

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა
და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი

Georgian Shota Rustaveli Theatre and Film
State University

სახელოვნებო მეცნიერებათა კიეზანო
№4 (41), 2009

ART SCIENCE STUDIES
№4 (41), 2009



გამომცემლობა „კენტავრი“
თბილისი – 2009

UDC(უკ) 7(051.2)
ს-364

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო
უნივერსიტეტი

სახელოვნებო მეცნიერებათა დიებანი №4 (41), 2009

სარედაქციო საბჭო ლევან სეითაშვილი იური მღებრიშვილი ანანო სამსონაძე	კრეულისათვის მოწოდებული მასალა უზრუნველყოფილი უნდა იყოს შესაბამისი სამეცნიერო აპარატით. თან უნდა ახლდეს მონაცემები ავტორის სამეცნიერო კვალიფიკაციის შესახებ ქართულ და ინგლისურ ენებზე, აგრეთვე ნაშრომის ინგლისურენოვანი რეზიუმე.
ლიტერატურული რედაქტორი მარიამ იაშვილი	
გარეკანის დიზაინი ლევან ღაღინაძე	კრეულის სტამბური გამოცემა ეგზავნება სხვადასხვა საერთაშორისო კვლევით ცენტრებს.
დაკაბადონება მკაბეშვილი ოქროშინიძე	ნაშრომები მოგვარდეთ და ცნობებისათვის მოგვმართეთ: 0102, თბილისი, დავით აღმაშენებლის გამზირი №40, შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს უნივერსიტეტი, II კორპუსი.
კორექტურა მანანა გოშაძე	ტელ/ფაქსი: +995 (32) 936 408 მობ: +995 (95) 305 060 +995 (55) 218 292
გამომცემლობის ხელმძღვანელი მამა პასაძე	E-mail: kentavri@tafu.edu.ge Web: www.tafu.edu.ge

წინამდებარე კრებული სრულად ეფუძნება
2009 წლის 15-16 ივნისს
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა
და კინოს სახელმწიფო
უნივერსიტეტში ჩატარებულ
მაგისტრანტთა და დოქტორანტთა
პირველ სამეცნიერო კონფერენციის მასალებს

შინაარსი

შესავალი	9
თეატრმცოდნეობა	
ირაკლი გოგია	
რიტმის სწავლების მნიშვნელობა მსახიობის აღზრდის პროცესში	15
მისეილ მესტვირიშვილი	
თეატრი კიბერ-სამყაროში	23
ლაშა ჩხარტიშვილი	
შექსპირის ახლებური გააზრება XX საუკუნის II ნახევრის დასაწყისში	38
თამარ ცაგარელი	
შუა საუკუნეების ევროპული და ქართული საეკლესიო სახილველი	62
კინომცოდნეობა	
ოლღა ელიაშვილი	
განგსტერული კინო	77
სოფიო წულაია	
კინოფანტასტიკის ევოლუციის პროცესი	83
რუსუდან კაკუნაშვილი	
ქალის რეპრეზენტაცია ფრანკისტული ესპანეთის პერიოდის კინემატოგრაფში	89
კულტურის მენეჯმენტი	
კულტურის პოლიტიკა	
ელენე ბაბაკიშვილი	
სპონსორობის როლი კულტურული ორგანიზაციის პოლიტიკაში.....	102
ია ბაგუნია	
სარეკლამო პოლიტიკა და რეკლამის არსი	112
სოფიო კომლაძე	
საგამომცემლო ბაზრის კვლევის ზოგიერთი საკითხი	119
ნატალია მურჯიკიშვილი	
სტრესი ორგანიზაციაში და მისი მართვის სტრატეგიები	127
ცაცა ჯორჯიაშვილი	
PR -ის (საზოგადოებასთან ურთიერთობის) როლი კულტურული	

ტურიზმის განვითარებაში	137
თამარ ზიროსმანაშვილი	
არტ-ბაზარი საქართველოს გალერეებში	146
ნინო ყურაშვილი	
რეკლამის ეფექტიანობის კვლევა	154
ლიკა ყუფარაძე	
PR-რეკომენდაციები კინოფესტივალ „სესილისთვის“	162
ნინო შარშიაშვილი	
მაყურებლის პრობლემა აკადემიურ თეატრებში	173
მარიამ ჭუმბურიძე	
მენეჯმენტის ზოგიერთი პრობლემა თანამედროვე ხელოვნებაში	181
ნინო ხუციშვილი	
ინტერნეტ ტექნოლოგიები მარკეტინგში	193
ნინო აზმაიფარაშვილი	
მენეჯმენტის როლი კულტურის გლობალიზაციის პროცესებში	200
ტრადიციული ხელოვნება	
ალეკო გელაშვილი	
სამეცნიერო ცვლილებების მესვეურები საქართველოში	217
მკა გელიაშვილი	
„სართულებიანი“ ფერხულების სიმბოლიკა	228
თამარ მუნჯიშვილი	
ქორეოგრაფიაში საბავშვო რეპერტუარის საკითხისათვის	242
საშემსრულებლო ხელოვნება	
თამარ ზიროსმანაშვილი	
ქორეოგრაფიის როლი თეატრში 251	
მუსიკისმცოდნეობა	
თამარ მიქაძე	
ჯაზისა და კლასიკის ურთიერთმიმართების საკითხისათვის	261
მაია სიგუა	
ანტიკური ტრაგედია XX საუკუნის მუსიკალურ-სცენურ	
ნაწარმოებებში – ჟანრის ინტერპრეტაციის საკითხები	271
ქეთევან ჭიტაძე	
ახალი ჟანრული მოდელების ძიება XX საუკუნის მუსიკაში	285
მკა ჭაბაშვილი	
ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკა	298

CONTENTS

THEATRE STUDIES

IRAKLI GOGIA

Shota Rustaveli Theatre And Film University's	
Faculty Of Arts And Social Sciences	325

MIKHEIL MESTVIRISHVILI

Theatre In Cyber-Universe.....	325
--------------------------------	-----

LASHA CHKHARTISHVILI

New Interpretation Of Shakespeare In The Second Half Of The	
XX Century	326

TAMARTSAGARELI

Church Show In Medieval Europe And In Georgia	327
---	-----

FILM STUDIES

OLGA ELIASHVILI

The Gangster Film	328
-------------------------	-----

RUSUDAN PAPUNASHVILI

Representation Of Women In The Spanish Film Of The Franco Period	329
--	-----

CULTURE MANAGEMENT

CULTURAL POLICY

ELENE BABAKISHVILI

The Role Of Sponsorship In The Policy Of Cultural Organization	330
--	-----

IA GABUNIA

The Advertising Policy And Main Point Of The Advertisement	331
--	-----

SOFIO KOMLADZE

“Several Issues On Publishing Market Research”	332
--	-----

NATALIA MURJIKNELI

Stress In Organization And Strategies Of Its Management.....	334
--	-----

TSATSA JORJIASHVILI

Pr (Public Relations) Role In Cultural Tourism Development	335
--	-----

TAMAR PIROSMANASHVILI

Art Market In Georgian Galleries.....	337
---------------------------------------	-----

NINO KURASHVILI

Research Of The Effectiveness Of Advertisement	338
--	-----

LIKA KUPARADZE

Pr- Recommendations For Cinema Festival „Sesily”	339
--	-----

NINO SHARMIASHVILI

Audience At Tendance Problem In Academic Theatres..... 340

MARIAM TSCHUMBURIDZE

Several Problems Of Management In Modern Art341

NINO KHUTSISHVILI

Internet-Technologies In Marketing343

NINO AZMAIPARASHVILI

The Management Of Cultural Globalization344

TRADITIONAL ARTS**ALEKO GELASHVILI**

Entrepreneurs Of Ball Dances In Georgia346

EKA GELIASHVILI

Symbolism Of “Multi Story” Perkhuli Dance347

TAMAR MUNJISHVILI

On Children’s Programs In Choreography348

TAMAR PIROSMANASHVILI

Importance Of Choreography In Theatre349

MUSIC STUDIES**TAMAR MIKADZE**Issues Of Interrelationship
Between Jazz And Classical Music350**KETEVAN CHITADZE**

Search For New Genre Models In The 20th Century Music351

EKA TCHABASHVILI

Atomic-Nuclear Composition Technique352

შენსაჯალი

პერიოდულად რეფორმები განათლების სისტემაში მიმდინარეობს სხვადასხვა ქვეყანაში და იშვიათია პროცესი, როდესაც იგი მოიცავს ქვეყნებს, რეგიონებს ერთდროულად.

მსგავსი სიტუაცია გვაქვს ბოლონიის პროცესთან, როდესაც ევრო კავშირმა წამოიწყო განათლების სისტემების ჰარმონიზაციის პროცესი – რეფორმა, რომელიც გაცდა ევრო კავშირის იურიდიულ საზღვრებს და მოიცავს არა მხოლოდ ევრო კავშირის 27 წევრი ქვეყანა, არამედ გაცილებით უფრო მეტი და დიდი გეოგრაფიული არეალი, იმისათვის, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში გაცემული დიპლომები, სხვადასხვა ქვეყნებში მომუშავე პროფესორ-მასწავლებლები და სტუდენტები ერთმანეთთან ერთი საერთო პრინციპებით ყოფლიყვნენ დაკავშირებული და ქონდათ არა მხოლოდ უფლება მობილურობაზე, არამედ მისი რეალიზაციის ფინანსური საშუალებებიც.

საქართველო ამ რეფორმებს 2004 წლიდან შეუერთდა და ჩვენმა უნივერსიტეტმაც არაერთი ნაბიჯი გადადგა იმისათვის, რომ მიახლოებოდა ევროპულ საგანმანათლებლო სივრცეს.

სწორედ ამ მიზნით დაინერგა ჩვენს უნივერსიტეტში სწავლების მეორე – სამაგისტრო და მესამე – სადოქტორო საფეხურები, შეიცვალა სწავლების პრინციპები და დაინერგა ახალი ფორმები, მათ შორის სამეცნიერო მიდგომები აკადემიური და სამეცნიერო მოღვაწეობის დაახლოებისათვის⁷

სწორედ ამ ამოცანების გადაწყვეტილებათა ფონზე ჩვენს უნივერსიტეტში პირველად დაიწყო ფუნქციონირება 2008 წელს სამაგისტრო და სადოქტორო პროგრამებმა, როგორც სახელოვნებო მეცნიერებათა, ასევე – საშემსრულებლო სპეციალობების მიმართულებით⁷ შეიქმნა ახალი სასწავლო ბადეები და გეგმები მეორე და მესამე სასწავლო საფეხურებისათვის, დიდი ყურადღება დაეთმო სტუდენტთა სამეცნიერო უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებას და შემდგომ განვითარებას, განსაკუთრებით, – სახელოვნებო მეცნიერებათა და საშემსრულებლო ხელოვნების ფარგლებში.

გადაწყდა, რომ სამეცნიერო კონფერენციები, სტუდენტთა მიერ დამუშავებული თემების საჯარო აპრობაციები სასწავლო პროცესის შემადგენელი ნაწილი გახდებოდა⁷ სამეცნიერო კონფერენციების სისტემური ჩატარება უნივერსიტეტის საქმიანობის პრიორიტეტია, მისი მომზადება და ჩატარება საუნივერსიტეტო და საერთაშორისო დონეებზე, საბოლოო ჯამში, უდიდესი მნიშვნელობის მქონეა საქართველოში სახელოვნებო მეცნიერებათა და სამეცნიერო ხელოვნებათა განვითარებისათვის.

წინამდებარე კრებული წარმოადგენს ჩვენი უნივერსიტეტის მსოფლიო თეატრის მიმართულების სადოქტორო, მსოფლიო კინოს სამაგისტრო, კრეატიული პედაგოგიკის და ცეკვის სამგისტრო, კულტურის პოლიტიკისა და კულტურის მენეჯმენტის სამაგისტრო და სადოქტორო პროგრამების სტუდენტების და ასევე სახელმწიფო კონსერვატორიის მაგისტრანტთა სემინარიული მოხსენებათა კრებულს, მასალებს კონფერენციისა, რომელიც 2009 წლის 15-16 ივნისს ჩატარდა.

ეს პირველი მცდელობაა დამკვიდრდეს სტუდენტთა სამეცნიერო მოღვაწეობის საჯარო აპრობაცია, რასაც დიდი მნიშვნელობა ექნება, როგორც სტუდენტთა პროფესიული განვითარებისათვის და, რომელიც, ასევე, სამომავლოდ დაეხმარება სასწავლო პროცესს იმისათვის, რომ აღმოვაჩინოთ შესაძლებელი ნაკლოვანებანი, ანდა პირიქით, – განვაითაროთ არსებული მიღწევები.

ჩემი პროგრამების მიზანია თანამედროვე მსოფლიო თეატრის შესწავლა, მისი ადგილის განსაზღვრა ცივილიზაციის მრავალსაუკუნოვან ისტორიაში; თანამედროვე კვლევის წარმოება, ასევე თანამედროვე და თანადროული ტექნიკური საშუალებების გამოყენებით. სასწავლო პროგრამის დროს დიდი ადგილი ეთმობა სტუდენტთა სამეცნიერო კვლევასთან ერთად მათ პედაგოგიურ პრაქტიკას, მათ დაოსტატებას, როგორც მომავალი პედაგოგებისა, პროფესიონალებისა, რომელნიც თანაბრად უნდა ფლობდნენ, როგორც სამეცნიერო კვლევას, ასევე – სასწავლო მეთოდოლოგიას.

ღრმად მჯერა, რომ მსოფლიო კულტურის პროცესების ცოდნა უკეთ წარმოაჩენს ქართული კულტურის ადგილს მსოფლიოში და დაეხმარებათ მომავალ მეცნიერებს უფრო ზუსტი ანალიზისა და კვლევის საწარმოებლად.

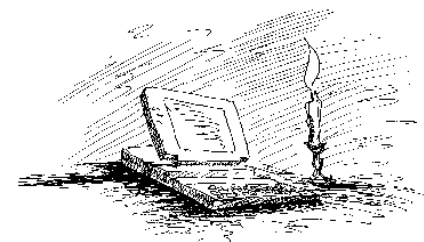
ჩვენს პროგრამაში ერთი ექსპერიმენტულ ტარდება – სადოქტორო საფეხურზე ორი პრაქტიკოსი-რეჟისორიც სწავლობს, რომელნიც პრაქტიკას თეორიული კუთხით შეისწავლიან, იმის გათვალისწინებით, რომ ჯერჯერობით საქართველოში არ არის დანერგილი არტისტი (შემოქმედებითი) კვლევა (არტისტიკ რესეარჩი), მსგავსი ექსპერიმენტი კარგი საშუალებაა პრაქტიკოსი დოქტორანტების აღზრდისა და მათთან სამეცნიერო უნარჩვევების განვითარებისა.

მე მინდა მივულოცო ამ პირველი კრებულის ყველა მონაწილე-ავტორს სამეცნიერო მოღვაწეობის დაწყება, ზოგს გაგრძელება და შემდგომი განვითარება. იმედს ვიტოვებ, რომ ეს პირველი კრებული გახდება ყოველწლიური გამოცემა, როგორც ანგარიში ყოველწლიური კონფერენციებისა.

ქართულ სახელოვნებო მეცნიერებას მრავალი ახალგაზრდა მეცნიერი ჭირდება, რომელიც თავის წვლილს შეიტანს თეორიის, ისტორიისა და კრიტიკის განვითარებაში, საერთაშორისო ურთიერთობების გაღრმავებაში და საქართველოს წარმოჩენაში, როგორც თანამედროვე მზარდი პოტენციალის მქონე ქვეყნისა.

პროფესორი ლევან ხეთაგური,
ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი,
უნივერსიტეტის რექტორის მოადგილე,
მსოფლიო თეატრის მიმართულების ხელმძღვანელი

ჰუმანიტარულ, სოციალურ
მენიერებათა, ბიზნესისა და
მართვის ფაკულტეტი



თანამედროვე მკვლევარი

**რიტმის სწავლების მნიშვნელობა მსახიობის
აღზრდის პროცესში**

„ნებისმიერ რიტმში არის მოძრაობა“
ემილ ჟაკ-დალკროზი

XX საუკუნის დასაწყისში არაერთ სათეატრო ექსპერიმენტს ჩაეყარა საფუძველი. იმ დროისთვის სარიტუალო თეატრის კვლევისაკენ მიდრეკილებამ ბევრ საინტერესო კითხვას გასცა პასუხი და ევროპული თანამედროვე ცეკვის საწყისად იქცა.

