამსაქმებლისთვის დამატებითი მოტივაციაა.

1.1. **პროგრამის ანალოგი:** პროგრამები მსგავსი სახელწოდებით ხორციელდება ამერიკის შეერთებული შტატების და ევროპის წამყვან უნივერსიტეტში, მათ შორისაა: Fielding graduate University (აშშ), Argosy University, Caldwell University, Arizona State University (აშშ), ბერლინის ბიზნეს სკოლა (გერმანია), გრონიგერის უნივერსიტეტი (ჰოლანდია), სელფორდის უნივერსიტეტი მანჩესტერში (დიდი ბრიტანეთი) და სხვ.

იხილეთ ამერიკის ფსიქოლოგთა ასოციაციის საიტზე მოცემული ლინკი, რომელიც აღწერს APA-ს 46-ე სექციის (მედია ფსიქოლოგიის) საგანმანათლებლო პროგრამებს <http://www.apadivisions.org/division-46/resources/graduate/index.aspx>

პროგრამის ინტერნაციონალიზაციის კომპონენტს დამატებით აძლიერებს ინგლისურენოვანი სასწავლო კურსები.

1.2. რა რაოდენობის სტუდენტთა მომსახურება შეუძლია პროგრამას: 20

1.3. **პროგრამის განხორციელებაში ჩართული პედაგოგების რაოდენობა:** პროგრამის განხორციელებაში ჩართულია 16 პედაგოგი, აქედან: ფაკულტეტის აკადემიური პერსონალიდან – 7, მოწვეული პედაგოგი – 7, უცხოელი პედაგოგები – 2.

## 2. დანართები:

ა) ინფორმაცია პროგრამის განხორციელებისთვის აუცილებელი მატერიალური რესურსების შესახებ

პროგრამის ეფექტურად ფუნქციონირებისთვის მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზად გამოყენებულია თსუ-ს სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტზე არსებული მატერიალური რესურსი. მათ შორის: აუდიტორიები, კომპიუტერები,

პროექტორები, ლეპტოპები, სამონტაჟო კომპიუტერები, რეკორდერები, ვიდეოკამერები, დიქტოფონები და სხვ., უზრუნველყოფილია ინტერნეტთან წვდომა (მათ შორის, მსოფლიო ელექტრონულ სამეცნიერო ბაზებთან).

## სასწავლო გეგმა

**ფაკულტეტი:** სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა

**უნივერსიტეტი/ინსტიტუტი / დეპარტამენტი / კათედრა / მიმართულება:** ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; ინტერდისციპლინური კვლევების დეპარტამენტი

**სასწავლო პროგრამის სახელწოდება:** მედია ფსიქოლოგია და კომუნიკაციები

**სწავლების საფეხური:** მაგისტრატურა

**სასწავლო პროგრამის ხელმძღვანელ(ებ)ი / კოორდინატორ(ებ)ი:** პროფესორი მარიამ გერსამია

**აკადემიური საბჭოს მიერ სასწავლო პროგრამის დამტკიცების თარიღი, დადგენილების ნომერი:**

**სასწავლო პროგრამის ამოქმედების თარიღი (სასწავლო წელი):**

პროგრამის სტრუქტურა: „მედია ფსიქოლოგია და კომუნიკაციები“

საფაკულტეტო კურსები/მოდულები 120კრედიტი (ECTS)											
სავალდებულო კურსები/მოდულები - 70 კრედიტი (ECTS)											
№	სასწავლო კურსის დასახელება	კრედიტების რაოდენობა (ECTS)	სტუდენტის საკონტაქტო მუშაობის საათები სემესტრში				სტუდენტის დამოუკიდებელი მუშაობის საათები სემესტრში	საგანზე დაშვების წინაპირობა	სწავლების სემესტრი		ლექტორი/ ლექტორები
			ლექცია	სამუშაო	ჯგუფი/პრაქტიკუმი	შუალედური და დასკვნითი გამოცდების			შემოდგომა	გაზაფხული	
1	ინტერპერსონალური კომუნიკაციის ფსიქოლოგია (პროგრამიდან „ორგანიზაციის განვითარება და კონსულტირება“)	5	15	30	7	73	წინაპირობის გარეშე	✓		ნოდარ ბელქანია	
2	მედია ფსიქოლოგიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები	5	30	15	5	75	წინაპირობის გარეშე	✓		მარიამ გერსამია მაია ტორაძე	



