



Program Description

Name of the Master Program	Media psychology and communications მედიაფსიქოლოგია და კომუნიკაციები
Qualification awarded	Part I: Master of Media Studies მედიის კვლევების მაგისტრი Part II: Master of Research in Media Studies კვლევის მაგისტრი მედიის კვლევებში
Distribution of credits ECTS	Part I: 60 credits • Mandatory courses – 25 credits • Elective courses - 30 credits • Free credits - 5 credits Part II: 60 credits • Mandatory courses – 40 credits • Elective courses - 10 credits • Free credits - 10 credits
Language of instruction	English
Head of the program	Professor Mariam Gersamia
Admission prerequisites	Admission to the first part of the master's educational program (60 credits) is open to a person holding a bachelor's degree or an equivalent academic degree, who is enrolled on the basis of the results of the Unified Master's Examination and an examination in the specialty, namely: Part I: • BA degree/equal to it from authorized higher education institution. • A minimum criterion for admission is B2 level English proficiency (FCE - evaluation A or B; IELTS - points 5.0 - 6.5; TOEIC – points 400 - 485 (listening) and 385 - 450 (reading); TOEFL (IBT) - points 87-109; PTE (General) - level 3; PTE (Academic) - points 59; (40 % of the evaluation). • Writing examination (Essay, In English); (40 % of the evaluation). • Interview with the program committee; (20 % of the evaluation). Part II: • A person holding a master's degree, or a person who has completed the first part of the program, is eligible to enroll in the second part (60 credits) of the master's degree program. Additional conditions for admission to this part are determined by the regulations of the relevant



	main educational unit of the higher education institution, in accordance with the requirements of Georgian legislation.
Goal of the program	To equip graduates with systematic knowledge and skill-based international competencies (I-COMs) in accordance with job market requirements and provide them with systematic knowledge in media psychology so that they could: Part I: • Contribute in raising awareness up in media influences, information and digital literacy (MIDL); • To have positive impact on the development of media standards, media environment and media psychology field; Part II: • Conduct multidisciplinary research projects in media psychology and communications: research the interaction between media (social media included) and individuals/groups/society, as well as the influence of modern technologies on human behavior and investigate psychological media effects; • With research-backed recommendations, have positive impact on the development of media standards, media environment and media psychology field; • To contribute with freshly gained knowledge in academia and exchange this knowledge with academic and non-academic audience as well;
Learning outcomes a) Knowledge and understanding b) Skills c) Autonomy and responsibility	After the completion of the master's program, the graduate: Part I: Knowledge and understanding 1. Describes and formulates systematically and comprehensively the process of interaction in media (including social media), the psychological effects of media, and the influence of new technologies on human behavior; 2. Determines the psychological prerequisites and consequences of audience functioning; Skills 3. Identifies key concepts, theories, and based on analysis, applies the theories to real-life situations in the areas of media psychology and communication; 4. Contributes to evaluating and developing the media environment and standards. Autonomy and responsibility 5. Follows/defends the norms of academic ethics and demonstrates academic integrity in the course of his professional activities; Defends human rights and respects for diversity and the values of others (beliefs, practices, languages, behaviors) and is prepared to act as a global citizen (which is now a benchmark of personal growth and career readiness).



	Part II: Knowledge and understanding 6. Defines and describes research methods and procedures in media psychology and communications; Skills: 7. Critically evaluates and synthesizes empirical studies on media use and its effects; 8. Uses research methods and procedures in the field of media psychology and communications, drawing on broad knowledge obtained in media psychology; 9. Based on problem identification, provides research-based recommendations (consultations), involving critical analysis of moral and ethical dilemmas in the media and the field of media psychology; Autonomy and responsibility 10. Develops life-long learning skills in order to pursue further education and plan an academic career, improve, and distribute knowledge within academic and non-academic society;
--	--



Teaching and learning methods	• Lecture and seminars; • Active and inquire based learning: Case-based Learning (CBL), project based learning and problem-based learning (PBL); • Assessment and Feedback (peer-assessment, external assessment) • Intercultural inclusive approach; • Brainstorming; • Discussion and debates; • Working in teams; • Independent work; • Analysis and synthesis; • Practical tasks (oral and written); • Role activities; • Demonstration and explanation; • Blended learning and flipped classroom: Online learning (via Moodle system: www.e-learning.tsu.ge platform).																								
Evaluation system	Students evaluation criteria correspond with the Georgian law on higher education and TSU bylaws. Part I: • Students receive ECT-s within a 100 point grading system. • The following components are included in the evaluation form: activity, midterms, practical and research assignments, final examination, presentations etc. • Students are evaluated on the bases of practical and theoretical knowledge. • Some parts of the midterms are/might be carried out online (via TSU e-learning portal well). <table><tr><th colspan="3">Evaluation System</th></tr><tr><td>A</td><td>91 -100</td><td>Excellent</td></tr><tr><td>B</td><td>81 -90</td><td>Very Good</td></tr><tr><td>C</td><td>71 -80</td><td>Good</td></tr><tr><td>D</td><td>61 -70</td><td>Satisfactory</td></tr><tr><td>E</td><td>51 - 60</td><td>Sufficient</td></tr><tr><td>FX</td><td>41 - 50</td><td>No pass (student can retake the final examination only once)</td></tr><tr><td>F</td><td>0 – 40</td><td>Fail (student has to retake the course)</td></tr></table> In accordance with minister’s decree N3 (2007) in case of FX assessment student is allowed to take an additional exam. In case of FX assessment in educational program component the institution of higher education is obliged to organize additional exam at least in 5 days after the announcement of the results of final exam. Given obligation is not valid for the dissertation, graduate	Evaluation System			A	91 -100	Excellent	B	81 -90	Very Good	C	71 -80	Good	D	61 -70	Satisfactory	E	51 - 60	Sufficient	FX	41 - 50	No pass (student can retake the final examination only once)	F	0 – 40	Fail (student has to retake the course)
Evaluation System																									
A	91 -100	Excellent																							
B	81 -90	Very Good																							
C	71 -80	Good																							
D	61 -70	Satisfactory																							
E	51 - 60	Sufficient																							
FX	41 - 50	No pass (student can retake the final examination only once)																							
F	0 – 40	Fail (student has to retake the course)																							



	project/work, creative/performance work or other scientific project/work. The points received at final assessment are not added to the additional exam assessment received by student. Assessment received at additional exam is final assessment and is depicted in total assessment of. In case of receiving 0-50 points in total assessment of educational component considering additional exam assessment student assessment is finalized as F-0 point. In case of F-assessment student must retake the credit. Part II: Students evaluation criteria correspond with the Georgian law on higher education and TSU bylaws and are described in the component of Part I. In Part II, the assessment of the master's thesis is added. Evaluation of master's thesis¹ A Master's Thesis is the work performed individually by the student. The Master's Thesis is assessed once, with a final assessment with a 100-point system. The master's thesis will be passed and the master's student will be awarded the appropriate credit if the predetermined minimum threshold is exceeded (at least 51 points). In the scientific-research component of the Master's educational program, in case of receiving the grade - (FX) (No pass), the MA student is allowed to submit the revised scientific-research component during the next semester, and in case of receiving the grade - (F) (fail), the MA student loses the right to submit the same scientific-research component. The decision of the commission is final. Appendix No.1 Assessment criteria of the Master's Thesis: • Relevance – 5 points • Research methodology – 20 points • Literature review and theoretical component – 20 points • The ability to analyze and argue -30 points • The formal, linguistic, and stylistic aspects of the paper- 10 points • Visual appearance of the work, presentation, and communication skills of the speaker – 15 points
--	--

¹ <https://bit.ly/49z8tRo>



Total: 100 points

a) Relevance – 5 (*The urgency and novelty of the topic are evaluated*) Maximum 5 points

- Component/feature does not meet qualification requirements - 0% ;
- Component/feature includes significant errors -1-25%;
- Components/features include minor errors -26-50%
- Component/feature includes non-essential errors -51-75%
- Component/feature is flawless-76-100

b) research methodology - 20 (*Appropriacy of goals and objectives, soundness of the research question/hypothesis, and correctness of establishing relationships between dependent and independent variables are assessed (if necessary).*

Structured and appropriate research design that is relevant to the research purpose (*a comprehensive presentation of empirical data analysis*). Maximum 20 points

- Component/feature does not meet qualification requirements - 0%
- Component/feature includes significant errors –1-25%
- Components/features include minor errors -26-50%
- Component/feature includes non-essential errors -51-75%
- Component/feature is flawless-76-100

c) literature review and theoretical component – 20 (*the comprehensiveness of processing relevant, up-to-date, and diverse literature, including foreign language sources and critical analysis of theoretical material, is assessed*). Maximum 20 points