გასული საუკუნის 20-იან წლებში, გერმანიაში, ექსპერიმენტატორმა მსახიობმა, მხატვარმა და ქორეოგრაფმა რუდოლფ ლაბანმა კლასიკური ბალეტის „საწინააღმდეგოდ“ სხეულსა და მოძრაობას სრულიად განსხვავებული მიმართულება მისცა. ლაბანმა ე. წ. კლასიკურ, მკაცრი ცეკვის კანონებს სხეულის სრული თავისუფლება დაუპირისპირა. ამის საფუძველი სარიტუალო ცეკვები გახლდათ. სწორედ ამ დროს შექმნა ლაბანმა მისი „თანამედროვე ცეკვის მანიფესტი“. აღსანიშნავია, რომ იმავე წლებში ორიგინალური ექსპერიმენტები აისიღორა ღუნკანმაც განახორციელა – ის აღმოსავლურ ცეკვებზე იყო ორიენტირებული. იმ პერიოდის ყველა მცდელობა კი რიტმის, როგორც სათეატრო სტრუქტურის ჩამოყალიბებისკენ იყო მიმართული.

რიტმისა და პლასტიკის ყველაზე მასშტაბური კვლევა ფრანგული წარმოშობის შვეიცარიელ კომპოზიტორსა და პედაგოგს, ემილ ჟაკ-დალკროზს, უკავშირდება. შეიძლება ითქვას, რომ მის შემოქმედებაში თავს იყრის თითქმის ყველა ის ტენდენცია, რომელიც იმ პერიოდის ცეკვის სამყაროში გვხვდება. დალკროზი ქმნის რიტმო-პლასტიკურ მეთოდოლოგიას და გვთავაზობს კონკრეტულ სისტემას, სტრუქტურას, რომელიც ასევე სარიტუალო თეატრის ელემენტებს ეყრდნობა.

აღვირში ყოფნისას დალკროზმა შეისწავლა ადგილობრივთა რიტმული მოძრაობები, შესრულების მანერულობის ისეთი მაგალითები და რიტმი, რომლებიც განსაკუთრებით აფრიკული სარიტუალო ცეკვისთვისაა დამახასიათებელი.

ამ შემთხვევაში რიტმი განიხილება, როგორც კონკრეტული ერისთვის დამახასიათებელი თავისებურებების მამოძრავებელი და გამომხატველი ძალა. აღსანიშნავია, რომ დაღვრიისთვის სწორედ ეს ფაქტორი გახდა სტიმული იმისა, რომ კონკრეტული სისტემის, ანუ „რიტმული ვარჯიშების“, ჩამოყალიბებამდე მისულიყო.

1910 წლიდან, დრეზდენთან ახლოს, ჰელერაუში, დაღვრიის ინიციატივით, რიტმის ინსტიტუტი ყალიბდება და ფაქტობრივად საფუძველი ეყრება მის სისტემურ სწავლებას. იმდროინდელ ევროპულ თეატრს თუ გადავხედავთ, ჰელერაუს ექსპერიმენტების გავლენაში ნათლად დავრწმუნდებით. ეს 20-იანი წლებიდან უკვე ევროპული თეატრისა და თეატრალური სწავლებების ერთ-ერთი მთავარი მამოძრავებელი გახდა. სწორედ ამ დროიდან იწყება ევროპულ სცენაზე ვერბალური თეატრის ტრანსფორმირების მცდელობები. თუ გავიხსენებთ, რომ თვით ლაბანიც რევიუს მოცეკვავე იყო და შემდგომში ისეთი მანიფესტის ავტორად გვევლინება, როგორიც „ცეკვის მანიფესტი“, რომელიც დღეს უკვე მხოლოდ ცეკვის მანიფესტი კი არ არის, არამედ თანამედროვე თეატრის იდეოლოგიის განმსაზღვრელიც, მაშინ მარტივია დავადგინოთ დღევანდელი თეატრის ძირითადი მოთხოვნილება.

თეატრალური ხელოვნების განვითარების ისტორიის ნებისმიერ ეტაპზე კრიზისიდან გამოსავლის ძიება ყოველთვის იყო სარიტუალო თეატრთან მიმართებით. გასული საუკუნის 50-70-იანი წლების მნიშვნელოვანი თეატრალური გარდაქმნებიც სწორედ რიტუალების კვლევის შედეგია, მაგალითისთვის პოლონელი ეჟი გროტოვსკის ძიებების დასახელებაც კმარა – ისინი მხოლოდ სათეატრო რიტუალებზე კი არ არის აგებული, არამედ პროცესის რიტუალურობაზე. გროტოვსკის „წმინდა თეატრის“ ელემენტები და ოდინის ლაბორატორია – ეს არის ჰელერაუს რიტმის ინსტიტუტის თეატრალური ტრანსფორმირება.

„მე გადავწყვიტე, რაკი სწორედ პირველყოფილმა ადამ-წესებმა ჩაჰერეს სული თეატრს – მაშინ დაბრუნება რიტუალისკენ“¹ – ეჟი გროტოვსკის ეს სიტყვები იმ პერიოდში ძიების პროცესი გახლდათ, ფიქრი იმაზე, თუ როგორი უნდა ყოფილიყო თანამედროვე მსახიობი და მისი აღზრდის სისტემა.

რა განაპირობებს თეატრის „მოძველებას“? ერთი მთავარი ფაქტორი – როდესაც სამსახიობო აღზრდა კონკრეტული ეპოქის რიტმს ვერ პასუხობს.

რიგ შემთხვევებში ჩვენ თეატრის პედაგოგიკას ზუსტ მეცნიერებად მივიჩნევთ და შესაბამისად, კონკრეტული ეპოქის თეატრისთვის საჭირო მსახიობებს ვეღარ ვიღებთ. როდესაც თანამედროვე ცეკვამ ე. წ. კლასიკური ბალეტის „მკაცრი კლასიკურობა“ დაარღვია და პრიორიტეტული თავისუფალი მოძრაობები გახდა, როცა ევროპულ ტრადიციულ-ვერბალურ თეატრს ნელ-ნელა ჩაენაცვლა მოქმედებასა და რიტმზე აგებული თეატრი, საჭირო გახდა შესაბამისი ფიზიკური მონაცემების მქონე მსახიობების მომზადება. მათ მოსამზადებლად შემუშავებული ჩვენთვის ცნობილი სისტემებიდან აპრობირებული და ქართულ თეატრალურ სწავლებაში დადგენილია „სტანისლავსკის სისტემა“. ჩვენ გვინდა აღვზარდოთ თანამედროვე მსახიობი, მაგრამ „არ“ ან „ვერ“ ვაწოდებთ მათ თანამედროვე სწავლებას.

ზემოთ ხსენებულ სისტემაში მობილიზებულია სამსახიობო ოსტატობისთვის საჭირო ყველა ელემენტი. ის, თითქოს, კლასიკურ მეთოდათაც იქცა, მაგრამ ბუნებრივია ისიც, რომ ლამის საუკუნის წინანდელი სწავლება თანამედროვე სასცენო ხელოვნების მოთხოვნილებებს უკვე ვეღარ პასუხობს. მსოფლიო ხელოვნების განვითარება თავისთავად გვიბიძგებს განვაახლოთ სწავლების მეთოდოლოგია და ის ქართულ რიტმს, უფრო ზოგადად კი – თანამედროვე „ქართულ რიტმს“, შევუსაბამოთ.

20-იანი წლების ქართულ თეატრში არაერთი ექსპერიმენტი განხორციელდა. მაშინაც კი ზუსტად იმავე პრობლემების გადაჭრის გზებს ეძებდნენ, რაზეც ახლა გვიწევს ფიქრი და კამათი. მაგალითისთვის მხოლოდ გრიგოლ რობაქიძის და მისი ერთ-ერთი მოხსენების „თეატრი, როგორც რიტმი“ დასახელებაც კმარა. „შეუძლებელია ახლა წერა იმ რიტმით, როგორითაც წერდა ჰომეროსი, ამიტომაც ყოველ ეპოქას აქვს თავისი რიტმიც. ერთია რიტმი ქარავნის ნელი სვლის და რიტმი თანამედროვე ავტომობილის გაქანების. ამიტომაც თეატრს უნდა ახასიათებდეს რიტმი რკინის, ჯავშნის, სიძლიერე, ზომიერება, სისადავე, სისწორე, ეკონომია და ფატალობა. თანამედროვე თეატრში უნდა ისმოდეს რიტმი აეროპლანის და მანქანის. აქედან მომდინარეობს აუცილებლობა სხვა თეატრალური ფორმებისა და პირველ ყოვლისა: სიმუნწე სიტყვების, დაშლა სახეების“² – წერს გრ. რობაქიძე.

მისი ეს სიტყვები მანიშნებელია იმისა, რომ იმდროინდელი ქართული თეატრი უფრო ახლოს იყო ევროპულ თეატრთან, ვიდრე დღეს...

რა არის სარიტუალო თეატრი? „ადათ-წესების ძიება თეატრში“, – აი, ასე პრიმიტიულად განმარტავს მას ეფი გროტოვსკი, ანუ, ქართული თეატრის მითოლოგიის კვლევა, იმ საკულტო სანახაობების შესწავლა და მეთოდოლოგია, რაც თუნდაც ქართულ ცეკვებშია ჩადებული. ზოგადად ქართული ცეკვები ზომ საკულტო მოძრაობებზეა აგებული, იმ რიტუალებზე, საიდანაც თვითონ ქართულ თეატრს აქვს დასაბამი. ჩვენ შესაძლოა შესწავლილი გვაქვს ერთი კონკრეტული დღესასწაული, მაგრამ განხორციელების ტექნოლოგიების კვლევის მცდელობა არ გვქონია. ვფიქრობ, აუცილებელია მეთოდოლოგიურად გადაამუშავდეს ის, რათა გამოვიკვლიოთ კონკრეტული რიტუალისთვის როგორ ემზადებოდნენ ან რა ხერხებს იყენებდნენ ჩვენი წინამორბედნი. ქართულ თეატრალურ ხელოვნებაში რატომღაც ისე მოხდა, რომ ლოგიკურად განვითარებული პროცესი (პირველი საფეხურიებიდან მეოცე საუკუნის 20-იანი წლების ჩათვლით) უცბად გადავიდა ჩვენთვის სრულიად უცხო სწავლების მეთოდიკაზე. მაშინ ყველა ევროპული ფორმა რუსულთა შიგნით და თანაც ისე, რომ თითქოს ის ერთადერთია და მასზე საინტერესო მსოფლიოს თეატრში სხვა არაფერი ხდება...

თითოეულ რასას აქვს საკუთარი ჟესტი. რა არის ქართული ჟესტი? რიტმი, როკვა, ის საკულტო ელემენტები, რომლებიც მთიან საქართველოში და მეტნაკლებად ქართულ ტრადიციულ ცეკვაში დღემდე შემონახულია. ქართული შინაგანი რიტმის დადგენა ქართული საკრავების ხმოვანებისა და ტემბრის მიხედვითაც შეგვიძლია, ანუ, იმ განსაკუთრებული მუსიკის სტრუქტურით, როგორიც ძველ სვანეთსა და მთიან სამეგრელოში გვხვდება. რამ დაკარგა ისეთი „ადათ-წესები თეატრში“, რომელიც ერთ დროს მსოფლიო ხელოვნების თანადროულ განვითარებასთან გვაახლოებდა? იქნებ სწავლების არასწორი მეთოდიკა, რომელმაც ევროპულ თეატრს დაგვაშორა? ვფიქრობ, არაქართულ სისტემაზე აწყობილმა სწავლებამ ჩვენ თვითმყოფადობა დაგვაკარგვინა. არსებობს ქართველ ავტორთა სისტემებიც, მაგრამ ძირითადად ისინი მაინც ტრადიციული მეთოდის განვითარებაა და არა ნამდვილის კვლევა...

როდესაც სტანისლავსკის სამშობლოს ფარგლებს გარეთ თვითდაჯერებული მომზადებით წარვსდები, აღმოჩნდა, რომ მსოფლიო თეატრსა და თეატრალურ სწავლებაში ბევრ საინტერესო მოვლენას ჩვენ გარეშე ჩაუვლია.

კიდევ ერთხელ ხაზგასმით აღვნიშნავ, რომ, როდესაც დალკროზი რიტმის სტრუქტურაზე მუშაობდა, ეს იმ ეპოქის მოთხოვნილება იყო, რამაც თანამედროვე ევროპული თეატრი მოამზადა. როცა ქართულ დრამატურგიაში მცირე ტექსტიანი პიესების წერის ტენდენცია დაიწყო (მაგალითად მოვიყვან კ. გამსახურდიას სიმბოლისტური პიესას „გარსი მარადი“³), დიდი რომანისტიც ეს ნაბიჯი, პრაქტიკულად, დღემდე შეუსწავლელია. იქნებ ეს პიესა ვერბალური თეატრის ეტაპობრივი ტრანსფორმირების ჩანასახიცაა, რომელიც, სამწუხაროდ, ვერ განვითარდა.

გრიგოლ რობაქიძე თეატრის ასეთ განმარტებასაც გვთავაზობს: „თეატრი, მისტერიას ზიარებული ცრემლია“ და მისსავე მოწოდებას თუ გავიხსენებთ – „სიძუნწე სიტყვების“, თუ კიდევ იმასაც გავითვალისწინებთ, რომ ორივე მწერალი 20-იან წლებში, გარკვეულწილად, ქართული თეატრის პოლიტიკის განმსაზღვრელიც იყო, მაშინ თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ქართული თეატრი „ადათ-წესების“ ძიებას სწორედ იმ ეტაპზე გაექცა, არადა, ეს „ადათ-წესები“ ერის მოთხოვნა იყო. ეს იმ პერიოდის დრამატურგიაზეც მიგვანიშნებს, რამდენიმე მაგალითს მოვიყვან: გრ. რობაქიძის „ლაშქარ“, შ. დადიანის „თეონული“, ს. შანშიაშვილის „ანზორი“ და კიდევ, ამ პიესების დამდგმელის, სანდრო ახმეტელის წერილები თუ პირადი ჩანაწერები ქართული რიტმის შესახებ.

საქართველოში მსახიობის აღზრდის პროცესი, ერთი შეხედვით, კომპლექსურია, თეორიულად ჩვენ უნდა მივიღოთ უნივერსალი, მაგრამ პრაქტიკულ დონეზე, რიც შემთხვევაში, შედეგად ვიღებთ მსახიობებს, რომლებსაც სხეულის მართვის ელემენტარული ტექნიკა არც კი გაუვლიათ – აქ ისწავლება ცეკვა, მაგრამ არ ვიცით, როგორ ვიცეკვოთ, ისწავლება „ვოკალი“, მაგრამ ის, თუ როგორ უნდა ვმართოთ ხმა – არა. ყველაფერი გამომდინარეობს იქიდან, რომ ჩვენ სკოლას არ გააჩნია რიტმის, როგორც მსახიობის ძირითადი მამოძრავებელი საშუალების მეთოდიკა.

მაგალითისთვის მოვიყვანთ ჰილერაუს დალკროზისეული გაკვეთილების მხოლოდ ჩამონათვალს, ანუ, რას უნდა ფლობდეს მსახიობი: რიტმული ტანვარჯიში, სოლფეჯიო, მსახიობის ოსტატობა (იმპროვიზაცია), სუნთქვა, ანატომია, გუნდი, პლასტიკა... თუ მსახიობს გამოუმუშავებული არა აქვს შინაგანი რიტმი, ის ვერ ახერხებს სწორად სუნთქვას, არასწორი სუნთქვით კი – მეტყველებას. ჩვენთან

ხომ, უმეტესწილად, მეტყველების გაკვეთილები ყოველგვარი ფიზიკური მომზადების გარეშე ტარდება და ემსგავსება ლოგოპედიის მუშაობას ყბა-სახის დევექტის მქონე ადამიანთან... აქ, როგორც წესი, ასწავლიან ცეკვის ილეთებს და არა იმას, თუ როგორ უნდა მივალწიოთ ილეთის შესრულებამდე...

მდგომარეობა გამოუვალი ხდება, როდესაც არ ვიცით, ელემენტარულად, კუნთების აგებულება და სხეულის ის დეტალები, რომელთაც კონკრეტულ დავალებებს ვაძლევთ. რიტმის შესწავლისას, ვფიქრობ, აუცილებელია ადამიანის აგებულების შესწავლა, ანუ, სხეულის იმ ნაწილთა სტრუქტურის გაცნობა, რომლის საშუალებითაც სცენაზე სასწაული უნდა მოხდეს. ჰარმონიულობა გამორიცხულია თუ არ ვიცით რა ხდება ტერფში ან ხელის მტევანში იმ დროს, როცა მას კონკრეტული დავალებით ვტვირთავთ...