3	კვლევის მეთოდები მედია ფსიქოლოგიაში	5	30	15	5	75	მედია ფსიქოლოგიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები		√	მარიამ გერსამია
4	სტატისტიკა სოციალური მეცნიერებებისთვის (SPSS)	5	15	15	7	88	წინაპირობის გარეშე	√		ივანე კეჭყაძე
5	მასობრივი კომუნიკაციის თეორიები	5	15	15	5	90	წინაპირობის გარეშე		√	მაია ტორაძე
6	სოციალური ფსიქოლოგია	5	15	30	5	75	წინაპირობის გარეშე	√		გუგული მალრაძე რევაზ ჯორბენაძე მარეხ დევიძე
7	მედია ფსიქოლოგია და კონფლიქტები	5	30	15	5	75	წინაპირობის გარეშე	√		მარიამ გერსამია
8	კვლევის დიზაინი	5	15	15	5	90	კვლევის მეთოდები მედია ფსიქოლოგიაში	√		მარიამ გერსამია
9	სამაგისტრო ნაშრომი	30					კვლევის დიზაინი	√	√	
<b>საფაკულტეტო (საბაზისო) არჩევითი კურსები/მოდულები 50 კრედიტი (ECTS)</b>										
10	ორატორული ხელოვნება (საჯარო გამოსვლები და მეტყველების კულტურა )	5	15	15	4	91	წინაპირობის გარეშე		√	იური ფოფხაძე
11	მედიაციის და ფასილიტაციის პროცესი	5	15	30	5	75	წინაპირობის გარეშე	√		რევაზ ჯორბენაძე მარეხ დევიძე
12	საზოგადოებრივი აზრის კვლევა და მედია	5	15	15	5	90	წინაპირობის გარეშე	√		მაკა სეხნიაშვილი
13	საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯმენტი და კვლევა (პროგრამიდან „მედია და ახალი ტექნოლოგიები“)	5	15	15	5	90	წინაპირობის გარეშე	√		მარიამ გერსამია
14	სოციალური მედიის მარკეტინგის სტრატეგიები	5	15	15	5	90	წინაპირობის გარეშე		√	მარიამ ბაჯელიძე

15	ინფორმაციული საზოგადოების თეორიები	5	15	15	4	91	წინაპირობის გარეშე	√		ამირან ბერძენიშვილი
16	პოლიტიკური კომუნიკაციები	5	15	15	5	90	წინაპირობის გარეშე	√		ეკატერინე ბასილაია
17	NLP მედიასა და კომუნიკაციებში	5	15	15	5	90	წინაპირობის გარეშე		√	მარინა გოქსაძე
18	სტაჟირების კრედიტ-კურსი	5	5	15	4	101	მედია ფსიქოლოგიის და კომუნიკაციის კვლევის მეთოდები	√	√	დამსაქმებლის ბაზაზე
19	ინტეგრირებული მარკეტინგ-კომუნიკაციები	5	15	15	5	90	წინაპირობის გარეშე		√	ლაურა კუტუბიძე
20	საზოგადოებასთან ურთიერთობის თეორიები	5	15	15	5	90	წინაპირობის გარეშე		√	მარიამ გერსამია
21	აპლიკაციების პროგრამული ინტერფეისების (API), ციფრული კონტენტ-ანალიზის და სოციალური მონაცემების გამოყენება მედიის და კომუნიკაციის კვლევებში (ინგლისურად)	5	15	15	4	91	წინაპირობის გარეშე	√	√	ქრის ვარგო
22	პროექტის მართვა	5	15	30	5	75	წინაპირობის გარეშე	√	√	თეონა მატარაძე
23	დღის წესრიგი და ეფექტები მედიაში (ინგლისურად)	5	15	15	4	91	წინაპირობის გარეშე	√	√	დონალდ შოუ

პროგრამის ხელმძღვანელ(ებ)ის ხელმოწერა \_\_\_\_\_

ფაკულტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსის ხელმოწერა \_\_\_\_\_

ფაკულტეტის სასწავლო პროცესის მართვის სამსახურის უფროსის ხელმოწერა \_\_\_\_\_

ფაკულტეტის დეკანის ხელმოწერა \_\_\_\_\_

უნივერსიტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის უფროსის ხელმოწერა \_\_\_\_\_

თარიღი \_\_\_\_\_

ფაკულტეტის ბეჭედი