- Component/feature does not meet qualification requirements - 0% ;
- Component/feature includes significant errors -1-25%;
- Components/features include minor errors -26-50%
- Component/feature includes non-essential errors -51-75%
- Component/feature is flawless-76-100

d) the ability to analyze and argue -30 (*the consistency of the author's reasoning, the ability to establish cause-and-effect relationships and draw adequate conclusions, the connection of the conclusions with the main text, and their logicity are evaluated*). Maximum 30 points

- Component/feature does not meet qualification requirements - 0% ;



	• Component/feature includes significant errors -1-25%; • Components/features include minor errors -26-50% • Component/feature includes non-essential errors -51-75% • Component/feature is flawless-76-100 e) The formal, linguistic, and stylistic aspects of the paper- 10 <i>(the linguistic fluency of the presented work, academic style, completeness and correctness of references to sources, compliance of the maps, tables, and figures with the given standard of paper formatting and the quality of their observance, adherence to APA/Turabian style).</i>Maximum 10 points • Component/feature does not meet qualification requirements - 0% ; • Component/feature includes significant errors -1-25%; • Components/features include minor errors -26-50% • Component/feature includes non-essential errors -51-75% • Component/feature is flawless-76-100 f) Visual appearance of the work, presentation, and communication skills of the speaker – 15 <i>(the visual (technical and aesthetic) side of the demonstration of the content and results of the work, availability of visual aids, their adequacy and quality, use of modern presentation technologies, such as PowerPoint, digital maps, tables, graphs, etc.); MA student's answers to the questions and notes are assessed)</i> Maximum 15 points • Component/feature does not meet qualification requirements - 0% ; • Component/feature includes significant errors -1-25%; • Components/features include minor errors -26-50% • Component/feature includes non-essential errors -51-75 • Component/feature is flawless-76-100 <i>Note: The reviewer is guided by the criteria outlined in Appendix No. 1 - except point f -when issuing a recommendation.</i>
Employment areas	TSU has memorandums of understandings with potential employers. The launching of the program will contribute in popularization of this field in Georgia. Part I: According to international experience, media psychologist work in broadcasting companies, marketing and advertising firms, digital marketing sphere, colleges and universities, governmental and non-governmental and private research facilities; they do Independent



and corporate consulting, contribute in Public advocacy and policy-making.

Areas of employment and positions include but not limit to:

- Analytical and counselling companies (analyst and consultant positions);
- Non-governmental organizations focused on media and communication (analyst and consultant positions);
- PR, marketing organizations and advertising agencies (analyst and consultant positions);
- Media organization: TV, Radio, online media (advertising and media firm consultants, consultants in newsrooms)
- Governmental agencies and political parties (analyst and consultant positions);

There are major areas in which media psychology is fundamental:

- Writing about media or performing as expert guests on various media
- Consulting media personnel
- Analyzing ways to improve all forms of media
- Developing media standards
- Analyzing the sociological, behavioral and psychological effects of media, etc.²

According to different sources, media psychologists are making contributions in many fields, such as:

- Development of social media strategy for organizations and brands;
- Developing online platforms for social entrepreneurship and NGOs;
- Community creation and audience engagement;
- Entertainment properties that expand across media;
- Translation of psychological research for journalists and the public.

TSU has memorandums of understandings with potential employers. The launching of the program will contribute in popularization of this filed in Georgia.

Part II:

² Batinic, Bernad, ed (2008) (in German). [Medienpsychologie](https://doi.org/10.1007/978-3-540-46899-8). Heidelberg: Springer Medizin Verlag. ISBN 978-3-540-46894-
[http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-46899-8](https://doi.org/10.1007/978-3-540-46899-8). <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-media-psychology-effect/201211/defining-and-describing-media-psychology> (last seen Aug. 20, 2018)



According to international experience, media psychologist work in broadcasting companies, marketing and advertising firms, digital marketing sphere, colleges and universities, governmental and non-governmental and private research facilities; they do Independent and corporate consulting, contribute in Public advocacy and policy-making, research organizations.

Areas of employment and positions include but not limit to:

- Analytical and counselling companies (research positions);
- Non-governmental organizations focused on media and communication (research positions, consultants);
- PR, marketing organizations and advertising agencies (consultants);
- Media-monitoring companies (research positions);
- Media organization: TV, Radio, online media (advertising and media firm consultants, journalists and producers)
- Governmental agencies and political parties (consultants).

There are major areas in which media psychology is fundamental:

- Writing about media or performing as expert guests on various media
- Consulting media personnel
- Researching ways to improve all forms of media
- Developing media standards
- Studying the sociological, behavioral and psychological effects of media, etc.³

Examples where research will be valuable as well include:

- The formation, maintenance or change of individual and group stereotypes;
- On-camera and off-camera diversity and its effects on audiences, media stories and media perspectives;
- Researching advertising messages, etc.⁴

According to different sources, media psychologists are making contributions in many fields, such as:

- Development of social media strategy for organizations and brands;
- Developing online platforms for social entrepreneurship and NGOs;
- Community creation and audience engagement;

³ Batinic, Bernad, ed (2008) (in German). [Medienpsychologie](http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-46899-8). Heidelberg: Springer Medizin Verlag. ISBN 978-3-540-46894-
[http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-46899-8](https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-media-psychology-effect/201211/defining-and-describing-media-psychology). <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-media-psychology-effect/201211/defining-and-describing-media-psychology> (last seen Aug. 20, 2018)

⁴ Ibid



	• Entertainment properties that expand across media; • Translation of psychological research for journalists and the public.
Tuition fee	• The education of a citizen of Georgia is fully financed by the state; • The rules and conditions for state financing of the education of another person are established by the Government of Georgia.
Resources	Number of teachers involved in the program: Part I: There are 15 teachers involved in teaching for the part I (academic staff from TSU – 4 professors/scientists; Invited lecturers – 4; Foreign lecturers – 7). Part II: There are 5 teachers involved in teaching for the part II (academic staff from TSU – 1 professors/scientists; Invited lecturers – 4); The academic auditoriums equipped with appropriate inventory, working rooms for the academic and administrative personnel, individual meeting rooms for students, conference auditoriums, Computer Resource Center, TV Studio, TSU Multimedia Center, newsroom equipped with recorders, Digital Cameras, etc. are located in the sixth academic building of Faculty of Social and Political Sciences, (8, Chavchavadze Av., where the main teaching process is underway). The library resources are located in the first, the second, the third and Uptown buildings. Libraries are equipped with computers and other necessary equipment. Compulsory literature and/ or readers listed in the syllabus of the program are available for students. Students have access to scientific databases (Elsevier SCOPUS, Elsevier ScienceDirect, EBSCOHost, JSTOR).
Financial support of the program	The financial sustainability of the program is ensured by Ivane Javakhishvili Tbilisi State University and is included in the budget of the Faculty of Social and Political Sciences.
Academic integrity	Academic integrity is given a lot of attention within the mentioned program. Part I: • The student should present only an independently prepared assignment, a work in which, following the academic style, it will be indicated to whom this or that idea and/or words belong; • The student should not use the paper and/or part of the paper prepared for another study course; Also must not falsify data or other information, and must not rewrite the paper.



In the occurrence that any of the above actions take place, the student will be subject to disciplinary action as defined in the Code of Ethics for violating the principles of academic integrity, which are an integral part of true academic education and a fundamental value of the University. The sanction can be both re-preparation of the paper and receiving an unsatisfactory grade in the course. The tasks are checked for plagiarism using the electronic program "Turnitin" (<https://www.turnitin.com/>). For this purpose, student uploads the electronic version of the finished piece to check for plagiarism on a special link, which is linked to the e-learning portal of Tbilisi State University <http://e-learning.tsu.ge/>. Academic integrity policy document is available online: (https://tsu.ge/assets/media/files/71/academic/372020_d1.pdf)

Part II:

The master's thesis is checked for plagiarism using the electronic program "Turnitin" (<https://www.turnitin.com/>). For this purpose, before defending the master's thesis, the master's student uploads the electronic version of the finished thesis to check for plagiarism on a special link, which is linked to the e-learning portal of Tbilisi State University <http://e-learning.tsu.ge/>.

The faculty's learning process management department, which checks the master's thesis for "plagiarism", is guided by the "The Policy Document of Academic Integrity of Ivane Javakishvili Tbilisi State University". The service sends the electronic version of the papers to the reviewer and the commission 9 calendar days before the defense. In case of detection of relevant errors in the thesis, the learning process management department informs the Master's Theses Protection Commission in writing in order to respond.