რიტმის გარეშე მსახიობი ემსგავსება იმ ადამიანს, რომელსაც რომელიმე კიდეური ან ორგანო ხელოვნური აქვს და მისი მართვა არ შეუძლია. თუ ჩვენი ამოცანაა ადამიანის მსახიობად აღზრდა, უპირველესად მას უნდა გამოვუმუშავოთ სურვილის, ინტელექტისა და ქმედების, ანუ მოძრაობის, მართვის შესაძლებლობა. ისევ მაგალითს მოვიყვან და გაგაცნობთ დალკროზის განმარტებას: „თავის ტვინში მობილიზებულია სურვილების, ინტელექტისა და ქმედების ცენტრალური წერტილები. თავის ტვინიდან სხეულის ყველა ნაწილისაკენ მიმართულია ნერვული ქსოვილები, რომლებიც ასრულებენ ისეთივე როლს, როგორსაც საკომუნიკაციო გადამცემები, ცენტრალური ორგანოდან ნერვები თავიანთ სურვილს გადასცემენ კუნთებს, ხოლო ისინი სრულიად ემორჩილებიან მათ ბრძანებას და ასრულებენ სიგნალის შესაბამის მოძრაობებს, რასაც ავტომატურად კუნთებთან ერთად იმეორებენ ძვლები, სახსრები და სხეულის რბილი ნაწილები. ამ გზით კუნთები იქცევა სურვილის მოქმედ ძალად“.⁴ აქედან გამომდინარე, ცხადია, რომ რიტმი, ძირითადად, სხეულის მართვაა, ანუ, პირველი საფეხური მსახიობის მომზადებისა, რათა შემდგომში მან შეძლოს ყველა იმ ტრადიციული გაკვეთილის ათვისება, როგორცაა „ვოკალი“, „ცეკვა, ოსტატობა“, „მეტყველება“, „მხატვრული კითხვა“ და თუნდაც ჰუმანიტარული მეცნიერებები. მსახიობის აღზრდაში, გარდა სხეულისა, უპირველეს ფუნქციას ტვინი და მისი გონებრივი განვითარება ასრულებს, რათა მან მის წინაშე დასმული ამოცანები გაიგოს და შეასრულოს. მსახიობისთვის აუცილებელია,

როგორც კიდურებისა და ორგანოების, ასევე ტვინის ფუნქციების ცოდნა, რადგანაც ტვინი უმთავრესი რიტმული ორგანოა. დალკროზის აზრით: „თავისუფალი ნებასურვილები, ნერვული კვანძები და კუნთები არიან განუყოფელნი. მათი ერთობლივი მუშაობის წყალობით ხორციელდება ჩვენივე სურვილები მოქმედებით რეალობაში, რაც შემდგომში აისახება ჩვენს შემოქმედებაში“.⁵

ტვინი რიტმულ გონებად უნდა ვაქციოთ – როგორც ტვინიდან გაშვებული იმპულსები ამოძრავებენ სხვადასხვა კუნთებს, ასევე ნერვული ქსოვილების დაბოლოებებიც ხომ ტვინშია... ეს ცდა მიმართულია სხეულისა და სულის ერთიანობის მისაღწევად და ამ შემთხვევაში მსახიობი უკვე შეძლებს სრულად გამოხატოს და შეასრულოს ნებისმიერი დავალება, იმუშაოს თეატრალური ხელოვნების ნებისმიერ დარგში.

„თუ მისაღწევი ხდება სხეულისა და სულის ერთობლიობა, ხორციელდება სიცოცხლის ძირითადი პრინციპი – **აზროვნებისა და მოქმედების ერთდროულობა და თანმიმდევრულობა**“.⁶ ეს არის თეატრალური ხელოვნების მთავარი აზრი, სწორედ ამ პრინციპების დაცვით მიიღწევა ნამდვილ თეატრამდე და თანამედროვე მოთხოვნილებების პასუხებამდეც.

ვფიქრობ, რომ სწორედ „აღათ-წესების ძიება თეატრში“ მსახიობის რიტმული აღზრდა და იმ თვისებების გამოუმუშავების პროცესი, რაც ქართულ თეატრს მეტად საინტერესოს გახდის. ეს მოგვცემს საშუალებას, რომ სცენაზე სრულყოფილი განსახიერება ვიხილოთ და არა ერთმანეთის მსგავსი ნაცრისფერი ერთფეროვნება. მიმაჩნია, რომ საჭიროა, თუნდაც, დალკროზის ქართულად ტრანსფორმირება და ქართული რიტმის სწავლების მეთოდების ჩამოყალიბება (ამის საფუძველი ქართულ მითოლოგიაში და ცეკვაში დევს) და მით უფრო მაშინ, როდესაც ვრწმუნდებით, რომ სწავლების ტექნოლოგიები თუ არ შეიცვალა, შესაძლოა ქართული თეატრი თანამედროვე მსახიობის გარეშე დარჩეს.

სხვაგვარად შეუძლებელია მსახიობმა ის მოთხოვნები შეასრულოს, რასაც მას მსოფლიო მასშტაბის თეატრებში უყენებენ და, შესაბამისად, მოქმედებაზე აგებული სპექტაკლების განხორციელებაც გამორიცხული ხდება.

დაბოლოს, კიდევ ერთხელ აღვნიშნავ, რომ ტრადიციული ვერბალური თეატრი და ტრადიციული აღზრდის სისტემა საქართველოში ჩიხშია შესული და საჭიროა ისეთი ევროპული თეატრალური სწავლებების დანერგვა, რომლებიც ჩვენამდე რიგ შემთხვევებში მხოლოდ მათი ავტორების სახელებითა და გვარების სახელით არის ცნობილი.

1. ეჟი გროტოვსკი. „სათეატრო მემკვიდრეობა“, თბილისი, გამომცემლობა „კენტავრი“, 2008, გვ. 63.
2. იხ.: გრიგოლ რობაქიძე. წერილები თეატრის შესახებ, თბილისი, 2003.
3. ჟურნალი „საბჭოთა ხელოვნება“,
4. იხ.: Эмиль Жак Далькроз. Ритм, Москва, 2008.
5. Эмиль Жак Далькроз. იხ.: იქვე;
6. Эмиль Жак Далькроз. იხ.: იქვე.

მიხეილ მესტიერიშვილი
დოქტურანტურის I კურსი,
ხელმძღვანელი ლევან ხეთაგური

თეატრი კიბერ-სამყაროში

საუკუნეების მიჯნაზე მყოფმა თეატრმა თავის წარსულად საკუთარი გამოცდილება და ისეთი მომავალი დაადასტურა, რომელმაც მთლიანად შეცვალა ან უარყო მთელი კულტურული მონაპოვარი. ფიქრობდნენ, რომ საინტერესო ძიებებს წინააღმდეგობებით სავსე გზაც თან დაერთვებოდა და ასეც მოხდა. ქვის ნაგებობიდან ტაძრის, შემდეგ – უბრალო ხის ფიცარნაგამდე, ჭრაქით განათებულ პანორამებამდე, ურმით მოხეტიალე ადამიანების საერთო იდეამდე, თუ ზეთის განათებიდან ახალ ელექტროფიკაციამდე. დღევანდელი, თანამედროვე თეატრის სახე მაყურებლისა თუ მკვლევრისათვის წარმოადგენს უკვე, როგორც მხატვრულ მთლიანობას, ასევე საკვლევ ობიექტს; თავად შექმნილი ნაწარმოები განაპირობებს აღმქმელისა და აღსაქმელის როლთა განაწილებას, როგორც როლების ასევე პოზიციებისა და სუბიექტ-ობიექტის ურთიერთმიმართებას. თუკი მანამდე თეატრის სტანდარტული სახე იყო დაკანონებული: მაყურებელი პარტერში და მსახიობი სცენაზე, – ამ უკანასკნელმა კუთვნილი ადგილი დატოვა: ხან მაყურებელთა დარბაზში გადაინაცვლა, ხანაც შექმნილი საზღვრების გარეთ სცადა გასვლა. მოკლედ, ძალიან ბევრი ექსპერიმენტი ჩატარდა იმისათვის, თუ სად უფრო „კომფორტული“ იქნებოდა ორივე მათგანისთვის განკუთვნილი ღრრის მიმდინარეობისას დაბინავება და ა. შ. ხელოვანთა მთელი თაობა ჩაება რიგი საკითხების საექსპერიმენტო ობიექტად გადასაქცევად, რამაც უამრავი „იზმი“, უამრავი „პოსტ...“ წარმოშვა. ადგილთა გეოგრაფიულ გადანაცვლებას სივრცეში დღეს ველარავინ მოჰყავს გაოცებაში, რადგან თანამედროვე ადამიანი სულ უფრო მეტი ექსტრემისაკენ, მეტი „ხიფათისადმი“, მეტი მოულოდულობებისადმი ისწრაფვის, რაც ერთ-ერთ ძირითად კონცეპტს წარმოადგენს თანამედროვე ხელოვნებაში კათარზისის განსაცდელად. რეჟისორებისა თუ დრამატურგების საკვლევ ობიექტი უკვე ადამიანის ცნობიერების დაფარული შრეებია და მათ გამოსახატავად ახალი რაკურსით განსაცდელი თუ აღსაქმელი საშუალებები იკავებენ მნიშვნელოვან ადგილს. „საგნები“, აქ უკვე უბრალოდ კი არ არსებობენ, არამედ

განსაზღვრულ კონსტრუქციას ამუშავებენ და აწარმოებენ ისევე, როგორც წარმოდგენის, ვერბალური და ვიზუალური ნაწილი. თანამედროვე თეატრის ახლად აღმოჩენილ თვისებებს უკვე მეცნიერება ჩაუღრმავდა ისევე, როგორც მეცნიერებას ჩაუღრმავდა თეატრი. ერთი შეხედვით, სრულიად განსხვავებული სახე მიიღო ხელოვნების ამ დარგმა და სრულიად სხვა პოზიციები განაღდა თანამედროვე სამყაროს ყოველდღიურ ცხოვრებაში. „ახალი მედიის“ დაბადებამ მთლიანად შეცვალა ადამიანის აზროვნება.

თანამედროვე სამყაროს სწრაფ განვითარებას თან სდევს ხელოვნების ყველა დარგის სწრაფი წინსვლა, რომელიც მუდმივ ძიებასა და თვალყურის დევნას, დაკვირვებას მოითხოვს. მის გარეშე წარმოდგენილია მკვლევრისა თუ ხელოვნის ადეკვატური რეაქცია მსოფლიოს თანამედროვე ხელოვნებაში მიმდინარე პროცესებზე, სრული წარმოდგენა იქონიოს ძირეულ მიზეზებზე, რომლებიც გამოძახილია ამა თუ იმ ფაქტებისა. გასული საუკუნის 20-იანი წლებიდან დღემდე ბევრი რამ შეიცვალა თეატრალურ ხელოვნებაში. შიშობდნენ, რომ კინოს, ტელევიზიის დაბადება თეატრს გაანადგურებდა, მაგრამ ასე არ მოხდა. ყოველმა მათგანმა თავისი ადგილი დაიკავა კულტურულ სივრცეში და თავისი თვითმყოფადობაც აჩვენა. თანამედროვე მედია საშუალებებმა განსაკუთრებულად იმოქმედა, როგორც ხელოვნების ყველა დარგზე, ასევე ადამიანების ცხოვრებაზეც. ფასეულობათა გადაფასებამ სრულიად ახალი ფორმები და სივრცეები შექმნა. თეატრი უკვე აღარ არის მხოლოდ ერთხელ და სამუდამოდ დადგენილი, დაკანონებული სივრცე, სადაც სცენაზე მსახიობები თამაშობენ და მაყურებელი კი პარტერიდან ადევნებს თვალს. თანამედროვე სამყარომ მოახერხა ამ დაკანონებული სივრცეებიდან გასვლა და შემდეგ ისევ უკან დაბრუნება ძალიან ბევრი საშუალებით. XX საუკუნის 20-იანი წლებში ერვინ პისკატორმა და „ბაუჰაუზის“ იმ დროისათვის რეაქტიულმა იდეებმა მთლიანად შეცვალეს მსგავსი მიდგომა თეატრისადმი, როგორც კონცეპტუალურ ასევე პრაქტიკულ დონეზე. ამაში კი უდიდესი დამსახურება კინოსა და თანამედროვე „კიბერ“ საშუალებებს მიუძღვით.

ტერმინი „კიბერ“ და მთლიანად „კიბერანთროპოლოგია“ მოდის „კიბერსფეროსის“ გამოგონების შემდეგ, რომელიც პირველად ნახსენები იყო სამეცნიერო გამოცემაში – ნოველა „ნეურომანსერ“, – ვილიამ გიბსონის ავტორობით, 1984 წელს. 40-იანი წლების ბოლოს მათემატიკოსმა ნორბერტ ვეინერმა პრეფიქსი „კიბერ“ გამოიგონა

„კიბერნეტიკაზე“ დაყრდნობით, რომელიც ადამიანსა და მანქანას შორის ურთიერთობებს აღნიშნავს. ვეინერს თავში უტრილდება ბერძნული სიტყვა „კიბერნეტეს“ (იგივე „მესაჭე“, „პილოტი“), რომელიც აღნიშნავს მანქანის მმართველს ან მაკონტროლებელს. დღეს პრეფიქსი „კიბერ“ ძირითადად კომპიუტერების და ინფორმაციული ტექნოლოგიების მიმართულებით გამოიყენება, ანუ როგორ ზემოქმედებენ ადამიანები მანქანებით და მანქანებზე. 50-იანი წლებიდან ანთროპოლოგებმა მეტი ყურადღებით დაიწყეს ტექნოლოგიების და მათი ზეგავლენის შესწავლა. ხელოვნებაში კი სულ უფრო მძლავრად შემოდის თანამედროვე გამოძახელობითი საშუალებები და ამის ნიადაგზე არა ერთი ექსპერიმენტი ჩატარდა. 1965 წელს ჯონ კეიჯი მერსი კანინკამის ცეკვის დასისთვის ქმნის „ვარიაციები VII-ს. მან დევიდ ტიუდორთან ერთად არჩევანი შეაჩერა ხმის გადამცემის ორ სისტემაზე. პირველი სისტემისათვის გამოგონებულ იქნა მოწყობილობა, რომლის მუშაობა ეფუძნებოდა სცენის განათებაზე ორიენტირებულ ფოტოელემენტებს. ამ სახით, ურთიერთზემოქმედი სხივების მიხედვით მოცეკვავეები გამოსცემდნენ ხმას. მეორე სისტემის შემთხვევაში სივრცის მთლიანი სისტემა ანტენების სერიას წარმოადგენდა. ხმა გაისმოდა ყოველ ჯერზე, როცა მოცეკვავე ანტენას 4 ფუტის და უფრო ნაკლებ მანძილზე მიუახლოვდებოდა. ხმის აქტივაცია ხდებოდა ათი ფოტოელემენტით, რომლებიც ჩართულნი იყვნენ მაგნიტოფონსა და მოკლეთალღოვან რადიომიმღებზე. მოცეკვავეების მოქმედება მიმდინარეობდა უკანა ხედის ფონზე, რომელზეც სტენ ვანდერბიკის ფილმები და ნამ ჯუნ პაიკის ვიდეო ნამუშევრები პროეცირდებოდა. „ვარიაციები V“, რომელიც მომზადდა ჰამბურგის ტელევიზიისთვის, მოითხოვდა ფოტოელემენტებისა და ხუთფუტიანი ანტენების განლაგების ისეთ რიგს, რომ მიღებული ყოფილიყო საჭირო გახმოვანება.

დღემდე ბევრი თვლის, რომ თეატრი კარგავს თავის ნამდვილ სახეს, მაგრამ მე მიმაჩნია, რომ ეს ზედაპირული მიდგომა შორსაა ჭეშმარიტებისგან, რადგან ჯერ კიდევ შილერი ამბობდა, რომ **“Der Mensch ist nur da ganz Mensch, wo er spielt”** („სრულყოფილია ადამიანი იქ, სადაც ის თამაშობს“). თუკი შილერის ამ მოსაზრებას ძირეულად მიეუდგებით, მაშინ იმაშიც დავრწმუნდებით, რომ დღეს თანამედროვე მულტიმედია წარმოდგენისათვის საგულდაგულოდ შექმნილ სივრცეს ხანგრძლივი ტრადიცია გააჩნია.

