

07  
ქ-666

ივანე ჯვანიჭვილის სახელობის თბილისის  
სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ხელნაწერის უფლებით

ლავა დიმიტრის ძე ქორიძე  
მარკეტინგის ჟურნალისტიკა

10.01.10. ჟურნალისტიკა

ს ვ ტ ო რ ე უ ე რ ა ტ ი

ფილოლოგიის მეცნიერებათა კანდიდატის  
სამეცნიერო ხარისხის მოსაპოვებლად

თბილისი  
1999

ნაშრომი შესრულებულია ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პრესის თეორიისა და პრაქტიკის კათედრაზე

სამეცნიერო ხალმდგანელი - ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი ნ. ტაბიძე

ექსპერტი - ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი პ. ძიძიბური

ოფიციალური ოპონენტები - ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი შ. ბაბოშიძე

ფილოლოგიის მეცნიერებათა კანდიდატი, დოცენტი მ. თავამაიშვილი

წამყვანი ორგანიზაცია - ქუთაისის აკაკი წერეთლის სახელობის უნივერსიტეტი

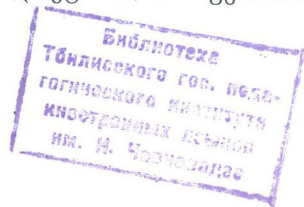
დისერტაციის დაცვა შედგება 1999 წლის 3 დეკემბერს „1 ს.“ სადისერტაციო საბჭოს P 10,01 C №2 სხდომაზე.

მისამართი: 3800028, თბილისის, ი. ჭავჭავაძის გამზ. №1

დისერტაციის გაცნობა შეიძლება თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკაში.

ავტორეფერატი გაიგზავნა „2“ ნომბრის 1999 წ.

სადისერტაციო საბჭოს სწავლული მდივანი, 6 - 2817 ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი ნ. ტაბიძე.



### ნაშრომის ზოგადი დახასიათება

თემის აპტუალობა. ქართულ მეცნიერებაში ფაქტიურად შეუსწავლელია მერკეტინგის ჟურნალისტიკა, რომელიც პოლიტიკის, ეკონომიკის, იდეოლოგიის პოზიციების განსაზღვრისათვის პირველხარისხოვან მნიშვნელობას იძენს. მარკეტინგი მარტო საქონლის გასაღების მეთოდი როდია, იგი ქმნის პირობებს შესაბამისი პროდუქტის დამზადებისთვის, ამყარებს შესაბამის ფასებს, აყალიბებს სისტემას, რაც უზრუნველყოფს საყოველთაო ეფექტიანობის ზრდას. ერთი სიტყვით, მარკეტინგის ჟურნალისტიკა არის „ფილოსოფიური სისტემა“, რომელიც უნდა არეგულირებდეს საზოგადოებრივ განვითარებას. მან უნდა გაატაროს ისეთი პოლიტიკური კურსი, რომელიც ხელს შეუწყობს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მოდელის წამოყენებას და დასაბუთებას. ეს მთავარი და გადამწყვეტია.

ჟურნალისტიკა უნდა ეხმარებოდეს მარკეტინგს ფუნქციონირებაში. ჩვენი ქვეყანა ჩართულია მსოფლიო განვითარების საერთო სისტემაში. ეს მას ბევრს ავალებს. იგი უნდა მოქმედებდეს მსოფლიო განვითარების კანონზომიერებების შესაბამისად. მარკეტინგის ჟურნალისტიკა განაპირობებს მსოფლიო ეკონომიკასთან ჩვენი ქვეყნის თანამშრომლობას, რაც დაემყარება შრომის საერთაშორისო დანაწილების საერთო კანონზომიერებებს და ხელს შეუწყობს ეროვნული ეკონომიკის განვითარებას.

პრობლემის მეცნიერული შესწავლის მდგომარეობა. საქართველოში მეცნიერული ლიტერატურა მარკეტინგის ჟურნალისტიკის შესახებ ძალზე სუსტია. სისტემური სახით იგი არ განხილულა, თუმცა ტრადიცია ამის შესახებ ჩვენთან არსებობდა. მარტო ის რად ღირს, რომ ჟურნალისტიკის ამ პოზიციას საფუძველი ჩაუყარეს დიდმა სამოციანელებმა. იმ დროინდელი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება თავისებურად აყენებდა შეხედულებათა მთელ რიგს. ი. ჭავჭავაძე

-173-