In case of academic dishonesty in the paper, the members of the commission are entitled to make the following decision:

- a) the master's student will be admitted to the defense and the shortcomings will be reflected in the evaluation of the master's thesis;
- b) the master's student will not be admitted to defense;
- c) The issue of the master's student will be considered by the Ethics Commission.
- d) Within 5 calendar days from the submission of the master's thesis, the head of the master's student must send written consent to admit the master's student to the defense to the department of learning process management.

Academic integrity policy document is available online: (https://tsu.ge/assets/media/files/71/academic/372020_d1.pdf)



Additional information (if needed)	Title of the essay (during admission exams) will be formulated on general topics as it follows: positive and negative influence of technologies on human behavior; effects of fake news on voters; empathy and solidarity in media; influence of soap operas on media consumers; media influence on children; media, stigmas and stereotypes; Relevant literature is available at TSU online databases: EBSCO, Cambridge online journals, Oxford journals, SAGE publications, ScienceDirect, JSTOR, SciVerse Scopus, etc. See: www.tsu.ge and www.ebooks.tsu.ge The set of the learning outcomes is concerned with the knowledge and skill-based competencies in the discipline of media psychology required for adequately describing, explaining interaction between media, technologies and humans, media use, processes and media effects on individuals, different groups and in general human's behavior. International Competencies (I-COM) cover the possession of knowledge of media psychological theories and models, empirical evidence relating to them and methods of enquiry, as well as an understanding of the interplay between the discipline and practice. I-COM are the foundation upon which the other competencies depend. Core competencies are based on program learning outcomes (PLOs). Program Analogies: Fielding graduate University (USA), University of Salford, Manchester (UK), Touro University Worldwide (TUW), University of Melbourne (Australia), California State University—Los Angeles (CSULA), Massachusetts Institute of Technology (MIT), Stanford University (USA), New York University (USA), Steinhardt School of Education, University of Iowa (USA), Western University (Canada), University of Sussex (United Kingdom), University of Stirling, Scotland Argosy University, Caldwell University, Arizona State University (USA), etc. See more at APA division #46: http://www.apadivisions.org. The program has no equivalent in Georgia or the wider region and is unique in this regard. At this stage, the educational program will serve 5 students. Continuing Education Sources: TSU's center for academic development and life-long learning offers various courses for continuing education, including media psychology certified courses (media psychology 101, author and trainer prof. Mariam Gersamia). Component of Internationalization: international experts from the fields of media psychology, communications, media studies, education (from USA, Germany, Austria, Ukraine, Canada, Nepal,
---	---



	Poland, etc.) made contributions in program adjustment for multiple times. Additional external evaluation was conducted in 2019 by media psychologist Professor Markus Appel from Germany. Partner universities within the Erasmus+ program are engaged in exchange programs. The modernization of the program is being carried out as part of the EU-funded project “Jean Monnet Center of Excellence: Democracy Resilience in Georgia.”
--	---

პროგრამის სტრუქტურა და შინაარსი

პროგრამის დასახელება (ქართულად და ინგლისურად)	მედიაფსიქოლოგია და კომუნიკაციები Media psychology and communications
მისანიჭებელი კვალიფიკაცია	I ნაწილი: მედიის კვლევების მაგისტრი Master of Media Studies II ნაწილი: კვლევის მაგისტრი მედიის კვლევებში Master of Research in Media Studies
პროგრამის მოცულობა კრედიტებით და მათი განაწილება	საგანმანათლებლო პროგრამა შედგება ორი ნაწილისაგან: I ნაწილის მოცულობა - 60 კრედიტი სავალდებულო კურსები - 25 კრედიტი არჩევითი კურსები - 30 კრედიტი თავისუფალი კრედიტები - 5 კრედიტი სწავლის ხანგრძლივობა: არანაკლებ ორი სემესტრისა. II ნაწილის მოცულობა - 60 კრედიტი სავალდებულო კურსები - 35 კრედიტი არჩევითი კურსები - 10 კრედიტი თავისუფალი კრედიტები - 10 კრედიტი სწავლის ხანგრძლივობა: არანაკლებ ორი სემესტრისა.
სწავლების ენა	ინგლისური
პროგრამის ხელმძღვანელ(ებ)ი /კოორდინატორი	პროფესორი მარიამ გერსამია
პროგრამაზე დაშვების წინაპირობა	მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამის პირველ ნაწილზე (60 კრედიტიანი) ჩარიცხვის უფლება აქვს ბაკალავრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხის მქონე პირს, რომელიც ჩარიცხება საერთო სამაგისტრო გამოცდების შედეგებისა და ქვემოთჩამოთვლილი გამოცდების საფუძველზე, კერძოდ: • ინგლისური ენის ცოდნა B2 დონეზე (დადასტურება სერტიფიკატით ან გამოცდით, რომელსაც ატარებს თსუ-



	ის საგამოცდო ცენტრი); თსუ-ის № 49/2014 დადგენილებით დამტკიცებულია B2 დონის შესაბამისი საერთაშორისო გამოცდები (სერტიფიკატების და ქულების ნუსხა) ინგლისურ ენაში (შეფასების 40 %): ✓ FCE - შეფასება A ან B ✓ IELTS - ქულა 5.0 - 6.5 ✓ TOEIC - ქულა 400 - 485 (listening) და 385 - 450 (reading) ✓ TOEFL (IBT) - ქულა 87-109 ✓ PTE (General) - level 3 ✓ PTE (Academic) - ქულა 59 • წერთი გამოცდა: ესსე, ინგლისურ ენაზე (შეფასების 40 %) • მიმღებ კომისიასთან გასაუბრება (შეფასების 20 %). მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამის მეორე ნაწილზე (60 კრედიტიანი) ჩარიცხვის უფლება აქვს მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მქონე პირს (პროგრამის პირველი ნაწილის დასრულებით). ამ ნაწილზე დამატებითი პირობები განისაზღვრება უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულების შესაბამისი ძირითადი საგანმანათლებლო ერთეულის დებულებით, საქართველოს კანონმდებლობის მოთხოვნების შესაბამისად.
საგანმანათლებლო პროგრამის მიზნები	პროგრამის მიზნებია შრომის ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისად კურსდამთავრებულების აღჭურვა საერთაშორისო კომპეტენციებზე დაფუძნებული სისტემური ცოდნითა და უნარებით, რომ მათ შეძლონ: I ნაწილი: • მედიის, ინფორმაციის და ციფრული წიგნიერების ცნობიერების ამაღლებაში წვლილის შეტანა; • პოზიტიური გავლენის მოხდენა მედიასტანდარტების, მედიაგარემოს და მედიაფსიქოლოგიის სფეროს განვითარებაზე; II ნაწილი: • მედიაფსიქოლოგიის და კომუნიკაციის მიმართულებით ინტერდისციპლინური კვლევების ჩატარება: მედიის (მათ შორის, სოციალური მედიის) და



	ინდივიდების/ჯგუფების/საზოგადოების ინტერაქციის, მედიის ფსიქოლოგიური ეფექტების, ადამიანის ქცევაზე თანამედროვე ტექნოლოგიების ზეგავლენის კვლევა; • კვლევებზე დაფუძნებული რეკომენდაციებით, პოზიტიური გავლენის მოხდენა მედიასტანდარტების, მედიაგარემოს და მედიაფსიქოლოგიის სფეროს განვითარებაზე; • უახლესი ცოდნით პროფესიულ სფეროში საკუთარი წვლილის შეტანა და ცოდნის გაცვლა-გავრცელება აკადემიურ და არა-აკადემიურ საზოგადოებაში;
სწავლის შედეგები	მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამის (პირველი ნაწილი) კურსდამთავრებული: ა) ცოდნა და გაცნობიერება 1. სისტემურად და სიღრმისეულად აღწერს მედიის ეფექტების და მისი შესაძლებლობების გამოყენების თავისებურებებს; მედიაში (მათ შორის, სოციალურ მედიაში) არსებული ინტერაქციის პროცესს და ადამიანის ქცევაზე ახალი ტექნოლოგიების გავლენის თავისებურებებს; 2. განსაზღვრავს აუდიტორიის ფუნქციონირების ფსიქოლოგიურ წინაპირობებსა და შედეგებს; ბ) უნარები 3. აიდენტიფიცირებს მედიაფსიქოლოგიის და კომუნიკაციების სფეროში მთავარ კონცეფციებს, თეორიებს და ანალიზის საფუძველზე, მიუსადაგებს მედიაფსიქოლოგიის და კომუნიკაციების სფეროში არსებულ თეორიებს რეალურ სიტუაციებთან; 4. წვლილი შეაქვს მედიასტანდარტების და მედიაგარემოს შეფასებასა და განვითარებაში; გ) პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა 5. პროფესიული საქმიანობისას იცავს აკადემიური ეთიკის ნორმებს და ახდენს აკადემიური კეთილსინდისიერების დემონსტრირებას; იცავს ადამიანის უფლებებს, აფასებს მრავალფეროვნებას (რწმენა, ღირებულებები, ტრადიციები, ენა, ქცევები) და მოქმედებს როგორც გლობალური სამყაროს მოქალაქე (რაც არის პერსონალური ზრდის დაკარიერული მზაობის ნიშნული). მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამის (მეორე ნაწილი) კურსდამთავრებული: ა) ცოდნა და გაცნობიერება აღწერს და განმარტავს მედიაფსიქოლოგიის და კომუნიკაციების კვლევის მეთოდებს და პროცედურებს;