დასავლური თეატრის კონცეფციის არსებობის განმავლობაში, ისტორიის კოლექტორის ერთ-ერთი პარამეტრი ხელშეუხებელი დარჩა, მიუხედავად ჩატარებული მრავალი რადიკალური ექსპერიმენტებისა. არსებული პარამეტრი ფიზიკურ თანაარსებობას წარმოადგენდა „შემქმნელსა და მაყურებელ/დამკვირვებელს“ შორის. ტელემატიკური და განსაკუთრებით ინტერნეტის, როგორც განსხვავებულ მედია ტექნოლოგიათა საშუალებების, განვითარებასთან ერთად, ახალი ტიპის თეატრი წარმოიშვა, რომელსაც სახელად „ტელემატიკური“ ანუ დისტრიბუციონული წარმოდგენები“ ღაერქვა. „ტელემატიკური“ წარმოდგენები სივრცეში წარმოგვიდგენს „შემქმნელისა“ და „დამკვირვებლის“ ერთიანობას და „პროდუქტის“ (სცენური სივრცის) რეალიზაციას სხვადასხვა მანძილზე არსებულ ადგილებზე, რომლებიც დამოკიდებულნი არიან აუდიენციის მრავალფეროვნებასა თუ რაოდენობაზე, პროექტის კონცეფციასა და ტიპზე. ადგილები სხვადასხვა დისტანციაზეა ლინკირებული ინტერნეტის საშუალებით, **რად i ტად “Internet relay chat”¹**, (ინტერნეტ ესტაფეტა) რომელიც ტექსტუალურ გარემოს წარმოადგენს დრამის წამოდგენებისათვის ან კიდევ **“world wide web”²** (მსოფლიო მასშტაბის ქსელი). მსგავსი წარმოდგენებისათვის სცენური სივრცის შექმნის ძირითად საშუალებებად ვიდეოკონფერენციის სისტემა ან ვებ-კამერები გვევლინება. ამ დროს კი სამგანზომილებიანი წარმოდგენა ორგანოზომილებიანად გარდაისახება მონიტორის ეკრანსა თუ საპროექციო აპარატის გაშუქებაში. არსებულ მდომარეობას იმ თეზისამდე მივყავართ, რომ ინტერნეტ პერფორმანსები და მთლიანად მულტიმედიაური ტიპის წარმოდგენები „კონკრეტული ადგილისათვის განსაზღვრულ ხელოვნებას“ და მისსავე თეორიას ეფუძნება.

პირველი ასეთი მიდგომა „ინტერნეტ პერფორმანსები“ XX საუკუნეში ჩამოყალიბდა, ერთი მხრივ საშემსრულებლო ხელოვნებასა და მეორე მხრივ, მედია ტექნოლოგიებს შორის ექსპერიმენტების ჩატარების საფუძველზე. მეორე მიდგომა „კონკრეტული ადგილისათვის განკუთვნილი“ ხელოვნება, ტელემატიკური წარმოდგენებისადმი განცდის, შეგრძნებების ტრანსფორმაციის არსებობას აძლიერებს. ტრანსფორმაციის მეთოდზე დიდი გავლენა ინტერნეტის დისპონციურ ზემოქმედებასაც აქვს. ზოგადად, კონკრეტული ადგილისათვის დამახასიათებელი ხელოვნება განისაზღვრება ისე, როგორც განსაზღვრული გარემოსათვის განკუთვნილი სპეციალური ფორმა. მისი ისტორიული ფესვები კი 1960 წლების მინიმალისტურ

ქანდაკებაში შეიძლება მოვიძიოთ. მკვლევრები მიდიან დასკვნამდე, რომ მინიმალიზმი სულ უფრო და უფრო იჭრება თეატრალურ და წარმოსახვით სამყაროში ეფემერულ და დროებითი მოქმედების არსებობისას. ბრიტანელი მკვლევარი ნიკ კაი აღნიშნავს, რომ „წარმოდგენაა ის, რაც დაგვანახებს და განსაზღვრავს ადგილს თავის დამახასიათებელ თვისებებთან ერთად. იგი წარმოსადგეია არა მარტო საკუთრივ იმ დროისათვის, რომლისთვისაც არის გამოყენებული არსებული მოდიფიკაციებით და კონკრეტული საქმიანობისათვის, არამედ ზოგადად ადგილისათვის დამახასიათებელი მრავალფეროვნებით.“³ ამ თეორიული ასპექტიდან გამომდინარე, ინტერნეტი წამოდგენისათვის უკვე აუცილებელ და მთავარ კომპონენტსაც წარმოადგენს. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ასეთი ტიპის წარმოდგენების არსებობა აძლიერებს სიცოცხლისუნარიან ელემენტებს, როგორც წარმოდგენისათვის, ასევე მათთვის, ვინც უნდა მიიღოს შექმნილი პროდუქტი. არსებული მოსაზრებების საფუძველზე, ფოკუსირებას ინტერნეტზე ვახდენთ, როგორც სპეციფიურ, კონკრეტულ ადგილზე, რომელიც ბიძგს აძლევს მოხდეს ერთიანობის შეგრძნება და შემდეგ, ეგრეთ წოდებული, „კიბერ“-კათარზისი „შემქმნელ-მწარმოებელსა“ და „მაყურებელ-მიმღებ-დამკვირვებელს შორის“, განისაზღვროს როგორი სტრუქტურაა და როგორ ხდება კომუნიკაცია სხვადასხვა დისტანციაზე არსებულ „გადამცემებს“ და „მიმღებებს“ შორის.

მიუხედავად ამ ყველაფრისა, ინტერნეტ პერფორმანსები მედია სპეციფიკით არ უნდა განიხილებოდეს, როგორც მართვადი ხელოვნების სფერო, ნოელ კაროლის არგუმენტის მიხედვით: „მედია სპეციფიკა არის მხოლოდ მნიშვნელოვანი სტრატეგია ახლად ჩამოყალიბებული ხელოვნების ფორმების დაარსების ლეგიტიმაციისათვის“.⁴ ნოელ კაროლის ამ მოსაზრებაზე მკვლევარი ჯულია გლენსერი აღნიშნავს, რომ „საშუალებების სპეციფიკის არგუმენტები მიმზიდველია საშუალებათა ტრანსფორმაციისათვის ხელოვნების ახალ სფეროში, რადგან იგი გვთავაზობს გზას, რომლის საშუალებითაც, ხელოვნების ამ მიმართულებას მიეცემა დამოუკიდებლობა და გამოეყო სხვა მიმდინარეობებს. კაროლი არ უარყოფს, რომ „მოძაღვის პერსპექტივის არსებობას შეუძლია იქონიოს დასაბუთებული შედეგი, მიუხედავად იმისა, რომ იგი ცდილობს თავი აარიდოს საშუალებათა აუცილებლობას“.⁵ ეს კი გულისხმობს შემდეგს:

“საშუალებებს, როგორც საჭიროებას შეგრძნებებისათვის, საშუალებების მიზანმიმართული გამოვლინებები გააჩნია. ეს არის საშუალებათა მოცულობა, რაც იმას გვკარნახობს, რა არის საჭირო და რა უნდა გაკეთდეს ამ საშუალებებით“.⁶

კიბერ სამყარო, პარალელურად არსებობს მატერიალურ სამყაროსთან. ეს ორი სამყარო წარმოადგენს წყვილს, ზემოქმედებს ერთმანეთზე და ამით ერთმანეთის იდენტიფიკაციას ახდენს. „სამყარო არის ბიპოლარული ყველა მნიშვნელობით“⁷. ამ პროცესის შედეგს წარმოადგენს თვითგამოხატვა, რომელიც სიმბოლურად დაიწყო XX საუკუნეში „ფრანგული რევოლუციიდან“ და განვითარება ფილოსოფიაში ჰპოვა ფსიქოანალიზზე დაყრდნობით. თვითგამოხატვის მეორე ეტაპი უკვე თვითასახვას წარმოადგენს, რომელიც ეფუძნება ურთიერთობებს საკუთარ თავთან და გარემოსთან. ხელოვნების სხვა მიმართულებებისაგან განსხვავებით „ნეტ-არტმა“ „კიბერსფეისზე“ დაყრდნობით ჩამოაყალიბა ახალი კანონები და ურთიერთობები. ეს ახალი კანონები და ურთიერთობები ემხრობა მემარცხენე ფლანგს,⁸ სადაც ხაზგასმულია თვითგარკვევის შეგრძნება პოსტჰეგელიანურ, პოსტფროიდულ, პოსტლაკანურ და უკვე მალე პოსტკიბერ მიმართულებით. ელექტრონულ ლანდშაფტში პოზიციები აღებულია მატერიალურ სამყაროში მიმდინარე პროცესების მიხედვით და პირიქით. ფსიქოანალიზის ფილოსოფია მიუთითებს, რომ ერთი მხრივ, ჩვენ ვცხოვრობთ წარმოსახვით სამყაროში, სადაც არამატერიალური გამოთვლების მიხედვით საგნები რეალურია, ის ბუნებაში არ არსებობს და ყოველივე მატერიალურს მართავს, მეორე მხრივ კი, – ვირტუალურში, რომელიც მატერიალური სამყაროს **სიმულაკრუმს** წარმოადგენს. ერთადერთი, რაც ჩვენ გავგაჩნია არის, შეგრძნებები და დრო, რომელიც წარმოსახვით სამყაროშიც რეალურია. გარდა ამისა, ეს კითხვები სტრუქტურული ანალიზის შესახებ, კომპლექსურობის არსებობის შესაბამის პოტენციალს გვაძლევს, რაც მნიშვნელოვან კონცეფციას წარმოადგენს ახალი მედიის მიმართულებით.

ჩემს ყურადღებას განსაკუთრებით თანამედროვე ცეკვა იპყრობს, რომელმაც გასული საუკუნიდან მოყოლებული ცეკვისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების მნიშვნელოვანი სინთეზი შექმნა. თეატრი, ცეკვა და მთლიანად პერფორმანსის ხელოვნება ყოველთვის წარმოადგენდა ინტერდისციპლინურ, ანუ მულტიმედიურ ფორმებს.

საუკუნეების მანძილზე ცეკვა მჭიდრო კავშირში იყო მუსიკასთან და მოიცავდა რეკვიზიტის ვიზუალურ ელემენტებს, კოსტიუმს და განათებას სივრცეში სხეულის გამომსახველობის გასაძლიერებლად. თეატრმა, მისი რიტუალური ძირებიდან კლასიკური გამომსახველობის გავლით, თანამედროვე ექსპერიმენტულ ფორმებამდე, ტრადიციულად წინ წამოწია ადამიანის ხმა და ტექსტი, ყველა ზემოთ ნახსენებ კომპონენტებთან ერთად. საუკუნეების მანძილზე, თეატრმა სწრაფად აღმოაჩინა და გამოიყენა ახალი ტექნოლოგიების დრამატული და ესთეტიკური პოტენციალი.

ციფრული პერფორმანსის ისტორიაში ტექნოლოგიების ადაპტაცია მუდმივად მიმდინარეობდა ესთეტიკური და სანახაობრივი ეფექტის, აგრეთვე ემოციური და მგრძნობელობითი ზემოქმედების მოსახდენად. ჯერ კიდევ 1889 წელს, ელექტრობის მიღებით ექსტრაორდინალური ექსპერიმენტების საინტერესო მაგალითს გვიჩვენებს მოცეკვავე ლოი ფულერი. აისედორა დუნკანის თანამედროვე ფულერი სცენაზე ფართო გამჟღავნავე კოსტიუმით, ნახევრად განათებული აირიანი ტანსაცმლით გამოდიოდა, ხელში კვერთხები ეკავა ხელების სიგრძის კიდევ უფრო გასაღიდეზღად. მსგავსი მაგალითი თანამედროვე ქორეოგრაფიის გამოვლინებას წარმოადგენდა და ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებით იგი თავის ექსპერიმენტებს 1923 წლამდე ატარებდა. კინოპროექციების და განათების ეფექტების შერწყმით ახდენდა საკუთარი სხეულის გარდაქმნას მთლიან პერფორმანსად. აღსანიშნავია პერფორმანსი, სადაც მისი კოსტუმები რადიუმით ანათებდა. ფულერის ნამუშევრები შეგვიძლია ჩავთვალოთ უეინ მაკგრეგორის ნამუშევრის „კიბორგი“ (1995 წელი) ფუძელ, სადაც განათებული დეკორაციები მოცეკვავე სხეულის ფრაგმენტებს წარმოადგენდა, დეკორაციის განათების მონაცვლეობით, ერთი ნაწილის გაშუქებით მაშინ, როცა სხეულის მეორე ნაწილი ჩაბნელებული იყო, ადვილდებოდა სხვადასხვა ფორმის სხეულების მიღება. ამ სპექტაკლში, მაკგრეგორმა, როგორც ბრიტანული ციფრული ცეკვის ლიდერმა, ახალი ეფექტების მისაღებად გამოიყენა ძველი ტექნიკური საშუალებები, რამაც მაყურებელს ცეკვის ის ტექნოლოგიები გაახსენა, ამ დარგის „პიონერები“ რომ იყვნენდნენ. მულტიმედიური თეატრის ერთ-ერთ ძირითად სახეობად „ვებ-ცეკვები“ გვესახება, რომელიც განსხვავებული სპეციფიკით გამოირჩევა, როგორც მხატვრული კონცეფციით, ასევე ტექნოლოგიების გამოყენების თვალსაზრისითაც.

„ვებ ცეკვების“ საუკეთესო ნიმუშებს სარა მორისონის **“Leaping into the net!”** (ნახტომი ქსელში), ნიუ-იორკის **“Cassandra project”** (პროექტი „კასანდრა“) და ლაურა ნოტის **“World wide simultaneous dance”** (მსოფლიო მასშტაბის სინქრონული ცეკვა) წარმოადგენს. ვფიქრობ, რომ ამ სამ პროექტს შეუძლია სამი განსხვავებული სტრუქტურის დემონსტრირება, რათა დაგვანახოს სხვადასხვა ინტერნეტ წარმოდგენების სცენოგრაფიული თავისებურებები.

სარა მორისონის **“Leaping into the net!”** (ნახტომი ქსელში) პირველი ინტერნეტის და ცეკვის გამოცდილებას წამოადგენს, რომლის შედეგიც ამ ორი კომპონენტის ერთობლიობით იქნა მიღებული. **“Live physical performance”** (ცოცხლად შესრულებული წარმოდგენა) გაიმართა 1997 წლის 4 სექტემბერს, კლივლენდის სახალხო თეატრში. იმავე დღეს პარალელურად ხდებოდა გადაცემა **“Live internet broadcast”** (პირდაპირი ეთერი ინტერნეტით). მთავარი იდეის მიხედვით **“look what happens when art and technology come together”** („რა მოხდება, როცა ხელოვნება და ტექნოლოგიები ერთიანდება“) ოთხმა ქორეოგრაფმა შეასრულა: **within the order of chaos**, (ქაოსის მწყობრში), **“Sketches of Rodin and metamorphosis”**, („მეტამორფოზები და როდენის ესკიზები“, რომელიც მომზადდა სუზან ელვარდის მიერ). სამი კლასიკური სცენოგრაფიული ფორმა, სცენური სივრცე, როგორც მას პატრის პავი უწოდებს – დრამის და სათამაშო სივრცე (ანუ **espace ludique**- ფრანგ.) ერთდროულად იქნა გამოყენებული ტრადიციული სცენის პროსცენიუმზე დამსწრე მაყურებლისათვის. კლივლენდის მაყურებელთა გარდა, წარმოდგენა იწერებოდა და მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ხდებოდა გადაცემა რეალური დროის მსვლელობაში. (ამ მიზნისათვის გამოყენებულ იქნა ახლად შექმნილი **Real Player**. კლივლენდის აუდიენციასთან ერთად, რომელიც წარმოდგენას ტრადიციულ ფორმაში უყურებდა, ონლაინ აუდიენცია წარმოდგენას დროის სხვაობით მორისონის ვებ გვერდზე იღებდა. ძირითადად რეალობა, რომელსაც ინტერნეტ წარმოდგენები ქმნის, ხასიათდება კომპიუტერის ინტერნეტ ქსელში ჩართვით და ტრადიციული თეატრის საშუალებებით, როგორიც არის სივრცე და სხეული. ძირითადად კომპიუტერის და ინტერნეტის ან უფრო ზუსტად: კომპიუტერული ქსელი, შეიძლება გამოვიყენოთ, როგორც გადაცემის ალქმის, მიღების ინსტრუმენტად. ინსტრუმენტულ ან მედიის საშუალებით რეალობის ალქმის ფუნქციების პროცენტული მაჩვენებელი, შეიძლება

დამოკიდებული იყოს საშუალებათა გამოყენების სპეციფიკაზე, როგორც შემქმნელზე, ასევე მაყურებელ-დამკვირვებელზე. საშუალებათა გამოყენებაზე დიდი ზეგავლენა აქვს პერფორმანსის სცენოგრაფიულ სტრუქტურას და ინტერაქტიულობას. ინტერაქტიულობის იდეა განიხილება პერფორმანსის და ახალ მედია საშუალებათა მიმართულებით. ენდი ლიპმანი ინტერაქტიულობას შემდეგნაირად განსაზღვრავს: „ზოგადი მუდმივი მოქმედებები ორ მხარეს შორის რაიმე ობიექტურის მისაღწევად და არა მხოლოდ, გვაძლევს უამრავ საშუალებას, გადაიხედოს ინტერაქტიულობის დონე შემქმნელებსა და აუდიენციას შორის, ან მეორე მხრივ, მუდმივი ცვალებადობა განიცადოს (დახვეწის მიზნით) პერფორმანსების სტრუქტურაში“.⁹

მორისონის **Leaping into the net!**-ში (ნახტომი ქსელში), შემქმნელები და ონლაინ აუდიენცია ერთმანეთისაგან გაყოფილი იყო პერსონალური კომპიუტერის ეკრანით, რომლის დროსაც წარმოსახვითი ასახვის ფუნქციას კისრულობდა ვებ-ბროუზერი. ეს ერთგანზომილებიანი საკომუნიკაციო არხი არ გვაძლევს ინტერაქტიულობის საშუალებას არც ლიპმანის გაგებით და არც რამეზე რეაგირების შესაძლებლობით. ინტერნეტის, როგორც ქორეოგრაფიული ნამუშევრის მოძრავი სურათების გადაცემის ტრანსმისიულ საშუალებად გამოყენებისას, **Leaping into the net!**-ის (ნახტომი ქსელში) სცენოგრაფიული სტრუქტურა შექმნილი იყო ტრადიციული ავანსცენური კონცეფციით, რომელიც პერფორმერებისა და აუდიენციის გამოყოფას გულისხმობს. ამ პირველი ვებ ცეკვის წარმოდგენის დროს, როდესაც **Real Player** (ნამდვილი საკრავი) და მსგავსი თანამედროვე ტექნოლოგია პირველად გამოიყენეს ევრო-ამერიკული თეატრის ისტორიაში, პერფორმანსი **Leaping into the net!**-ის (ნახტომი ქსელში) სცენოგრაფიული სტრუქტურა თავიდან იქნა გამოვლენილი.