	ბ) უნარები 6. კრიტიკულად აფასებს და ასინთეზირებს აუდიტორიის მიერ მედიაპროდუქტის გამოყენებისა და მედიაეფექტების (მედიის ზეგავლენის) შესახებ ემპირიულ კვლევებს; 7. გამოიყენებს მედიაფსიქოლოგიის და კომუნიკაციების სფეროში კვლევით მეთოდებს და პროცედურებს; 8. პრობლემების/საკითხების იდენტიფიცირების საფუძველზე, გასცემს კვლევებზე დაფუძნებულ რეკომენდაციებს (კონსულტაციებს), რაც გულისხმობს სხვადასხვა მორალური და ეთიკური დილემების კრიტიკულ ანალიზს, რომელიც ჩნდება მედიაში და მედიაფსიქოლოგიის სამეცნიერო დარგში; გ) პასუხისმგებლობა და ავტონომიურობა 9. დამოუკიდებლად ივითარებს მთელი ცხოვრების მანძილზე სწავლის უნარებს იმისთვის, რომ დაგეგმოს აკადემიური კარიერა, გაიღრმავოს და გაავრცელოს ცოდნა (აკადემიურ და ფართო საზოგადოებაში);
სწავლა-სწავლების მეთოდები	სტუდენტზე და შრომის ბაზარზე ორიენტირებული სწავლების განხორციელება მოიცავს სწავლის შედეგების მიღწევის სხვადასხვა მეთოდებს. ესენია: • ლექცია-სემინარები და სამუშაო ჯგუფები; • პროექტებზე/პრობლემაზე/შემთხვევაზე დაფუძნებული სწავლება; • შეფასება და უკუგება (ურთიერთშეფასება და გარე-შეფასება); • ინტერკულტურული ინკლუზიური მიდგომა; • გონებრივი იერიში, დისკუსია და დებატები; • დამოუკიდებელი და ჯგუფებში მუშაობა; • ანალიზის და სინთეზის მეთოდი; • პრაქტიკული მუშაობა (წერითი, ზეპირი დავალებები); • როლური და სიტუაციური თამაშები; • დემონსტრაციული და ახსნა-განმარტებითი მეთოდი; • შერეული სწავლების მეთოდები და სხვა ის მეთოდები, რომელთა გაზომვადი შედეგები აისახება შეფასების სისტემაში. ინტერაქტიური და მოქნილი სწავლების პროცესის დაგეგმვისთვის და შეფასების სისტემის მეტი გამჭვირვალობისთვის, გამოყენებული იქნება თსუ-ს ელექტრონული



	სწავლების პორტალი Moodle-ის პლატფორმაზე (e-learning.tsu.ge).
შეფასების წესი	სტუდენტების შეფასების პროცედურები შესაბამისობაშია საქართველოს კანონმდებლობასთან და უნივერსიტეტის წესდებასთან. ინაწილი: სტუდენტი ყოველ საგანში ფასდება ECTS-ის სისტემით (კრედიტის მინიჭების საფუძველზე), 100-ქულიანი სისტემით შეფასების მეთოდებით ადექვატურად მოწმდება პროგრამაში განსაზღვრული სწავლის შედეგების მიღწევა. შეფასებისას გამოყენებულია მრავალფეროვანი კომპონენტები, მაგ: აქტიურობა, შუალედური შემოწმებები, პრაქტიკული და კვლევითი დავალებები, დასკვნითი გამოცდა, პრეზენტაციები და სხვ. კურსების სპეციფიკიდან გამომდინარე, დასკვნითი გამოცდა შესაძლოა წარმოდგენილი იყოს წერითი, ზეპირი ან კომბინირებული ფორმით. სტუდენტები ფასდებიან მიღებული თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის საფუძველზე. კრედიტის მინიჭება ხორციელდება დავალებისადმი დადგენილი მოთხოვნებისა და პროცედურების შესრულების შემთხვევაში. ა) ხუთი სახის დადებითი შეფასება: (A) ფრიადი – შეფასების 91-100 ქულა; (B) ძალიან კარგი – მაქსიმალური შეფასების 81-90 ქულა; (C) კარგი – მაქსიმალური შეფასების 71-80 ქულა; (D) დამაკმაყოფილებელი – მაქსიმალური შეფასების 61-70 ქულა; (E) საკმარისი – მაქსიმალური შეფასების 51-60 ქულა. ბ) ორი სახის უარყოფითი შეფასება: (FX) ვერ ჩააბარა – მაქსიმალური შეფასების 41-50 ქულა, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტს ჩასაბარებლად მეტი მუშაობა სჭირდება და ეძლევა დამოუკიდებელი მუშაობით დამატებით გამოცდაზე ერთხელ გასვლის უფლება; (F) ჩაიჭრა – მაქსიმალური შეფასების 40 ქულა და ნაკლები, რაც ნიშნავს, რომ სტუდენტის მიერ ჩატარებული სამუშაო არ არის საკმარისი და მას საგანი ახლიდან აქვს შესასწავლი.



საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტში, FX-ის მიღების შემთხვევაში უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულება ვალდებულია დამატებითი გამოცდა დანიშნოს დასკვნითი გამოცდის შედეგების გამოცხადებიდან არანაკლებ 5 დღეში. სტუდენტის მიერ დამატებით გამოცდაზე მიღებულ შეფასებას არ ემატება დასკვნით შეფასებაში მიღებული ქულათა რაოდენობა.

დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასება არის დასკვნითი შეფასება და აისახება საგანმანათლებლო პროგრამის კომპონენტის საბოლოო შეფასებაში.

დამატებით გამოცდაზე მიღებული შეფასების გათვალისწინებით საგანმანათლებლო კომპონენტის საბოლოო შეფასებაში 0-50 ქულის მიღების შემთხვევაში, სტუდენტს უფორმდება შეფასება F-0 ქულა.

შეფასების კრიტერიუმები წარმოადგენს შეფასების მეთოდის საზომ ერთეულს, რითაც დგინდება სწავლის შედეგების მიღწევის დონე საგანმანათლებლო პროგრამის თითოეული კომპონენტებისთვის.

დასკვნით გამოცდაზე გასვლის წინაპირობა განისაზღვრება შესაბამისი სასწავლო კურსების სილაბუსებში, ხოლო დასკვნითი გამოცდა ითვლება ჩაბარებულად, თუ სტუდენტმა გამოცდაზე მიიღო მაქსიმალური ქულის 50 % (დამატებითი პირობები განისაზღვრება შესაბამისი სასწავლო კურსის სილაბუსის მიხედვით).

II ნაწილი:

სტუდენტების შეფასების პროცედურები შესაბამისობაშია საქართველოს კანონმდებლობასთან და უნივერსიტეტის წესდებასთან და აღწერილია პირველი ნაწილის კომპონენტში. მეორე ნაწილში ემატება სამაგისტრო ნაშრომის შეფასება.

სამაგისტრო ნაშრომის შეფასება

სამაგისტრო ნაშრომი წარმოადგენს სტუდენტის მიერ ინდივიდუალურად შესრულებულ სამუშაოს. სამაგისტრო ნაშრომი ფასდება ერთჯერადად, დასკვნითი შეფასებით, 100 ქულიანი სისტემით. სამაგისტრო ნაშრომი დაცულად ჩაითვლება და მაგისტრანტს შესაბამისი კრედიტი მიენიჭება



წინასწარ დადგენილი მინიმალური ზღვარის გადალახვის შემთხვევაში (არანაკლებ 51 ქულა).

მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამის სამეცნიერო-კვლევით კომპონენტში - (FX) (ვერ ჩააბარა) შეფასების მიღების შემთხვევაში მაგისტრანტს უფლება ეძლევა გადამუშავებული სამეცნიერო-კვლევითი კომპონენტი წარადგინოს მომდევნო სემესტრის განმავლობაში, ხოლო - (F) (ჩაიჭრა) შეფასების მიღების შემთხვევაში მაგისტრანტი კარგავს იგივე სამეცნიერო-კვლევითი კომპონენტის წარდგენის უფლებას⁵. კომისიის გადაწყვეტილება საბოლოოა.

სამაგისტრო ნაშრომის შეფასების ფორმები:

- აქტუალობა - 5 ქულა
- კვლევის მეთოდოლოგია - 20 ქულა
- ლიტერატურის მიმოხილვა და თეორიული კომპონენტი - 20 ქულა
- ანალიზისა და არგუმენტაციის უნარი - 30 ქულა
- ნაშრომის ფორმალური და ენობრივ-სტილისტური მხარე - 10 ქულა
- ნაშრომის ვიზუალური მხარე, მომხსენებლის საპრეზენტაციო და საკომუნიკაციო უნარები - 15 ქულა

სულ - 100 ქულა

სამაგისტრო ნაშრომის შეფასების კრიტერიუმები:

ა) აქტუალობა - 5 ქულა

(ფასდება თემის აქტუალობა და სიახლე).

ბ) კვლევის მეთოდოლოგია - 20 ქულა

(ფასდება მიზნებისა და ამოცანების ადეკვატურობა, საკვლევი კითხვის/ჰიპოთეზის გამართულობა, დამოკიდებულ და დამოუკიდებელ ცვლადებს შორის მიმართებების დადგენის სისწორე (საჭიროების შემთხვევაში), გამართული და კვლევის მიზანთან მისადაგებული კვლევის დიზაინი, ემპირიული მონაცემების ანალიზის სრულყოფილად წარმოდგენა).

⁵ <https://bit.ly/3kDfjht> - სა მა გ ის ტ რ ი ნ ა შ რ ი მ ის და ც ვ ის წ ე ს ი



	გ) ლიტერატურის მიმოხილვა და თეორიული კომპონენტი - 20 ქულა (ფასდება რელევანტური, თანამედროვე და მრავალფეროვანი ლიტერატურის, მათ შორის უცხოურენოვანი წყაროების, დამუშავების სრულყოფილება, თეორიული მასალის კრიტიკული ანალიზი). დ) ანალიზისა და არგუმენტაციის უნარი - 30 ქულა (ფასდება ავტორის მსჯელობის თანმიმდევრულობა, მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების დადგენისა და ადეკვატური დასკვნების გამოტანის უნარი, დასკვნების კავშირი ძირითად ტექსტთან და მათი ლოგიკურობა). ე) ნაშრომის ფორმალური და ენობრივ-სტილისტური მხარე - 10 ქულა (ფასდება წარმოდგენილი ნაშრომის ენობრივი გამართულობა, აკადემიური სტილი, წყაროების მითითების სისრულე და კორექტულობა, რუკების, ცხრილების, გრაფიკების შესაბამისობა და შესრულების ხარისხი, ნაშრომის გაფორმების მოცემულ სტანდარტთან შესაბამისობა, APA/ტურაბიანის სტილის დაცვა). ვ) ნაშრომის ვიზუალური მხარე, მომხსენებლის საპრეზენტაციო და საკომუნიკაციო უნარები - 15 ქულა (ფასდება ნაშრომის შინაარსისა და შედეგების დემონსტრირების ვიზუალური (ტექნიკური და ესთეტიკური) მხარე, თვალსაჩინო მასალის არსებობა, მისი ადეკვატურობა და ხარისხი, პრეზენტაციის თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენება, მაგ: PowerPoint, დიგიტალური რუკები, ცხრილები, გრაფიკები და სხვ.); მაგისტრანტის პასუხები კითხვებსა და შენიშვნებზე). შენიშვნა: რეცენზენტი რეკომენდაციის გაცემისას ხელმძღვანელობს ზემოთ მოცემული კრიტერიუმებით, გარდა ვ) პუნქტისა.
დასაქმების სფეროები	თსუ-ს აქვს გაფორმებული თანამშრომლობის მემორანდუმი პოტენციურ დამსაქმებლებთან; პროგრამის განხორციელება



ხელს შეუწყობს საქართველოში მედიაფსიქოლოგიის დარგის განვითარებას.

I ნაწილი:

საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით, მედიაფსიქოლოგები მუშაობენ სამაუწყებლო კომპანიებში, მარკეტინგულ და სარეკლამო ფირმებში, კოლეჯებსა და უნივერსიტეტებში, კერძო, სახელმწიფოს მართვის ორგანოებსა და არასამთავრობო ორგანიზაციებში; ისინი აწარმოებენ დამოუკიდებელ და კორპორატიულ კონსულტირებას, წვლილი შეაქვთ საზოგადოებრივ აქტივობებში, ადვოკატირებასა და პოლიტიკის წარმართვაში.

დასაქმების სფეროები და პოზიციები მოიცავს, მაგრამ არაა ლიმიტირებული ამ ჩამონათვალით:

- ანალიტიკური და საკონსულტაციო კომპანიები (ანალიტიკოსის და კონსულტანტის პოზიციები);
- არასამთავრობო ორგანიზაციები, რომლებიც ფოკუსირებულია მედიასა და კომუნიკაციებზე (პროექტის მენეჯერის, ანალიტიკოსისა და კონსულტანტის პოზიციები);
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის, მარკეტინგის ორგანიზაციები და სარეკლამო სააგენტოები (ანალიტიკოსები და კონსულტანტები);
- მედია ორგანიზაციები: ტელევიზია, რადიო და ონლაინ და ბეჭდური მედია (სარეკლამო და მედიაკონსულტანტები);
- სამთავრობო სტრუქტურები და პოლიტიკური პარტიები (ანალიტიკოსები და კონსულტანტები).

სფეროები, სადაც მედიაფსიქოლოგია ასევე არსებითია:

- მედიის პერსონალის კონსულტირება;
- მედიასტანდარტების განვითარება და მათი გაუმჯობესებისთვის ანალიზის ჩატარება;
- მედიის შესახებ წერა ან სხვადასხვა მედიაში ექსპერტებად სტუმრობა;



- მედიის სოციოლოგიური, ბიჰევიორისტული და ფსიქოლოგიური ეფექტების ანალიზი და ა.შ⁶.

სხვადასხვა წყაროს მიხედვით, მედიაფსიქოლოგებს თავისი წვლილი შეაქვთ ისეთ სფეროებში, როგორებიცაა:

- სოციალური მედიის სტრატეგიის განვითარება ორგანიზაციებისა და ბრენდებისთვის;
- ონლაინ პლატფორმების განვითარება სოციალური მეწარმეობისა და არასამთავრობო სექტორისთვის;
- საზოგადოების (თემის) შექმნა და აუდიტორიის ჩართულობა;
- გართობის საშუალებები, რომლებიც ვრცელდება მედიაში;

II ნაწილი:

საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით, მედიაფსიქოლოგები მუშაობენ სამაუწყებლო კომპანიებში, მარკეტინგულ და სარეკლამო ფირმებში, კოლეჯებსა და უნივერსიტეტებში, კერძო, სახელმწიფოს მართვის ორგანოებსა და არასამთავრობო, სამეცნიერო და კვლევით ორგანიზაციებში; ისინი აწარმოებენ დამოუკიდებელ და კორპორატიულ კონსულტირებას, კვლევებს, წვლილი შეაქვთ აკადემიურ და საზოგადოებრივ აქტივობებში, ადვოკატირებასა და პოლიტიკის წარმართვაში.

დასაქმების სფეროები და პოზიციები მოიცავს, მაგრამ არაა ლიმიტირებული ამ ჩამონათვალით:

- ანალიტიკური და საკონსულტაციო კომპანიები (ანალიტიკოსის და მკვლევარის პოზიციები);
- არასამთავრობო ორგანიზაციები, რომლებიც ფოკუსირებულია მედიასა და კომუნიკაციებზე (მკვლევარის და კონსულტანტის პოზიციები);
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის, მარკეტინგის ორგანიზაციები და სარეკლამო სააგენტოები (კონსულტანტები);

⁶ Batinic, Bernad, ed (2008) (in German). [Medienpsychologie](https://doi.org/10.1007/978-3-540-46899-8). Heidelberg: Springer Medizin Verlag. ISBN 978-3-540-46894-
[http://dx.doi.org/10.1007/978-3-540-46899-8](https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-media-psychology-effect/201211/defining-and-describing-media-psychology), <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-media-psychology-effect/201211/defining-and-describing-media-psychology> (last seen Aug. 20, 2018)



- მედია-მონიტორინგის კომპანიები (ანალიტიკოსის და მკვლევარის პოზიციები);
- მედია ორგანიზაციები: ტელევიზია, რადიო და ონლაინ და ბეჭდური მედია (სარეკლამო და მედიაკონსულტანტები, ჟურნალისტები და პროდიუსერები);
- სამთავრობო სტრუქტურები და პოლიტიკური პარტიები (ანალიტიკოსები და კონსულტანტები).