როგორც მკვლევრები აღნიშნავენ, მოცეკვავეებს სკეპტიკური განწყობა ჰქონდათ, რადგან ისინი საკუთარ სხეულს, როგორც „ინსტრუმენტს“ ისე აღიქვამდნენ (გაეკეთებინათ ნახტომი ადამიანური სხეულიდან ინტერნეტ ქსელის სხეულში), თავიანთი ცირკულაციური და ინტერაქტიული სისტემით. ქსელში გადაცემის გამოცდილება უფრო ხშირად აღიქმებოდა, როგორც უბრალოდ გადაცემის (მედია გადაცემის) არსებობა, ვიდრე მედია საშუალებებით ახალი ხელოვნების ჩამოყალიბების კვლევა.

სცენური სივრცის ლიკვიდაცია “The Cassandra Project”

(პროექტი „კასანდრა“)

მეორე, ასევე გახმაურებული ვებ ცეკვის წარმოდგენა **“The Cassandra Project”** (პროექტი „კასანდრა“) შეიქმნა ნიუ-იორკის უნივერსიტეტში და წარმოადგენს გლობალური კულტურის გადაადგილების საერთაშორისო სწავლების მცდელობას (**Navigation Global Culture** - გლობალური კულტურის გადაადგილება). ამ პროექტს პროფესორი ჯონ ჯილბერტი, მუსიკალური კომპოზიციების პროგრამების რეჟისორი ხელმძღვანელობდა. ნიუ-იორკის უნივერსიტეტი, 1996). **“The Cassandra Project”**-ში (პროექტი „კასანდრა“) ჩართულები იყვნენ ასევე მუსიკოსები და პოეტები, რომელთა მოქმედება ხდებოდა ინტერნეტის საშუალებით. **“The Cassandra Project”**-ის (პროექტი „კასანდრა“) მრავალი ვერსია იქნა წარმოდგენილი, იმ პარტნიორების ჩათვლით, რომლებიც სხვადასხვა ადგილებზე მოღვაწეობდნენ. **“The Cassandra Project”**-ის (პროექტი „კასანდრა“) პირველი წარმოდგენა 1996 წელს გაიმართა კონფერენციული სისტემის **CU-SeeMe**-ის გამოყენებით. ეს გახლავთ კომპიუტერული ქსელი, რომელიც აკავშირებს პერფორმერებს რეალურ დროში სხვა პერფორმერებთან სხვადასხვა მანძილზე და წარმოდგენის დროს, ტექსტის, ცეკვის, მუსიკის იმპროვიზაციის მატერიალურობის განცდის საშუალებას გვაძლევს. ფიზიკური გარემო, სადაც პერფორმერები არიან განლაგებულნი, სპეციალურად არის ადგურვილი მინიმუმ ერთი საპროექციო ეკრანით, კონტროლირებადი განათებით და ცარიელი ადგილით, დაახლოებით 3-5 მოცეკვავისთვის და საჭირო შემთხვევაში მუსიკოსებისათვის. ვიდეო კამერები თითქმის ყოველ კუთხეში არის განლაგებული რამეთუ ყველა რაკურსით მოხერხდეს გადაღება და მიღებული მასალის პროგრამა **CU-SeeMe**-ით გადაცემა. ასევე მონიტორის ეკრანზე მოცეკვავეებს საშუალება აქვთ დაინახონ სხვა პერფორმერები სხვადასხვა ადგილზე. **“The Cassandra Project”**-ის (პროექტი „კასანდრა“) სცენოგრაფიამ დააკნინა სცენის სივრცე და დისტანციურ ადგილებზე განავრცო. მაყურებელი წარმოდგენილი იყო, როგორც ონლაინ ასევე ოფლაინ რეჟიმში. პერფორმანსის დროს, მაყურებელ/დამკვირვებელს შეეძლო მუდმივი კონტაქტი ჰქონოდა პერფორმერებთან ჩეთ რუმის მეშვეობით, მათ შეეძლოთ თავიანთი იდეები გამოეხატათ წარმოდგენასთან

დაკავშირებით. მსგავსი ინტერაქტიულობა, კონცეფცია გვაძლევს საშუალებას საჭირო ცვლილებები განიცადოს პერფორმანსმა თავად წარმოდგენის პროცესში. მიუხედავად იმისა, რომ პერფორმანსი **“Leaping into the net!”** (ნახტომი ქსელში) არ ეხება თეატრალური პროდუქციის ტრადიციულ როლს, **“The Cassandra Project”** (პროექტი „კასანდრა“) ცდილობს არ გაწყვიტოს კავშირი პერფორმერებსა და მაყურებელს შორის, რათა დააფუძნოს კონცეფცია **“Distributive choreography”** (დისტრიბუციული ქორეოგრაფია), როგორც მას მკვლევარი: ლისა ნაუგლი უწოდებდა. ამ შემთხვევაში, ქორეოგრაფიული ნამუშევრის დისტრიბუციული შესაძლებლობები გულისხმობს იმას, რომ ყველა მონაწილეს შეუძლია წამოაყენოს თავისი იდეა, ქორეოგრაფიული იმპროვიზაცია პერფორმანსის მიმდინარეობის დროს. იდეა, „დისტრიბუციული ქორეოგრაფია“ ახდენს თეატრალური პროდუქტის ტრადიციული როლის კონფიგურაციის შეცვლას: ცეკვის დაგეგმვით მოძრაობებთან ერთად, ყველა მონაწილეს შეუძლია წვლილი შეიტანოს პერფორმანსის შექმნაში. მაყურებელი მთლიანადაა ჩართული სხვადასხვა დისტანციიდან და ერთგვარად აკონტროლებს პერფორმანსის განზომილებათა შექმნის პროცესს. ორივე შემთხვევაში: ქორეოგრაფების ტრადიციული როლის კონფიგურაციის შეცვლა და დამკვირვებლების ქორეოგრაფიის პროცესში ჩართულობა დამოკიდებულია ინტერნეტის შესაძლებლობებსა და მონაწილეთა არსებობაზე სხვადასხვა დისტანციაზე მოწყობილი ადგილებიდან.

“World Wide Simultaneous Dance” –

მსოფლიო მასშტაბის სინქრონული ცეკვა

“World Wide Simultaneous Dance” (მსოფლიო მასშტაბის სინქრონული ცეკვა) პროექტი, განზოცხლებული ლაურა ნოტის მიერ 1998 წელს. წარმოდგენა მოიცავდა ორ კომპონენტს: ცოცხლად შესრულებული ცეკვის პერფორმანსებს, რომელიც ერთი და იმავე დროს მსოფლიოს 12 ქვეყანაში მიმდინარეობდა და ინტერნეტ ვიდეო კონფერენცია, რომელიც ასევე მონაწილე აუდიტორიას საშუალებას აძლევდა ჩართულიყო ამ ღონისძიებაში.

ლაურა ნოტმა 60 სხვადასხვა მონაწილეს დაავალა ეცეკვათ იმ ადგილებზე, რომელთაც თავისი ადგილობრივი, კულტურული დატვირთვა ექნებოდა ცეკვის მოძრაობებით. ნოტს კარგად ჰქონდა

გაცნობიერებული, კონკრეტული ადგილისათვის განკუთვნილი ტრადიციული ხელოვნების როლი, ე. ი., თვით ხელოვნათა დამოკიდებულება მშობლიური კულტურული ადგილების მიმართ. სცენური სივრცეების გაფანტულობა და მათი ინდივიდუალურად კონტროლირება, ზრდის პროდუქტის კონფიგურაციის ცვლილების როლს, რაც **“The Cassandra Project”**-ში (პროექტი „კასანდრა“) იყო განხილული, ის სცენური სივრცეები, რომლებიც მიმოფენილი არის მსოფლიოს სხვადასხვა ადგილას, თავს ერთი მონიტორის ეკრანზე იყრის.

“World Wide Simultaneous Dance” (მსოფლიო მასშტაბის სინქრონული ცეკვა) ინტერნეტს იყენებს, ცდილობს გლობალურ სამყაროში გაფანტული მოცეკვავეებისა და აუდიენციის თავმოყრას ერთ ინტერნეტ პერფორმანსში. ჯერ ერთი ნოტი იმასთან ერთად, რომ იწვევს პერფორმერ-მონაწილეებს, რომელთათვისაც შესასრულებელი ცეკვის მოძრაობები დაკავშირებულია იმ ადგილის კულტურულ მნიშვნელობასთან, აგრეთვე წარმოგვიდგენს ინტერნეტ პერფორმანსის სხვადასხვა კრიტერიუმსაც. მაგალითად, ლაურა ნოტი და პამ რაფი ცეკვას **“Do While Studio”**-ში ბოსტონში ასრულებდნენ, პრაკრიტი კაშიაპი ნაციონალურ ცეკვას **“Sarakella Chau dance”** (სარაკელა ჩაუს ცეკვა) მუმბაიში და ანდრეა ბაკერ ღომენიჩი იმპროვიზაციას რომში, საკუთარ სამზარეულოში. ინტერნეტის, (როგორც გლობალური მოვლენა) მიხედვით, ჯეფრი შოუ განსაზღვრავს „ქსელის-მდგომარეობას“, როგორც „ჩვენი ღროის შემთხვევას, შემთხვევითობასა და გართულებულ მდგომარეობას“¹⁰ ვებ-მსახიობი, როგორიც ლაურა ნოტია, კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს ნეტ-გარემოების დაპირისპირებას და მის გამოყენებას ესთეტიკურ კონტექსტში. ამასთან, **“World Wide Simultaneous Dance”** (მსოფლიო მასშტაბის სინქრონული ცეკვა) საშუალებას აძლევს კულტურასა და ცეკვაზე ადგილობრივ წარმოდგენებს, შევიდეს ინტერნეტში და აქედან გამომდინარე, წარმოდგინოს მისი ლოკალური მნიშვნელობები ინტერნეტის სპეციფიკაში.

სათეატრო მეცნიერება სტიმულირებას ინტერნეტ პერფორმანსების, პერფორმერებისა და მაყურებელთა საშუალებით განიცდის. ეს ძირითადად ზეგავლენას ახდენს და გვიჩვენებს, რომ თითოეული პროექტი ინდივიდუალური სცენოგრაფიული სტრუქტურით უნდა იქნას შესრულებული. სხვა ნეტ-არტ პროექტებისგან განსხვავებით,

როგორც არის ინტერაქტიული ვებ ინსტალაციები, მისი შეზღუდული გამოყენების რანგით, ინტერნეტ პერფორმანსი ნეტ-არტში ახალ, ეფემერულ იდეას წარმოადგენს. ინტერნეტ პერფორმანსი დამთავრებასთან ერთად ქრება და იგივე პროექტის კვლავ წარმოება შეუძლებელი ხდება.

ტელემატიკური პერფორმანსები, პერფორმანსის გარემოს დანიშნულების განსაზღვრას ახდენენ ფიზიკური სამუშაო მოდელისა და ტემპორალური სტრუქტურის მხრივ. გამოყენებული ტექნიკური საშუალებები (როგორც გამოსახვის სპეციფიკური ტექნოლოგიები) ცვლის რეალური სიანხლოვის აუცილებლობას პერფორმერებსა და მაყურებელს შორის და აგრეთვე ახდენს შემსრულებლის როლის ტრანსფორმაციას საშემსრულებლო ხელოვნებაში. დღემდე პერფორმერებსა და მაყურებელს შორის ფიზიკური კავშირი ერთ-ერთ ძირითად კრიტერიუმს წარმოადგენს თეატრისთვის, როგორც ისტორიულად ასევე კულტურულად. ინტერნეტ პერფორმანსები, რომელებიც ადვილდნენ მაყურებელთა/მონაწილეთა კომპეტენციას ახალი მედია საშუალებების გამოყენებით, კითხვის ქვეშ აყენებენ ზემოთხსენებულ აუცილებელ კრიტერიუმს. ტელემატიკური პერფორმანსები ცვლიან „ცოცხალი“ მაყურებლის თანაარსებობის კონცეფციას, ინტერნეტს სცენის როლს ანიჭებენ, მისი ესთეტიკური თუ ტექნოლოგიური კომპონენტების გათვალისწინებით. ტელემატიკური სივრცე ინტერნეტ პერფორმანსებში შეიძლება დანახულ იქნას მეტაფორულად, როდესაც აქცენტირება საზოგადოების ძირითად დამახასიათებელ თვისებებზე ხდება. ინტერნეტ პერფორმანსები ხელოვნებას საშუალებას აძლევს კრიტიკულად აღიქვან დღევანდელი კულტურული განლაგება. ერთი მხრივ, თეატრი საზოგადოების პროდუქტს წარმოადგენს, მეორე მხრივ კი, საზოგადოების აღმშენებლობაში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. ინტერნეტ პერფორმანსი არ არის მხოლოდ თეატრალურ პროცესებში ახალი განზომილებების დამატება, იგი არის უნივერსალური როლის მქონე ტექნოლოგია.

ყოველთვის, მულტიმედია თეატრის თავისებურებაზე ფიქრისას ჩუან ძის ამბავი მახსენდება, პეპელა რომ ესიზმრა. მდგომარეობა, როცა გაურკვეველი გახდა პეპელას ესიზმრებოდა ჩუან-ძი, თუ ჩუან-ძის პეპელა. ისევე, როგორც მრავალგანზომილებიან სივრცეში

ხდება, როცა სუბიექტ-ობიექტის ურთიერთმომართებაში ყოველგვარი საზღვარი მოშლილია. როცა ზღვარი „აქ“ და „იქ“, „მე“ და „შენ“ აღარ არსებობს, როცა რეალური არარეალურ მდგომარეობას განიცდის და ჩვენი ცნობიერების ფსკერზე რჩება მხოლოდ ერთად-ერთი, დრო. დრო, რომელიც „იყო და არა იყო რას“ საზღვარზე მერყეობს ყოველთვის და ჩვენი გონების საზღვრებს მიჯნავს; დრო, რომელიც მხოლოდ მიედინება და მის ნაკვალევზე იკვეთება შთაბეჭდილებები.

1. www.internetrelaychat.com
2. www.worldwideweb.com
3. Nick Kaye: *Site-specific art. Performance, place and documentation*. London: Routledge, 2000 .
4. Noël Carroll: *Theorizing the Moving Image*. Cambridge: University of Cambridge Press, 1996.
5. Julia Glesner : *Internet Performances as Site-Specific Art*.
6. Noël Carroll: *Theorizing the Moving Image*. Cambridge: University of Cambridge Press, 1996.
7. Das Hamburg-project: abschied von der disziplinen ordnung, *MOSCOW-BERLIN. 1950-2000. CHRONIK*, Nicolai, Martin-Gropius-Bau, Berlin, 2000, S. 155-158
8. Borut Savski : “Aesthetic Machines“ (essay.- 2001) <http://www.3via.org/html.php?htm=borut>
9. Quoted in Brand, Stewart: *The Media Lab: Inventing the Future at MIT*. New York: Viking 1987.
10. Jeffrey Shaw : ‘Radical Software’, in: Weibelm, Peter & Timothy Druckrey (ed.): *net_condition. Art and Global Media*. Boston: MIT, 2001.

- Nick Kaye: *Site-specific art. Performance, place and documentation*. London: Routledge, 2000.
- Noël Carroll: *Theorizing the Moving Image*. Cambridge: University of Cambridge Press, 1996.

- Hans-Thies Lehmann : *Postdramatisches Theater*. Frankfurt am Main: Verlag der Autoren, 1999
- Julia Glesner : *Internet Performances as Site-Specific Art*.
- Jeffrey Shaw : ‘Radical Software’, in: Weibelm, Peter & Timothy Druckrey (ed.): *net_condition. Art and Global Media*. Boston: MIT, 2001
- Вернер Гейзенберг: *Физика и философия*
- ვერნერ ჰაიზენბერგი: *ნაწილი და მთელი*. თბილისი: განათლება, 1983.
- *Leaping into the Net!*, Sarah Morrison: <http://www.MorrisonDance.com>
- *Cassandra Project*, NYU: <http://pages.nyu.edu/~jg12/cass.html> <http://www.nyu.edu/pages/ngc>
- *World Wide Simultaneous Dance*, Laura Knott: <http://www.wwsd.org>
- ZKM: http://on1.zkm.de/netCondition.root/netcondition/start/language/default_e
- <http://www.zkm.de>

ლაშა ჩხარტიშვილი
დოქტურანტურის I კურსი
ხელმძღვანელი - პროფ. ლევან ხეთაგური

**შექსპირის ახლებური გააზრება XX
საუკუნის II ნახევრის დასაწყისში**
(მიხეილ თუმანიშვილის „მეფე ლირის“ მაგალითზე)

XX საუკუნის 50-იანი წლებიდან მნიშვნელოვანი პოლიტიკური და ეკონომიკური ცვლილებები ხდებოდა საბჭოთა კავშირის ცხოვრებაში, გამოიკვეთა სრულიად ახალი ტენდენციები. მართალია, ქვეყნის სათავეში კვლავ კომუნისტური პარტია იდგა, მაგრამ იგი სერიოზულ ტრანსფორმაციას განიცდიდა. ლიტერატურასა და ხელოვნებაში დაიწყო ლირიკული ნაკადის წარმოჩენა. ქართულ ხელოვნებაში ჩნდება ახალი სახელები. ეს პროცესი სკკპ ცკ-ის პირველი მდივნის ხრუშჩოვის მიერ უფრო გააქტიურდა 50-იან წლებში ანტისტალინური პროპაგანდის ხარჯზე, რომელმაც გარკვეულწილად დადებითი ტენდენციები დააბადა. დისიდენტ მწერლებს მიეცათ საშუალება შეესწავლათ „დახურულად“ წოდებული საარქივო მასალა. ყველა ეს პროცესი მიმდინარეობდა ფსიქოლოგიურად შინაგანი დაძაბულობის ხარჯზე. როგორც კი სტალინის რეჟიმი შეირყა, წარმოიშვა ახალი პრობლემა, – ანტისაბჭოური ლიტერატურა, რომელიც დაუპირისპირდა როგორც საბჭოთა კავშირის, ასევე თვითონ ხრუშჩოვის პოლიტიკასაც. საბჭოთა ხელისუფლებამ დაიწყო იმათი დევნა, ვინც თავად გაადისიდენტა. დისიდენტური მოძრაობის ლიდერები, თავად საბჭოთა ხელისუფლებამ ჩასვა ციხეში. მიუხედავად ამისა, „რკინის ფარდა“ „ახდელი“ იყო და იძლეოდა საშუალებას შემოსულიყო ისეთი კულტურა, რომელიც უცხო იყო საბჭოთა პარტიული საზოგადოებისათვის. ამან ზეგავლენა მოახდინა მხატვრულ აზროვნებაზე. საბჭოთა ხელოვნებაში ჩნდება ახალი მიმართულებები და სტილური თავისებურებანი. ამ განახლებული მხატვრული აზროვნების შედეგად იკვეთება ახალი რეჟისორული პოზიციებიც. თეატრში მოდის რეჟისორთა და მსახიობთა ახალი თაობა, რომელსაც თავისი ინდივიდუალური მსოფლმხედველობა აქვს. ამ პერიოდში დასავლური თეატრები იწყებენ ჩამოსვლას საბჭოთა

კავშირის სხვადასხვა ქალაქებში. საბჭოთა თეატრისთვის ეს იყო ნამდვილი გაკვეთილი, ახლის აღქმის, მასთან შეგუებისა და მისი გააზრების მტკივნეული პროცესის დასაწყისი. „60-იანი წლების საზოგადოება შინაგანად მზად იყო ამ უშველელელი ინფორმაციის მისაღებად. უფრო მეტიც, 60-იანი წლების შემოქმედებითი ინტელიგენცია ახალი აზროვნებისა და მხატვრული გამოსახვის სისტემებთან ზიარების დაუცხრომელ მოთხოვნილებას განიცდიდნენ და უკვე 60-იან წლებს საბჭოთა თეატრი გარკვეულად ახალი გამოცდილებით შეეგება. შემთხვევითი არ არის სწორედ ამ ათწლეულის მიჯნაზე „სოფრემენიკის“ თეატრის დაბადება, ლუბიმოვის „სერჟანელი კეთილი ადამიანის“ დადგმა და მის საფუძველზე „ტაგანკის თეატრის“ ჩამოყალიბება“¹. ქართულ თეატრში დაიწყო ახალი სათეატრო ესთეტიკის შემოღინება, რომელსაც სათავეში რუსთაველის თეატრი ედგა მიხეილ თუმანიშვილისა და მისი თანამებრძოლების ხელმძღვანელობით.

XX საუკუნის II ნახევრიდან დღის წესრიგში დადგა ტრაგედიის თავისებურად გადაფასების აუცილებლობა. ძიებები, რომელიც 20-იან წლებში დაიწყო და რომელიც საბჭოთა ხელისუფლების დიქტატის, იდეური და ფიზიკური წნეხის საშუალებით ჩაიკლა, 60-იანი წლებიდან კვლავ განახლდა. „60-70-იან წლებში სტაბილური უწყვეტი პროცესის შედეგად ქართულ თეატრში მიმდინარე ძიებები მას თითქმის ევროპული და მსოფლიო თეატრალური პროცესების გვერდით აყენებს, – აღნიშნავს თეატრმცოდნე ლევან ხეთაგური, – ძიების პრიორიტეტი ძირითადად ნაწარმოების გადამუშავებაზე, ანუ, ლიტერატურულ-დრამატურგიულ პირველწყაროს სერიოზულ საავტორო ინტერპრეტაციაზე მოდის. ინტერპრეტაციასთან ერთად სულ უფრო იხვეწება წინა პერიოდში გამოყენებული და ამოქმედებული გამომსახველობითი საშუალებები“².

XX საუკუნის 50-60-იანი წლებიდან ევროპულ თეატრში ახლებურად კითხულობენ კლასიკური დრამატურგიის ამა თუ იმ ნიმუშს, მით უმეტეს, შექსპირს, რომელიც ვერიკო ანჯაფარიძის სიტყვებით რომ ვთქვათ ახლებურ „ინტერპრეტაციას არა თუ იტანს, არამედ თხოულობს. დადგა დრო ახლის ძიებისა. შეუძლებელია დღეს ისე იმუშავო და შექმნა, როგორც გუშინ“³. ევროპული თეატრი ეტაპობრივად ეთხოვებოდა ძველ, ტრადიციულ გააზრებას, ფორმებს და იდეებს. ქართული საბჭოთა თეატრი ამ

პროცესების ავანგარდში აღმოჩნდა, რაც სავსებით ლოგიკური მოვლენა იყო.

XX საუკუნის 60-იან წლებში, ვიდრე რობერტ სტურუა, თემურ ჩხეიძე და სხვა ამ თაობის რეჟისორები (გ. ჟორდანიას, ნ. ხატისკაცის) „მოძლიერდებოდნენ“ ქართული საბჭოთა თეატრის ავანგარდში, უპირველეს ყოვლისა, მიხეილ თუმანიშვილი გვევლინება. სწორედ მის სახელთან და შემოქმედებასთან არის დაკავშირებული არა ერთი სიახლე და პროგრესული, მხატვრული მეთოდების დანერგვა ქართულ საბჭოთა თეატრში, რომელიც დღემდე იწვევს თეატრის მკვლევართა ყურადღებას და ინარჩუნებს აქტუალობას. „სრულყოფილი არ იქნებოდა მ. თუმანიშვილის ნოვატორული მისია ადრე თუ გვიან, რომ არ ეცადა მას თავისი თეატრალური პრინციპების დამკვიდრება შექსპირის დრამატურგიაზე დაყრდნობით. შექსპირი კიდევ ერთი, მაგრამ აუცილებელი ბარიერი იყო თუმანიშვილისა და მისი თანამოაზრეებისათვის“⁴.

მიხეილ თუმანიშვილი რუსთაველის თეატრში რეჟისორული მოღვაწეობის მეჩვიდმეტე წელს დგამს შექსპირის „მეფე ლირს“. ეს იყო მისი მეორე შეხება შექსპირის სამყაროსთან (მანამდე იყო „ზაფხულის ღამის სიზმარი“, 1964 წ.), რომლის ჩავარდნამაც საბოლოოდ წერტილი დაუსვა შექსპირის ტრადიციულ გააზრებას.

„მეფე ლირის“ პრემიერა რუსთაველის თეატრში 1966 წლის 12 აპრილს შედგა. ამ დროისთვის იგი უკვე სახელგანთქმული და აღიარებული რეჟისორია, არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ საბჭოთა კავშირში. მას უკვე დადგმული აქვს ი. ფუჩიკის „ადამიანებო იყავით ფხიზლად“ (1951 წ.), ჯ. ფლეტჩერის „ესპანელი მღვდელი“ (1954 წ.), კოპოუტის „როცა ასეთი სიყვარულია“ (1958 წ.), გ. ნახუცრიშვილის „ჭინჭრაქა“ (1963 წ., მცირე სცენის გახსნა), მიხეილ თუმანიშვილს იცნობენ მოსკოვში და სთხოვენ ბ. ბრეხტის პიესის „გინდ ეს ჯარისკაცი, გინდ ის“ დადგმას, რომელიც რეჟისორმა განაზოცხლებად 1965 წელს. შექსპირის დრამატურგიასთან შეხვედრამდე მ. თუმანიშვილს კლასიკური დრამატურგიის არც ერთი ნიმუში არ დაუდგამს. „ჭინჭრაქას“ ირგვლივ ატეხილმა სკანდალმა და „ზაფხულის ღამის სიზმრის“ ერთგვარმა მარცხმა კიდევ უფრო დათრგუნა რეჟისორი. კრიტიკა თუმანიშვილისეულ „ზაფხულის ღამის სიზმარზე“ წერდა: „რეჟისორის პოზიციები ეროვნული თეატრის ტრადიციულ თავისებურებათა, იდეურ მიზანდასახულობათა და

რეალისტური პრინციპებისგან განდგომას ეფუძნება, ყოველივე ამის ნაცვლად კი, მიხეილ თუმანიშვილი გვთავაზობს სპექტაკლებს, სადაც მეფობს ხელოვნურობა, სიჭრელე, სტილიზაცია, ეროტიკა და მარიონეტებად ქცეულ მსახიობთა შემოქმედება“⁵. ფაქტია, რომ თეატრალური კრიტიკა, მაშინ ვერ ჩასწვდა თუმანიშვილის ახლებურ მიდგომებს შექსპირის დრამატურგიისადმი.

შექსპირის მოდერნიზაციას ქართულ საბჭოთა სინამდვილეში, პირველად სწორედ მიხეილ თუმანიშვილი შეეცადა, მან უარი თქვა შექსპირის პიესების ტრადიციულ წაკითხვაზე და მრავალგზის აპრობირებულ დადგმების მეთოდოლოგიაზე. შესაბამისად, შემთხვევითი არ იყო „მ. თუმანიშვილის მიერ შექსპირის კომედიის ამგვარი სახით დაინტერესება, სპექტაკლი კი გააკრიტიკეს (ვ. ქართველიშვილი, დ. მუმლაძე), მაგრამ ის, რაც თუმანიშვილმა მაყურებელს შესთავაზა, უცხო და მიუღებელი იყო საზოგადოებისთვისაც მაშინ. ამგვარი ინტერპრეტაცია დაგმობილი იქნა. ეს ძიებები თუმანიშვილმა დაიწყო „ზაფხულის ღამის სიზმარში“ და მერე „მეფე ლირში“ გააგრძელა, მაგრამ გვიანი იყო“⁶. სულ სხვა საკითხია, რამდენად მიაღწია ამ ძიებებმა ერთობლიობაში მაღალმხატვრულ ხარისხს, მაგრამ თეატრის ისტორიისათვის მის შექსპირისეულ დადგმებს უმნიშვნელოვანესი როლი ენიჭება ქართულ სასცენო შექსპირიანის ტრადიციების განახლებაში და მოდერნიზაციაში. რთული ფსიქოლოგიური მდგომარეობისა და დაუნდობელი კრიტიკის მიუხედავად, მ. თუმანიშვილი აგრძელებს ბრძოლას და დგამს „მეფე ლირს“. ამ დროისთვის რუსთაველის თეატრის რეპერტუარშია რობერტ სტურუას, გიზო ჟორდანიას და ნანა ხატისკაცის საუკეთესო სპექტაკლები: ა. მილერის „სეილემის პროცესი“, თ. ჭილაძის „აკვარიუმი“, სულხან-საბა ორბელიანის „სიბრძნე-სიცრუისა“ (ე. მაღალაშვილთან ერთად). „ჭინჭრაქას“ და „ზაფხულის ღამის სიზმრის“ ირგვლივ პრესაში ატეხილი პოლემიკისა და აჟიოტაჟის შემდეგ, ბევრი რამ იყო დამოკიდებული „მეფე ლირის“ წარმატებაზე, თუმცა „ლირმა“ თუმანიშვილს საყოველთაო გამარჯვება ვერ მოუტანა.

შექსპირის „ლირის“ დადგმას XX საუკუნის 60-იანი წლების რუსთაველის თეატრის ცხოვრებაში პრინციპული მნიშვნელობა ჰქონდა. „ტრადიციის“ და „ნოვატორთა“ მომხრეებს შორის ვნებები კიდევ ბოლოქრობდა. კამათი უკიდურეს ფორმებს იძენდა და ხშირად ყურადღების მიღმა რჩებოდა ის ძვირფასი აღმოჩენები და ჭეშმარიტი

ნოვატორული მიგნებები, რომელთაც ახალი თეატრალური ესთეტიკა ახლდა“⁷. თუმანიშვილის პირველი შექსპირისეული დადგმები ქართულ სცენაზე მისი გათანამედროვეობის პირველი ცდები იყო.