სფეროები, სადაც მედიაფსიქოლოგია ასევე არსებითია:

- მედიასტანდარტების განვითარება და მათი გაუმჯობესებისთვის კვლევების ჩატარება
- მედიის შესახებ წერა ან სხვადასხვა მედიაში ექსპერტებად სტუმრობა
- მედიის სოციოლოგიური, ბიჰევიორისტული და ფსიქოლოგიური ეფექტების და სხვ. კვლევა, და ა.შ⁷

მედიაფსიქოლოგიის კვლევები ასევე სასარგებლოა ისეთი მიმართულებებით, როგორიცაა:

- ინდივიდის და ჯგუფის სტერეოტიპების ფორმირება, განმტკიცება ან შეცვლა;
- ჩართული და გამორთული კამერის მრავალფეროვნება და ეფექტები/ზეგავლენა აუდიტორიაზე, ამბებზე და მედიის პერსპექტივებზე;
- სარეკლამო მესიჯების კვლევა და სხვ⁸.

სხვადასხვა წყაროების მიხედვით, მედიაფსიქოლოგებს თავისი წვლილი შეაქვთ ისეთ სფეროებში, როგორებიცაა:

- სოციალური მედიის სტრატეგიის განვითარება ორგანიზაციებისა და ბრენდებისთვის;
- ონლაინ პლატფორმების განვითარება სოციალური მეწარმეობისა და არასამთავრობო სექტორისთვის;
- საზოგადოების (თემის) შექმნა და აუდიტორიის ჩართულობა;
- გართობის საშუალებები, რომლებიც ვრცელდება მედიაში;

⁷ Batinic, Bernad, ed (2008) (in German). [Medienpsychologie](https://doi.org/10.1007/978-3-540-46899-8). Heidelberg: Springer Medizin Verlag. ISBN 978-3-540-46894-
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-media-psychology-effect/201211/defining-and-describing-media-psychology> (last seen Aug. 20, 2018)

⁸ იქვე



	ფსიქოლოგიური კვლევების ჟურნალისტიკისთვის და ფართო საზოგადოებისთვის გადათარგმნა.
სწავლის გაგრძელების პერსპექტივა	მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამის (ნაწილი I) კურსდამთავრებული უფლებამოსილია, სწავლა განაგრძოს საქართველოს ან სხვა ქვეყნის უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში ამავე დარგის მაგისტრატურის პროგრამის II ნაწილზე, რომელიც ორიენტირებულია შემდგომი დონის სპეციალისტისა და მკვლევარის მომზადებაზე. მაგისტრატურის საგანმანათლებლო პროგრამის (ნაწილი II) კურსდამთავრებული უფლებამოსილია, სწავლა განაგრძოს საქართველოს ან სხვა ქვეყნის უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში ამავე სპეციალობის დოქტორანტურის საგანმანათლებლო პროგრამაზე, რომელიც ორიენტირებულია შემდგომი დონის სპეციალისტისა და მკვლევარის მომზადებაზე.
სწავლის საფასური	- საქართველოს მოქალაქის სწავლას სრულად აფინანსებს სახელმწიფო; - სხვა პირის სწავლის სახელმწიფოს მიერ დაფინანსების წესსა და პირობებს ადგენს საქართველოს მთავრობა.
პროგრამის განხორციელებისათვის საჭირო ადამიანური და მატერიალური რესურსი	პროგრამის განხორციელებაში ჩართულია: I ნაწილი: 15 პედაგოგი, აქედან 4 წარმოადგენს თსუ-ის აკადემიურ პერსონალს/სამეცნიერო კვლევითი ცენტრის მეცნიერს, 4 - მოწვეულ პედაგოგს, 7 - უცხოელი პედაგოგია. II ნაწილი: 5 პედაგოგი, აქედან 1 წარმოადგენს თსუ-ის აკადემიურ პერსონალს/სამეცნიერო კვლევითი ცენტრის მეცნიერს, 4 - მოწვეულ პედაგოგს. სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის, მეექვსე აკადემიურ კორპუსში (ჭავჭავაძის გამზირი N 8, სადაც მიმდინარეობს ძირითადი სწავლება) განლაგებულია სათანადო ინვენტარით, აღჭურვილი სასწავლო აუდიტორიები, აკადემიური და ადმინისტრაციული პერსონალის სამუშაო ოთახები; სტუდენტებთან ინდივიდუალური შეხვედრების ოთახები



	საკონფერენციო აუდიტორიები; კომპიუტერული რესურს-ცენტრი, სატელევიზიო სტუდია, თსუ მულტიმედია ცენტრი, ნიუსრუმი, სამონტაჟო, რეკორდერები, დიქტოფონები, ციფრული კამერები და სხვ. განვლილ წლებში პროგრამის ხელ-ლის (პროფესორ მარიამ გერსმაიას) მიერ მოძიებული იყო საერთაშორისო გრანტები, რომლის მეშვეობითაც მოხდა სტუდენტების მოთხოვნების შესაბამისად ინფრასტრუქტურული პროექტების განხორციელება (აუდიტორიების განახლება, ტექნიკური აღჭურვა, მულტიმედია ცენტრის დაარსება და სხვ.); საბიბლიოთეკო რესურსები განლაგებულია პირველ, მეორე, მესამე და მალღივ კორპუსებში. პროგრამის სტუდენტები ისარგებლებენ ფაკულტეტის აუდიტორიებითა და ასევე, ბიბლიოთეკის სამკითხველო დარბაზებით. ბიბლიოთეკები აღჭურვილია კომპიუტერებით და სხვა საჭირო ტექნიკით. პროგრამის სილაბუსებში მითითებული სავალდებულო ლიტერატურა და/ან შესაბამისი რიდერები განთავსებულია და ხელმისაწვდომია სტუდენტებისთვის. თსუ-ს სტუდენტებს წვდომა აქვთ ელ. ბაზებში არსებულ უახლეს სამეცნიერო ლიტერატურაზე, პუბლიკაციებზე (Elsevier SCOPUS, Elsevier ScienceDirect, EBSCOHost, JSTOR), რომლებსაც აქტიურად იყენებენ დავალებების მომზადებისთვის.
პროგრამის ფინანსური უზრუნველყოფა	პროგრამის ფინანსურ მდგრადობას უზრუნველყოფს ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.
აკადემიური კეთილსინდისიერება	აკადემიურ კეთილსინდისიერებას დიდი ყურადღება ექცევა აღნიშნული პროგრამის ფარგლებში. ინაწილი: • სტუდენტმა უნდა წარმოადგინოს მხოლოდ დამოუკიდებლად მომზადებული დავალება, რომელშიც აკადემიური სტილის დაცვით მითითებული იქნება, თუ ვის ეკუთვნის ესა თუ ის იდეა და/ან სიტყვები; • სტუდენტმა არ უნდა გამოიყენოს დავალების ნაწილი, რომელიც სხვა სასწავლო კურსისთვის მოამზადა; ასევე არ უნდა მოახდინოს მონაცემთა ან სხვა ინფორმაციის გაყალბება, და არ უნდა გადაიწეროს დავალება.



იმ შემთხვევაში თუ რომელიმე ზემოთხსენებულ ქმედებას ექნება ადგილი, სტუდენტს დაეკისრება ეთიკის კოდექსით განსაზღვრული დისციპლინური პასუხისმგებლობა აკადემიური კეთილსინდისიერების პრინციპების დარღვევის გამო, რომლებიც ჭეშმარიტი აკადემიური განათლების განუყოფელი ნაწილი და უნივერსიტეტის ფუნდამენტური ღირებულებაა.

სტუდენტის დავალება მოწმდება პლაგიატზე ელექტრონული პროგრამა „Turnitin“-ის გამოყენებით. ამ მიზნით სტუდენტი დავალების ელექტრონულ ვერსიას, პლაგიატზე შესამოწმებლად, ატვირთავს სპეციალურ ბმულზე, რომელიც მიბმულია თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის [ელექტრონული სწავლების პორტალზე](#).

აკადემიური კეთილსინდისიერების პოლიტიკის დოკუმენტი ხელმისაწვდომია [ონლაინ](#).

II ნაწილი:

სამაგისტრო ნაშრომი მოწმდება პლაგიატზე ელექტრონული პროგრამა „Turnitin“-ის გამოყენებით. ამ მიზნით სამაგისტრო ნაშრომის დაცვამდე მაგისტრანტი დასრულებული ნაშრომის ელექტრონულ ვერსიას, პლაგიატზე შესამოწმებლად, ატვირთავს სპეციალურ ბმულზე, რომელიც მიბმულია თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის [ელექტრონული სწავლების პორტალზე](#).