რატომ გადაწყვიტა მაინც და მაინც „ლირის“ დადგმა მ. თუმანიშვილმა? ამ კითხვაზე ცალსახა პასუხი არ არსებობს, თუმცა სხვადასხვა მასალებიდან და წყაროებიდან ირკვევა, რომ „ლირის“ დადგმის იდეა სერგო ზაქარიამეს ეკუთვნოდა. თუმანიშვილმა მას უარი ვერ უთხრა, რის გამოც განაწყენდნენ კიდეც „შეიდაკას“ წევრები, თუმცა ეჭვგარეშეა, რომ თუმანიშვილი მხოლოდ ზაქარიამის სურვილის ახდენის, ან თუნდაც მსახიობური კაპრიზისთვის არ შეეჭიდებოდა მონუმენტურ დრამატურგიულ ტილოს. თუმანიშვილს გაცილებით დიდი ამბიციები ჰქონდა და ეს იყო კრიტიკის კიდეც ერთი, ახალი გამოწვევა. ამ საკითხთან დაკავშირებით ნ. ურუშაძე წერს: „ვინც გაეცნობა იმ პერიოდის რუსთაველის თეატრის სარეჟისორო კოლექტივის სხდომების ოქმებს, შეიტყობს, რომ მ. თუმანიშვილს ამ ტრაგედიის დადგმა არ უნდოდა, ეს იყო სერგო ზაქარიამის სურვილი“⁸. თეატრის მოღვაწეთათვის და მკვლევართათვის კარგად არის ცნობილი მიხეილ თუმანიშვილის თვისების ერთი მახასიათებელი: ის თავისი მიზნებისა და გეგმების შესახებ თავად იშვიათად საუბრობდა. მისი გეგმებიც ერთი შეხედვით თითქოს მისგან დამოუკიდებლად ხორციელდებოდა, ყოველთვის კულისებში იდგა და იქედან მართადა გარკვეულ სიტუაციებს. ამიტომაც, სრულიად შესაძლებელია, რომ მან შესთავაზა სერგო ზაქარიამეს ლირის როლი, რომელიც სარეჟისორო კოლექტიაზე არა რეჟისორმა, არამედ მსახიობმა გაახმაურა. ჟურნალ „თეატრის“ კორესპონდენტის კითხვაზე, თუ რატომ აირჩია „ლირი“ დასადგმელად, რეჟისორი პასუხობს: „მიზეზი ბევრია: ჯერ ერთი, ბოლო დროს რუსთაველის თეატრის მიმართ ბევრი პრეტენზია გაჩნდა დიდ ტილოებთან მისი განშორების გამო. ჩვენ მოვინდომეთ პოლემიკის გაგრძელება „დიდი ტილოს“ მოშველიებით, ანუ, ვისურვეთ კლასიკური ტრაგედია დავდგათ ისე, როგორც ჩვენ ეს დღეს წარმოგვიდგენია. ბევრი რამ იმითაც იყო განპირობებული, რომ თეატრის დასში არის ისეთი მსახიობი, როგორც სერგო ზაქარიამეა...“⁹ რუსთაველის თეატრში „მეფე ლირის“ 1966 წლის დადგმის მასალებიდან ირკვევა, რომ თუმანიშვილმა „ლირის“ დადგმის გადაწყვეტილება „შეიდაკასთან“ შეთანხმების გარეშე მიიღო. მან დაარღვია ტრადიცია, როცა ის

თავისი გეგმების შესახებ მეგობარ მსახიობებთან საუბრობდა. მ. თუმანიშვილის წიგნიდან: „რეჟისორი თეატრიდან წავიდა“ (თბ., 1989) ავტორი იგონებს, რომ „შეიდაკას“ ორმა წევრმა წერილი მისწერა მას, რომელშიც ეწერა: „არ გვინდა, რომ შენი ენერგია ახლა „ლირზე“ დაიხარჯოს. შენ ყოველთვის იმას დგამდი, რაც გინდოდა და შემდგომშიც ასე უნდა იყოს. ჩვენ ის გვწყინს, რომ შენ „ლირის“ დადგმა ისე გადაწყვიტე, რომ ჩვენთვის არ გიკითხავს რჩევა, როგორც ამას სხვა დადგმების წინ აკეთებდი...“¹⁰ თეატრმცოდნე დალი მუმლაძის აზრით, კი „თუმანიშვილის შემოქმედებაში დადგა დრო, როცა მას თავისი ძალა, თავისი შემოქმედებითი უნარი კლასიკური ნაწარმოების ახალ წაკითხვაში უნდა ეჩვენებინა. თუმანიშვილმა შექსპირი აირჩია. ჯერ „ზაფხულის ღამის სიზმარი“ დადგა, შემდეგ „მეფე ლირი“¹¹ ერთ-ერთ ინტერვიუში, თუ რატომ აირჩია რეჟისორმა „მეფე ლირი“ დასადგმელად, მ. თუმანიშვილი აცხადებს: „ჩემთვის მეფე ლირი და თავად პრობლემა, რომელიც ამ პიესაში დასვა შექსპირმა, ძალიან ახლობელია, მნიშვნელოვანია და თანამედროვე. ეს უმაღლესი ტრაგედიაა – ლირის სამყაროს შეცნობის ტრაგედია საინტერესო და სავსე ცხოვრებისეული ნაკადით“¹² ასე რომ, „ლირის“ დადგმა თუმანიშვილმა და ზაქარიამემ ერთად გადაწყვიტეს, შესაძლოა თუმანიშვილის მხრიდან ეს ერთგვარი კომპრომისი და მაღლობის ჟესტი იყო ზაქარიამისადმი (ცნობილი კონფლიქტის დროს ს. ზაქარიამემ ახალგაზრდებს, თუმანიშვილის „შეიდაკას“ დაუჭირა მხარი), თუმცა ეს საკითხები ჩვენი კვლევის მიზანს ამჯერად სცილდება. თეატრმცოდნეთა უმრავლესობის აზრით, ეს სპექტაკლი თუმანიშვილის შემოქმედების გამარჯვებათა სიაში არ შედის, მაგრამ მას ჰქონდა დიდი მნიშვნელობა არა მხოლოდ შექსპირის ახლებური წაკითხვის ტრადიციის შექმნაში, არამედ ზოგადად ძველი ფორმების ნგრევის და ახლებური აზროვნების დამკვიდრებაში.

პოლემიკა თუმანიშვილის შემოქმედების და შესაბამისად რუსთაველის თეატრის ირგვლივ, პრესაში „ლირის“ პრემიერის შემდეგ ახალ ფაზაში გადავიდა. პოლემიკა გასცილდა რევიონის ფარგლებს და მან მთელი საბჭოთა კავშირის ცენტრალური სახელოვნებო გამოცემები მოიცვა. ზოგი ადანაშაულებდა რეჟისორს რუსთაველის თეატრის ტრადიციული გზიდან გადახვევაში („ეს არ არის მეფე!“ წერდნენ ერთნი), ზოგიერთი კრიტიკოსი

აღფრთოვანებული იყო იმით, რომ თეატრმა თუმანიშვილის ხელმძღვანელობით უარი თქვა ლირის „ტრადიციულ მეფურ დიდებულებაზე“

სპექტაკლის მხატვარი იყო კოკა იგნატოვი, კომპოზიტორი – ოთარ თაქთაქიშვილი, როლები კი ასე იყო განაწილებული:

ლირი – სერგო ზაქარიაძე,

კენტი – ეროსი მანჯგალაძე,

გონერილა – სალომე ყანჩელი,

რეგანა – მედეა ჩახავა,

გლოსტერი – გიორგი გეგეჭკორი,

ელმუნდი – რამაზ ჩხიკვაძე,

ელგარი – ედიშერ მაღალაშვილი,

კორდელია – ბელა მირიანაშვილი,

მასხარა – გურამ სალარაძე,

მთავარი კორნოულისა – ჯემალ ლაღანიძე,

მთავარი ალბანისა – ბადრი კობახიძე.

თუმანიშვილი შექსპირის ტრაგედიას ახლებურად მიუდგა, ეს კარგად ჩანს არა ერთი იმ კონკრეტული ფაქტიდან, რაც „ლირის“ დადგმას უკავშირდება, რეჟისორმა უარი თქვა ი. მაჩაბლის გენიალურ თარგმანზე და შექსპირის ღრმა მცოდნეს ვახტანგ ჭელიძეს შეუკვეთა პიესის ახალი თარგმანი, რადგან მისი აზრით, სპექტაკლი უფრო თანამედროვე გამოვიდოდა. რეჟისორის მხრიდან შექსპირის ტრაგედიის ახალი თარგმანის შექმნა პროგრესული მოვლენა იყო, პიესა ხელახალი თარგმნის შედეგად კიდევ უფრო დაუახლოვდა პროზაულ ტექსტს. მ. თუმანიშვილი ამ სპექტაკლით შეეცადა „მჭიდრო კონტაქტი დაემყარებინა თეატრსა და თანამედროვე მაყურებლის სულიერ სამყაროსთან. მოეტანა აზრი და ცოცხალი ადამიანური გრძნობები“.¹³ რეჟისორმა პათეტიკური და დიადი ლირის ნაცვლად, წარმოადგინა გაადამიანებული ლირი, ცხოვრების რეალობასთან მოახლოებული პირი, „მასში მეტი იყო ლირიზმი, ვიდრე მონუმენტურობა, მეტი სირბილე, ვიდრე მრისხანება, მეტი სიყვარული, ვიდრე სიძულვილი“.¹⁴ წერილობით წყაროებზე დაყრდნობით ირკვევა, რომ „მეფე ლირი“ რეჟისორს თეორიულად სულ სხვაგვარად ჰქონდა ჩაფიქრებული, ვიდრე იგი საბოლოო ვერსიით გამოვიდა. წერილობითი დოკუმენტის სახით არსებობს თუმანიშვილის ნარკვევი „მეფე ლირზე“, რომელიც საგრძნობლად დაშორებულია სარეჟისორო ექსპლიკაციას,

ექსპლიკაცია კი სპექტაკლის იმ რედაქციას, რომელიც ფართო მაყურებელმა იხილა.

ვიდრე მ. თუმანიშვილი უშუალოდ დაიწყო სპექტაკლზე პრაქტიკულ მუშაობას, მას თეორიულად „ლირი“ ჩაფიქრებული ჰქონდა, როგორც პოლიტიკური ფარსი. იგი სპექტაკლის მოვლენებს ექვს ნაწილად ყოფს და თითოეულს პირობით სახელსაც არქმევს. ესენია:

1. შემოღობა, პიროვნების კულტი,
2. პენსიონერი-კატასტროფა,
3. ლირის აკადემია,
4. „კაციჭამიობა!“, თვითმყრობელობის მძინვარება,
5. აღდგომა!
6. აკვიატებული იდეებისგან გათავისუფლება.

ექსპლიკაციაში, რომელიც პირველად თუმანიშვილის წიგნში: „სანამ რეპეტიცია დაიწყება“ დაიბეჭდა, რეჟისორი თხზავს ერთი შეხედვით ლირის ლირიკულ სამყაროს, თუმცა პოლიტიკური სიტუაციების ანალოგიები მაშინდელ საბჭოთა ხელისუფლებასთან კონტექსტში მაინც შეიმჩნევა. რეჟისორი წერს: „პირქუში, მკაცრი მმართველობის წესი... ლირი მთელ ხალხს, სახელმწიფოს მართავს. მაგრამ აღმავლობის ხანამ გაიარა. მეფე დაბერდა (უნდა ვივარაუდოთ, რომ თუმანიშვილი შეეცადა ლირის მხატვრული სახის იდენტიფიკაციას საბჭოთა კავშირთან – როგორც დესპოტურ სახელმწიფოსთან – ლ. ჩ.). ის ახლა ძალის მეშვეობით კი არა, არამედ წარსული ძლიერების გახსენებით მართავს სახელმწიფოს. გადაწყვიტა, სახელმწიფო ქალიშვილებს დაუნაწილოს... სარკიანი ციხე-დარბაზის მიღმა კი ამ დროს გამეფებულია სიძულვილი, შეთქმულება, მკვლელობა, ინტრიგა... ქვეყნის გზებზე ჯაშუშები, ყაჩაღთა ბანდები, მაწანწალები დაძრწიან... (დაახლოებით ისეთები, როგორიც რეჟისორის სპექტაკლში „ანტიგონე“ ჩაფრები იყვნენ – ლ. ჩ.). ჯურღმულებში ჯერჯერობით მეფისგან მალულად ადამიანებს აწამებენ. მოსყიდვა, დაშინება, იარაღის დაგროვება, დაპირებები... სახელმწიფო მოღვაწეები თავიანთ ციხე-დარბაზებში მიყუჟულან და გარყვნილების მორევში იხრჩობიან. ქვეყანა, არსებითად, სისხლისგან იცლება, მაგრამ გარეგნულად ყველაფერი ძველებურადაა. ყველას მშვენივრად ესმის, რომ ლირის სახელმწიფოს დღეები დათვლილია, ამიტომ ყველანი გრძნობენ აუცილებლობას, შემზადებულნი იყვნენ საიმისოდ, რომ გაყოფა-განაწილების დროს მოტყუებულნი არ დარჩნენ... ცენტრი აღარ არსებობს. აღარც სისტემა... ლირი გამუდმებით ცდილობს, სამეფო

ძალაუფლების ილუზია შეინარჩუნოს...¹⁵ თუ თუმანიშვილის „ლირის“ დადგმის გეგმას კარგად ჩავუღრმავდებით, აუცილებლად შევნიშნავთ აღწერილი სიტუაციის პარალელს ისტორიულ რეალობასთან. სტალინის გარდაცვალების შემდეგ იწყება მისი კულტის გმობა და სახელმწიფოს მმართველობის პრინციპებში შედის გარკვეული ცვლილებები, რამაც ხელი შეუწყო საბჭოთა კავშირის, როგორც სახელმწიფოს რღვევის დაწყებას, თუმცა თუმანიშვილის მიერ ჩაფიქრებული მეფე ლირის მსგავსად, არც საბჭოთა სახელმწიფო იმჩნევს მის შიგნით მომხდარ ცვლილებებს. წარსული ძლიერება, მხოლოდ ინერციაა და ყველა ილუზიაში ცხოვრობს. პოლიტიკურად მოტივირებული ტრაგედიის ექსპოზიციის შემდეგ, თუმანიშვილს ლირიკულ-დრამატული ნაკადი შემოაქვს. თუმანიშვილის ხედვით ლირის ისტორია ამბიციური ადამიანის ისტორიაა. „როცა გმირს საკუთარი თავი გაიგივებული ჰყავს ბუნებასთან, ღმერთთან, ანუ, ის ზეადამიანია, ზეკაცია. სწორედ ეს თვისება – საკუთარ თავში ჩაკეტვა, ხელს უშლის დაინახოს მის გარშემო მიმდინარე პროცესები“.¹⁶ ლირი ილუზიით ცხოვრობს, ის სარკეში მხოლოდ საკუთარი დიდების ანარეკლს ხედავს, მის გამოცდილებას და ძალას მორჩილებს სახელმწიფო, სწორედ ეს ღუპავს ლირს და უბიძგებს მას გადადგას არასწორი საბედისწერო ნაბიჯი, რომელიც არა მხოლოდ მის უბედურებას, არამედ სახელმწიფოს რღვევასაც იწვევს. „სასოწარკვეთილი ლირი მის მიერ აგებული სარკიანი ციხე-დარბაზის საზღვრებს ტოვებს. ქარიშხალმა და ჭექა-ქუხილმა აიძულა ჯიუტი მოხუცი, დამორჩილებოდა თავის ბედს, დააჩოქა, აგრძნობინა, რომ მასზე დიდი ძალა არსებობს. ლირმა ირგვლივ მიმოიხედა და პირველად დაინახა სამყარო ისეთი, როგორიც ის სინამდვილეშია...“¹⁷ თუმანიშვილის აზრით, ლირი ერთგვარ აკადემიას გადის, ეს არის მისი სამყაროს ახლებურად შემეცნების პროცესი. ლირის ირგვლივ კი, უკვე სისხლის მდინარეები დგას. გლოსტერს აწამებენ. ედმუნდმა ორივე დედოფლის სახლში შეაღწია. კორნუელიც მოკლულია, მისი მსახურიც. ადამიანები გამხცდნენ და ფსიქოზისგან, ისტერიკისგან ძლივს იკავებენ თავს. ამის დამნაშავე ლირი ჯერ გაოგნებულია, შემდეგ კი მშვიდად გრძნობს თავს, რადგან მასთან კორდელია. „ლირი, როგორც მეფე, დაბრძენდა, მაგრამ ახლა მისი სიბრძნე მოვარაყებას აღარ საჭიროებს. ლირი ჭეშმარიტად დიდი განდა, ის ჩასწვდა ცხოვრების არსს. ლირის გარშემო მეგობრები იყრიან თავს. იწყება უკანასკნელი სამკვდრო-სასიცოცხლო, იდეური შეტაკება

(კულმინაცია-ორთაბრძოლა) და უცებ, მოულოდნელად – ყველაფერი წყდება და სიჩუმე ისაღვრება“;¹⁸ – აი, სწორედ ეს არის თუმანიშვილისეული ლირის ტრაგედიის არსი. მანამდე ქართულ სცენაზე შექსპირის ეს ტრაგედია ამგვარად არავის გაუაზრებია.