ფაკულტეტის სასწავლო პროცესის მართვის სამსახური, რომელიც ამოწმებს სამაგისტრო ნაშრომს „პლაგიატზე“, ხელმძღვანელობს “სსიპ - ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის აკადემიური კეთილსინდისიერების პოლიტიკის დოკუმენტით“. სამსახური, დაცვამდე 9 კალენდარული დღით ადრე, ნაშრომების ელექტრონულ ვერსიას უგზავნის რეგენზენტს და კომისიას. ნაშრომში შესაბამისი ხარვეზების გამოვლენის შემთხვევაში სასწავლო პროცესის მართვის სამსახური წერილობით აცნობებს სამაგისტრო ნაშრომების დაცვის კომისიას რეაგირების მიზნით.

ნაშრომში აკადემიური არაკეთილსინდისიერების გამოვლენის შემთხვევაში კომისიის წევრები უფლებამოსილნი არიან მიიღონ შემდეგი გადაწყვეტილება:



	ა) მაგისტრანტი დაშვებულ იქნეს დაცვაზე და ხარვეზები აისახოს სამაგისტრო ნაშრომის შეფასებაში; ბ) მაგისტრანტი არ იქნეს დაშვებული დაცვაზე; გ) მაგისტრანტის საკითხი განიხილოს ეთიკის კომისიამ. სამაგისტრო ნაშრომის წარდგენიდან 5 კალენდარული დღის ვადაში მაგისტრანტის ხელმძღვანელმა სასწავლო პროცესის მართვის სამსახურს უნდა გაუგზავნოს წერილობითი თანხმობა მაგისტრანტის დაცვაზე დაშვების თაობაზე.
დამატებითი ინფორმაცია (საჭიროების შემთხვევაში)	ამ ეტაპზე, საგანმანათლებლო პროგრამა მოემსახურება 5 სტუდენტს. პროგრამაზე მისაღები შიდა საუნივერსიტეტო გამოცდის ზოგადი თემატიკა მოიცავს საკითხებს, რომლის მიხედვითაც იქნება ფორმულირებული ესსეს კონკრეტული სათაური. ესენია: ტექნოლოგიების პოზიტიური და ნეგატიური გავლენა ადამიანზე; ყალბი ახალი ამბების გავლენა ამომრჩეველზე; ემპათია და სოლიდარობა მედიაში; სერიალების გავლენა აუდიტორიაზე; მედიის ზეგავლენა ბავშვებზე; მედია, სტიგმები და სტერეოტიპები. შესაბამისი ლიტერატურა: სტუდენტებს აქვთ თავისუფალი წვდომა შემდეგ ბაზებზე: EBSCO, Cambridge online journals, Oxford journals, SAGE publications, ScienceDirect, JSTOR, SciVerse Scopus და ა.შ. იხ. www.tsu.ge და www.ebooks.tsu.ge. სწავლის შედეგების წარმოდგენილი კომპლექტაცია (set) არის ცოდნასა და უნარებზე დაფუძნებული საერთაშორისო კომპეტენციები (I-COMs) მედიაფსიქოლოგიის სფეროში, რომელიც საჭიროა დარგის შესაბამისი კვლევისთვის; მედიას, ტექნოლოგიებსა და ადამიანს შორის ინტერაქციის, მედიის მოხმარების და პროცესების აღწერისთვის; მედიის ინდივიდებზე, სხვადასხვა ჯგუფებზე და ზოგადად, ადამიანის ქცევაზე ზემოქმედების (ეფექტების) განმარტებისთვის; საერთაშორისო კომპეტენციები (I-COM) მოიცავს ცოდნის ფლობას მედიაფსიქოლოგიის თეორიებსა და მოდელებზე, მათთან დაკავშირებულ ემპირიულ მტკიცებულებებზე, კვლევის მეთოდოლოგიებზე და დისციპლინასა და პრაქტიკას შორის ურთიერთქმედების გაცნობიერებაზე. I-COM არის ის საფუძველი, რომელზეც დამოკიდებულია სხვა კომპეტენციები.



პროგრამის ანალოგი: აღნიშნული პროგრამის მსგავსი მიზნების, შედეგებისა და შინაარსის მქონე საგანმანათლებლო პროგრამები ხორციელდება ამერიკის შეერთებული შტატების, ევროპის და მსოფლიოს ისეთ წამყვან უნივერსიტეტში, როგორებიცაა: Fielding graduate University (USA), University of Salford, Manchester (UK), [Touro University Worldwide \(TUW\)](#), University of Melbourne (Australia), [California State University—Los Angeles \(CSULA\)](#), [Massachusetts Institute of Technology \(MIT\)](#), [Stanford University \(USA\)](#), [New York University \(USA\)](#), [Steinhardt School of Education](#), [University of Iowa \(USA\)](#), [Western University \(Canada\)](#), [University of Sussex \(United Kingdom\)](#), [University of Stirling](#), Scotland Argosy University, Caldwell University, Arizona State University (USA) და სხვ. უფრო მეტი იხილეთ APA-ის #46 მედია ფსიქოლოგიის სექციის საიტზე <http://www.apadivisions.org>. პროგრამას საქართველოში არ აქვს ანალოგი, ამ კუთხით ის უნიკალურია და პირველი.

მთელი ცხოვრების მანძილზე სწავლების კომპონენტი: თსუ-ს უწყვეტი განათლების ცენტრში გახსნილია სასერტიფიკატო კურსი მედიაფსიქოლოგიაში სახელწოდებით „მედიაფსიქოლოგია 101“ (ავტორი: პროფ. მარიამ გერსამია).

საერთაშორისო ექსპერტებს, რომლებიც ჩართულნი არიან მედიაფსიქოლოგიის და/ან მასკომუნიკაციის კვლევებში (აშშ-დან, გერმანიიდან, ავსტრიიდან, უკრაინიდან, კანადიდან, ნეპალიდან, პოლონეთიდან და სხვ) შეაქვთ კონტრიბუცია პროგრამის დახვეწაში. დამატებით, 2019 წელს მიღებულია და ცვლილებებში გათვალისწინებულია გარე-შეფასება ცნობილი უცხოელი მედიაფსიქოლოგის პროფ. მარკუს აპელისგან. ევროპის პარტნიორი უნივერსიტეტები (ერაზმუს +-ის ფარგლებში) ჩართულნი არიან ამ პროგრამის ფარგლებში გაცვლით აქტივობებში. პროგრამის მოდერნიზაცია მიმდინარეობს ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული „ჟან მონეს ბრწყინვალეების ცენტრის: დემოკრატიის მედეგობა საქართველოში“ ფარგლებში.



Learning Plan/ სასწავლო გეგმა

Faculty: Social and political Sciences

ფაკულტეტი: სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა

Division: Interdisciplinary

მიმართულება: ინტერდისციპლინური

Name of the educational program: Media psychology and communications

საგანმანათლებლო პროგრამის სახელწოდება: მედიაფსიქოლოგია და კომუნიკაციები

Level: Master

სწავლების საფეხური: მაგისტრატურა

ECTS: I ნ ა წ ი ლ : 60 ECTS II ნ ა წ ი ლ : 60 ECTS

კრედიტების რაოდენობა: I ნ ა წ ი ლ : 60 ECTS II ნ ა წ ი ლ : 60 ECTS

Head of the program: Professor Mariam Gersamia

საგანმანათლებლო პროგრამის ხელმძღვანელი: პროფესორი მარიამ გერსამია

აკადემიური საბჭოს მიერ სასწავლო პროგრამის დამტკიცების თარიღი, დადგენილების ნომერი: 22.06.2026 44/2026 (დანართი 295).

Date of approval of the academic program by the Academic Council, resolution number: 22.06.2026 44/2026 (Annex 295).

Date of starting the program (academic year): 2026-2027 სასწავლო წლის შემოდგომის სემესტრი



Structure of the program/პროგრამის სტრუქტურა
ინაწილი

Types of teaching courses/modules: faculty/mandatory/elective												
სასწავლო კურსების / მოდულების ტიპი: საფაკულტეტო / სავალდებულო / არჩევითი												
N	Code/კოდი	Name of the course სასწავლო კურსის სახელწოდება	ECTS	Hours სტუდენტის საათობრივი დატვირთვა					Prerequisite სასწავლო კურსზე დაშვების წინაპირობა	Semester სწავლები ს სემესტრი		Lecture(s) ლექტორი / ლექტორები
				Contact hours საკონტაქტო			Independent work დამოუკიდებელი	Total/სულ		Fall /შემოდგომის	Spring /გაზაფხულის	
				lecture /ლექცია	Seminar/working group სემინარი/სამუშაო ჯგუფი	Exams/ საგამოცდო						
Mandatory courses / სავალდებულო სასწავლო კურსები 25 credits (ECTS)												
1		Theories and history of media psychology / მედიაფსიქოლოგიის თეორიები და ისტორია	5	15	15	8	87	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓		Sonia Utz სონია უტცი Mariam Gersamia მარიამ გერსამია
2		Academic writing (for media psychologists) / აკადემიური წერა (მედიაფსიქოლოგებისთვის)	5	15	30	6	74	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓		Tatia Oboladze თათია ობოლაძე Tamar vepkhvadze თამარ ვეფხვაძე
3		Effects of social media use / სოციალური მედიის გამოყენების ეფექტები	5	15	15	8	87	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე		✓	Sonia Utz სონია უტცი Mariam Gersamia მარიამ გერსამია



												Narine Yeghyan ნარინე იეგჰიანი
4		Information warfare and security /საინფორმაციო ომი და უსაფრთხოება	5	15	15	8	62	100	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓		Mariam Gersamia მარიამ გერსამია
5		Research methods in media psychology and communications / კვლევის მეთოდები მედიაფსიქოლოგიასა და კომუნიკაციებში	5	30	15	8	72	15	No prerequisite წინაპირობის გარეშე		✓	Mariam Gersamia მარიამ გერსამია
Elective courses / არჩევითი სასწავლო კურსები 30 credits (ECTS)												
1		Social psychology / სოციალური ფსიქოლოგია	5	15	15	4	91	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓		Tea Gvelesiani თეა გველესიანი Revaz Jorbenadze რევაზ ჯორბენაძე
2		Project management / პროექტის მენეჯმენტი	5	30	15	5	75	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓		Medea Badashvili მედეა ბადაშვილი
3		Political Psychology and communications / პოლიტიკური ფსიქოლოგია და კომუნიკაციები	5	15	15	8	87	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე		✓	Mariam Gersamia მარიამ გერსამია John Nery ჯონ ნერი Yurii Romanenko იური რომანენკო
4		Internship credit-course სტაჟირების კრედიტ-კურსი	10	30	120	8	92	250	No prerequisite წინაპირობის გარეშე		✓	Potential employer პოტენციურ დამსაქმებელთან
5		Public relations theories, applied communications and research / საზოგადოებასთან ურთიერთობის თეორიები, გამოყენებითი კომუნიკაციები და კვლევა	5	30	30	8	57	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე		✓	Mariam Gersamia მარიამ გერსამია



6		Psychology of Advertisement / რეკლამის ფსიქოლოგია	5	15	15	4	91	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე		✓	Tea Gvelesiani თეა გველესიანი
7		Media Ethics and the Safety in the Global Digital Age / მედიაეთიკა და უსაფრთხოება გლობალურ ციფრულ ერაში	5	15	15	4	91	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓	✓	Laxman Datt Pant / ლახმან პანტი
8		Multi-media Storytelling and Strategies / მულტიმედია ამბის თხრობა და სტრატეგიები	5	15	15	8	87	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე		✓	William Cathcart / ვილიამ კეტკარტი
9		Solidarity Journalism in a Global Era / სოლიდარობის ჟურნალისტიკა გლობალურ ერაში	5	15	15	4	91	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე		✓	Olena Shevchenko / ოლენა შევჩენკო Mariam Gersamia მარიამ გერსამია
10		Media Psychology and Artificial Intelligence / მედია ფსიქოლოგია და ხელოვნური ინტელექტი	5	15	15	8	87	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓		Salome Belkania სალომე ბელქანია
		Free credit თავისუფალი კრედიტები	5							✓	✓	

Structure of the program/პროგრამის სტრუქტურა
II ნ ა წ ი ლ

Types of teaching courses/modules: faculty/mandatory/elective ს ა ს წ ა ვ ლ კ უ რ ს ე ბ ის / მ ო დ უ ლ ე ბ ის ტ ი პ ი : ს ა ფ ა კ უ ლ ტ ე ტ ო / ს ა ვ ა ლ დ ე ბ უ ლ / ა რჩ ე ვ ი თ ი								
N	Code/კოდი	Name of the course ს ა ს წ ა ვ ლ კ უ რ ს ი ს ს ა ხ ე ლ ო დ ე ბ ა	ECTS	Hours ს ტ უ დ ე ნ ტ ი ს ს ა ა თ ო ბ რ ი ვ ი და ტ ვ ი რ თ ა	Prerequisite ს ა ს წ ა ვ ლ კ უ რ ს ზ ე და შ ვ ე ბ ის წ ი ნ ა პ ი რ ო ბ ა	Semester ს წ ა ვ ლ ბ ის ს ე მ ე ს ტ რი		Lecture(s) ლ ე ქ ტ ო რ ი / ლ ე ქ ტ ო რ ე ბ ი
						Fa ll	Sp rin	



				Contact hours ს ა კ ო ნ ტ ა ქ ტ ო			Independent work და მ ო უ კ ი დ ე ბ ე ლ	Total/ს უ ლ			
				lecture /ლ ე ქ ც ი ა	Seminar/working group ს ე მ ი ნ ა რ ი /ს ა მ უ შ ა ო ჯ ზ უ ფ ი	Exams/ ს ა გ ა მ ო ც დ ო					
Mandatory courses / ს ა ვ ა ლ ე ბ უ ლ ს ა ს წ ა ვ ლ ო კ უ რ ს ე ბ ი 40 credits (ECTS)											
1		Methodological approaches in media psychology and research design / მ ე თ ო დ ო ლ ო გ ი უ რ ი მ ი დ გ ო მ ე ბ ი მ ე დ ი ა ფ ს ი ქ ო ლ ო გ ი ა შ ი და კ ვ ლ ე ვ ი ს დ ი ზ ა ი ნ ი	5	30	30	8	57	150	No prerequisite წ ი ნ ა პ ი რ ო ბ ი ს გ ა რ ე შ ე	✓	Mariam Gersamia მ ა რ ი ა მ გ ე რ ს ა მ ი ა
2		Media, digital and information literacy / მედია, ციფრული და საინფორმაციო წიგნიერება	5	15	15	4	91	100	No prerequisite წ ი ნ ა პ ი რ ო ბ ი ს გ ა რ ე შ ე	✓	Tinatin Dvalishvili / თ ი ნ ა თ ი ნ დ ვ ა ლ ი შ ვ ი ლ ი Salome Belkania ს ა ლ ო მ ე ბ ე ლ ქ ა ნ ი ა
3		Master Thesis / ს ა მ ა გ ი ს ტ რ ო ნ ა შ რ ო მ ი	30	60			690	750	ყ ვ ე ლ ს ა ვ ა ლ ე ბ უ ლ ს ა ს წ ა ვ ლ ო კ უ რ ს ი	✓	პ როგრამის განმახორციელებელი პერსონალი
Elective courses / ა რჩევი კითხვების 10 credits (ECTS)											
1		Theories of Mass Communications მ ა ს კ ო მ უ ნ ი კ ა ც ი ი ს თ ე ო რ ი ე ბ ი	5	15	15	8	87	125	No prerequisite წ ი ნ ა პ ი რ ო ბ ი ს გ ა რ ე შ ე	✓	Eka basilaia ე კ ა ტ ე რ ი ნ ე ბ ა ს ი ა ლ ი ა
2		Research Practice კვლევითი პრაქტიკა	10	30	120	8	92	250	No prerequisite წ ი ნ ა პ ი რ ო ბ ი ს გ ა რ ე შ ე	✓	Potential employer პ ო ტ ე ნ ც ი უ რ და მ ს ა ქ მ ე ბ ე ლ ა ნ
3		Introduction to Applied Statistics using R	5	15	15	5	90	125	No prerequisite წ ი ნ ა პ ი რ ო ბ ი ს გ ა რ ე შ ე	✓	David Sichinava და ვ ი თ ს ი ქ ი ნ ა ვ ა



		შესავალ გამოყენებით სტატისტიკაში R-ის გამოყენებით										
4		Media environment and transformations / მედია გარემო და ტრანსფორმაციები	5	15	15	8	87	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓		Mamuka Andguladze მამუკა ანდგულაძე
5		Medialaw for media psychologists / მედიასამართლო მედიაციოლოგიებისთვის	5	15	15	8	87	125	No prerequisite წინაპირობის გარეშე	✓		Nini Shengelia ნინი შენგელა
		Free credit თავისუფალი კრედიტები	10							✓		

Signatures

პროგრამის ხელმძღვანელის / ხელმძღვანელების / კოორდინატორის 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