მიხეილ თუმანიშვილი თავის თეორიულ ჩანაფიქრს „ლირზე“ ასე ამთავრებს: „აი, მოვლენათა რიგი. მაგრამ რამდენი ეპიზოდისგან, მოვლენისგან და ქმედითი ფენისაგან შედგება იგი, რამდენი ორთაბრძოლა, თუ კონფლიქტი, რამდენი კვანძი, თუ გადაზრა იმალება მოქმედ პირთა საუბრებს შიშში. აქ ზღვა მასალა იმპროვიზაციისთვის, მაგრამ ახლა ეს აღარ გვაშინებს, რადგანაც უკვე არსებობს მომავალი სპექტაკლის ჩონჩხი, გზა, ყოველ შემთხვევაში, ბილიკი მაინც. და თუ რეჟისორ დე სიკას ნათქვამის მცირე პერიფრაზს გავაკეთებთ, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ: „სპექტაკლი, ფაქტობრივად, შეთხზულია, ახლა მხოლოდ მისი დადგმაა საჭირო!“¹⁹

მ. თუმანიშვილმა „ლირის“ რეპეტიციები 1966 წელს დაიწყო და პრემიერა ოთხ თვეში შედგა. აქ უნდა აღინიშნოს კიდევ ერთი გარემოება: ქართულ სცენაზე „მეფე ლირის“ დადგმების ისტორიას თუ გადავავლებთ თვალს (კოტე ყიფიანი – ასი რეპეტიცია, 1879 წელი, ვალერიან გუნია – ოცდაოთხი თვე, 1904 წელი აღ. იმედაშვილი – 15 წელი, სპექტაკლის პრემიერა შედგა 1941 წელს, აკაკი ხორავამ ლირზე მუშაობა 1926 წელს დაიწყო, სპექტაკლი აკაკი ვასაძის რეჟისურით მხოლოდ 1948 წელს განხორციელდა) თუმანიშვილის სპექტაკლი რეკორდულად მოკლე დროში დაიდგა. რეჟისორსა და მსახიობს არ ჰქონდათ დიდი დრო ფიქრისთვის, ექსპერიმენტებისთვის, რაც აისახა კიდევ სპექტაკლის იდეურ გადაწყვეტაზე და მხატვრულ ხარისხზე. შეიმჩნეოდა გარკვეული გავლენების კვალიც, როგორც ქართულ, ისე ევროპულ „ლირებთან“. რეჟისორი კი თავის დღიურებში ასე იმართლებდა თავს: „რეჟისორი პიესას კითხულობს და მის ცნობიერებაში უმაღლესად აღმოცენდება ნაცნობი წარმოდგენები ცნობილი თეატრალური დადგმებიდან. წარსულში აღმოჩენა, დღესდღეობით კი ბანალური, ხავსმოკიდებული ესა თუ ის ხერხი, რომელიც არავითარ ახალ ინფორმაციას აღარ ატარებს, აფერხებს სპექტაკლის გადაწყვეტის ახალ იდეათა წარმოშობას. რეჟისორის წარმოსახვისთვის ძალზე რთულია, დამოუკიდებელი ახალი შაბლონური სქემა და გაარღვიოს ნაცნობ, ზედაპირზე მდებარე გაცვეთილ გადაწყვეტათა ჯუნგლები. ამგვარი აკვიატებული იდეა თუ ხერხი ათასობითაა და ისინი მუდამ ჩვენ გვერდითაა ჩასაფრებული,

მათზე არ უნდა ვიფიქროთ, ისინი აბეზარი მეზობლებით მუდამ მზად არიან დახმარების ხელი გამოგვიწოდონ, როდესაც მათ არავინ სთხოვს ამას... პიტერ ბრუკმა გადაწყვიტა, ერთ-ერთ თავის სპექტაკლში („მეფე ლირი“) ტრაგედიის გმირები ტყავის ტანსაცმლით შეემოსა, და მოჰყენენ მის კვალდაკვალ ტყავში გამოწვობილი ყველა ღრივის და ხალხის გმირები მსოფლიოს სცენებზე სიარულს. ეს არის სწორედ ფსიქოლოგიური ინერცია.

ეს სრულებითაც არ ნიშნავს იმას, რომ საერთოდ არ შეიძლება, გამოვიყენოთ დიდ წინამორბედთა მიერ მიგნებული ესა თუ ის თეატრალური ხერხი. პირიქით, ძალიან კარგად უნდა ვიცნობდეთ მიგნებებისა და ხერხების ამ არსენალს, უნდა შევისწავლოთ ისინი, ამოსავალ წერტილად ვაქციოთ, უკიდურეს შემთხვევაში გამოვიყენოთ კიდევ, მაგრამ ეს არ უნდა ხდებოდეს მექანიკურად, გარკვეული სეზონისთვის განკუთვნილი „მოდის მიხედვით“.²⁰ თუმანიშვილის „ლირზე“, მისი პრემიერიდან რამდენიმე წლის შემდეგ გამოქვეყნებული რეცენზიებიდან, თუ კვლევებიდან ჩანს, რომ რუსთაველის თეატრის 1966 წლის „ლირში“ შეიმჩნეოდა ბრუკი-სკოფილდის „ლირის“ გავლენა, რაც იმ პერიოდის ქართულ საბჭოთა თეატრში სიახლეს წარმოადგენდა და სიახლეს ყოველთვის მარტივად არ იღებდა (ან ვერ ამჩნევდა) საბჭოთა კრიტიკა, მით უმეტეს, ქართული. ასეთი შემთხვევების არა ერთი მაგალითი არსებობს ქართული თეატრის ისტორიაში. მსახიობთა მოგონებებიდან ირკვევა ისიც, რომ თუმანიშვილმა ფართოდ გამოიყენა რუსთაველის თეატრის მუზეუმში დაცული კოტე მარჯანიშვილისეული „ლირის“ ექსპლიკაცია. რაც იმაზე მიუთითებს, რომ თუმანიშვილის სპექტაკლი არ შექმნილა მხოლოდ თანამედროვე თეატრალური ტენდენციების გავლენით. მის ამგვარ დაბადებას მყარი საფუძველი გააჩნდა თვით ქართულ თეატრშიც. „თუმანიშვილის „მეფე ლირის“ სიახლე გამოიხატებოდა თითქმის ყველაფერში. აქ იყო ბრუკის მიერ მოხვეული ასოციაცია – ადრეფეოდალურ, თავის ფორმებსა და ურთიერთობებში მაქსიმალურად სადა, მოუქნელ, დაუხვეწელ სამყაროზე. სიახლე იყო თვით ლირის ხასიათის გახსნაშიც – ზაქარაძის ლირი შორს იყო უძლური მოხუცისგან და, ამდენად, წამყვანი სპექტაკლში გახდა არა სიბერის ტრაგედია, არამედ ტრაგედია ტირანისა, რომელმაც საკუთარ თავში ადამიანი მოკლა და მხოლოდ უდიდესი დანაკარგების ფასად აღმოაჩინა ეს. ჭეშმარიტად ახლებურად იყო დანახული ლირისა და მასხარას (გ. საღარაძე) ურთიერთობა, ერთგული მსახური,

თითქოს იგივედებოდა მეფესთან. გარდა ამისა, რეჟისორის განსაკუთრებული ყურადღება მიიპყრო უცნაურმა კანონზომიერებამ, რომლის მიხედვით მასხარა და კორდელია ერთდროულად არ ჩნდებიან პიესაში. იქ, სადაც არის კორდელია, არ არის მასხარა, სადაც ეხვდებათ მასხარას, იქ არ არის კორდელია. ეს შემთხვევითობა, თუ ფარული ლოგიკა იქცა ლირის სახის ამოხსნის ერთ-ერთ საშუალებად“.²¹ თუმანიშვილი არ მოერიდა შექსპირის ტექსტთან ახლებურ მიდგომას და ეს მხოლოდ პიესის ახალი თარგმანის შექმნაში როდი გამოიხატებოდა. სპექტაკლი იწყებოდა შექსპირისავე სონეტით (№66), რომელსაც ხუმარა (გ. საღარაძე) ამბობდა და რომლის პირველი და ბოლო ტაქები ასეთია:

„ყველაფრით დაღლილს სანატრელად სიკვდილი დამრჩა,
რადგან მათხოვრად გადაიქცა ახლა ღირსება...

რადგან უწმინდეს ხელოვნებას ასობენ ლახვარს,
რადგან უვიცი და რეგვენი ბრძენობს ადვილად...

ასე დაღლილი ამ ქვეყნიდან გარჩევას ვარჩევ...”

„ხუმარას მიერ წარმოთქმული ეს ბრძნული სონეტი ნიადაგს ამზადებდა სპექტაკლისთვის და ფიქრისკენ ხრიდა მაყურებლის გონებას“.²² როგორც ჩანს, ხუმარას მთხრობლის, ერთგვარი პროტოგონისტის ფუნქციაც ეკისრებოდა. აი, კიდევ ერთი კავშირი ქართულ თეატრალურ ტრადიციებთან. ცნობილია, რომ ანმეტილიც თავის განუხორციელებელ სპექტაკლ „მეფე ლირს“ ხუმარას მონოლოგით იწყებდა.

თუმანიშვილის სპექტაკლ „მეფე ლირის“ საექსპოზიციო ნაწილის კავშირზე ორმან ბელ გედელის „მეფე ლირთან“ საუბრობს თეატრმცოდნე დალი მუმლაძე. იგი წერდა: „თუმანიშვილი სპექტაკლს მასხარას მონოლოგით იწყებს. კაცისა და ხალხის ბედზე ჩაფიქრებული ადამიანი, რომელსაც ხელში თავისი სახე – მასხარას ჩაჩი უჭირავს, საოცარი გულისტკივილით ამბობს: „რომ შემედლოს სიყვარულო შენი დათმობა“. შუა საუკუნეთა ციხის კედელი გაბმული ჯაჭვის ხმაურით ეშვება. სასახლის კარის თავყრილობაა. დგას ქვის ტახტი. გოლიათი ქვები სპექტაკლის უმთავრეს აქსესუარებს წარმოადგენენ. სიმძიმისა და შეუვალობის განწყობას ქმნიან, მაგრამ ეს ზომ ორმან ბელ გედელის „მეფე ლირისათვის“ შექმნილი დეკორაციების ზუსტი ანალოგიაა. ქვის

ფორმა მხატვარ კ. იგნატოვს უფრო სტილიზებული აქვს. არც პატარა კუბიკები ჩანს რამპასთან, მაგრამ დეკორაციული კომპონენტების მთელი კომპლექსი უცხადესად აღადგენს ლონდონში 1919 წელს დადგმულ პირველ თანამედროვე შექსპირულ სპექტაკლს²³.

რკინის ჯაჭვზე ჩამოშებული ქვის ძელი, რომელიც მონუმენტურ ასკეტური დეკორაციის ფაქტურას წარმოადგენდა მძიმედ ეშვებოდა და სცენაზე ჩნდებოდა ლირის სამეფო დარბაზი, ისმოდა საყვირის ხმა, ზოლო გლოსტერი ამცნობდა მაყურებელს ლირის შემობრძანებას. „სცენაზე ყველა და ყველაფერი შეშლება ზელმწიფის მოლოდინში, იმდენად მორჩილად და მთრთოლვარედ, რომ გრძნობდი რამდენად დიდია მისი ძლევამოსილება და სიდიადე, ამავე დროს მომლოდინე სხეულები იმდენად დაძაბულია, რომ გრძნობ, რომ რაღაც უნდა მოხდეს. ამ სცენის მთავარი აზრიც სწორედ ამაშია, რომ დასაწყისში დგას ძლიერი, დიადი ადამიანი, რომელსაც ყველა ემორჩილება“²⁴. ასეთი უნდა ყოფილიყო სპექტაკლის საექსპოზიციო ნაწილი თუმანიშვილის ჩანაფიქრის მიხედვით. დასაწყისის მსგავსი გადაწყვეტა ჰქონდა თავის სპექტაკლში რობერტ სტურუას, მაგრამ მის სპექტაკლში ყველაფერი გაცილებით მწვავედ და დრამატიზებულად იყო განხორციელებული. თითქოს დაუსრულებელი ლოდინის შემდეგ, მაყურებელი გაკვირვებული იყო, ლირის გამოჩენით, რომელსაც არავითარი მეფური სიდიადე აღარ შერჩენია. შემოდიოდა ლირი, რომელიც მკვეთრად განსხვავდებოდა იმ პიროვნებისაგან, რომელსაც მაყურებელი მოელოდა (მსგავსად რობერტ სტურუას და რამაზ ჩხიკვაძის ლირისა). „მის ფაქტურაში არ იგრძნობა არც ძლევამოსილება და არც სიდიადე. ეს არ იყო თვითმპყრობელი. კონტრასტი, თუ როგორ მივიდა თითოეულ მათგანთან მის წინაშე დამსახურების მიხედვით, როგორ შეაფასა ყოველი მათგანი, ერთი ღიმილით, მეორე გამოცდელი მზერით, მესამე დაუფარავი ანტიპათიით, ამან მაშინვე განსაზღვრა დისტანცია ლირსა და ლირს, როგორც ადამიანს შორის. სპექტაკლში ლირი არ არის გადაწყვეტილი, როგორც ტრაგედია მოტყუებული ნღობისა, ეს არის ტრაგედია ადამიანისა, რომელმაც ძალიან გვიან შეიცნო ჭეშმარიტება“²⁵. თავად სერგო ზაქარიაძე ლირის მხატვრული სახის მისეული გააზრების თაობაზე ერთ-ერთ ინტერვიუში ამბობს: „მე არ მინდოდა ჩემი ლირი მოხუცი ყოფილიყო, დასასრულს ქვეყნის მართვა კიდევ უნდა შესძლებოდა. მის შეცდომათა ფესვებს მისი დიქტატორული ტვინის წყობაში ვხედავ. სახელმწიფოს მართვის მისეული სტრუქტურა ვერ უძლებს

ვერანაირ გამოცდას ადამიანურობაზე. ლირის ზედმიწევნით გაადამიანურება მინდოდა, იმისათვის, რომ მაყურებელს ახლობლად ეგრძნო იგი, გაეგო მისთვის, როგორც ადამიანისთვის. ჩვენ ჯერ კიდევ დაკავშირებული ვართ პოლემიკით, ბრძოლით, როცა ზელოვნებით ვიქნებით დაკავშირებული უკეთესი იქნება“²⁶. ფაქტია, რომ რეჟისორი და მთავარი როლის შემსრულებელი არ გამოირჩევა ლირის დიქტატორულ, ამპარტავნულ ბუნებას, მაგრამ შედეგად მივიღეთ გაადამიანურებული ლირი, რაც გამოწვეული უნდა ყოფილიყო ტრადიციისგან გაქცევით, ტრადიციის გაუგუნის შიშით. ამ მხრივ დამდგმელები მეორე უკიდურესობამდე მივიდნენ, იმდენად „გაადამიანურდა“ ლირის მხატვრული სახე, რომ იგი ზოგიერთ ეპიზოდში ყოფით პერსონაჟამდე ღვიადა. ეს ირკვევა მ. ლევილის წიგნიდან „სერგო ზაქარიაძე“, სადაც ავტორი წერს: „ამ მხარბეჭდანიერმა, ძვალმაგარმა, ჯან-ლონიანმა მოხუცმა ლურჯი ხაბის ტილოს ხალათითა და ბეწვის პაჭიჭებში ჩატანებული შარვლით მხრებზე თხის ბეწვმოგდებულმა, ამ მოხუცმა სვანმა თუ ხევსურმა, ქართულ სიმღერას რომ წამოიწყებს სუფრასთან მე-4 სურათში, არ წარმოაჩინა კონტრასტი დასაწყისში მედიდურ, შემდგომში დაბეჩავებულ და ფინალში კი დიდებულ ლირს შორის, მაგრამ სამაგიეროდ მისი განცდები უაღრესად გასაგები და გულთან ახლოს მისატანი გახდა მაყურებელთა ფართო წრეებისათვის“²⁷. კოკა იგნატოვას კოსტიუმებმა ერთგვარი კონტრასტი შეიტანა სპექტაკლის იდეურ გადაწყვეტაში. მისი კოსტიუმები, ერთი მხრივ, მოწყდა პეროიკულობას და მონუმენტურობას, მეორე მხრივ, გახდა ყოფითი და არა სადა. ეს კარგად ჩანს თავად ლირის ჩაცმულობიდანაც. სერგო ზაქარიაძეს ეცვა ტილოს ხალათი, ბეწვის პაჭიჭებში ჩატანებული შარვალი და თხის ბეწვის წამოსასხამი. მხატვარმა თუ ერთი მხრივ მოშალა დრო, სამაგიეროდ განსაზღვრა გეოგრაფიული საზღვრები და ლირის ტრაგედია ერთ ვიწრო სივრცეში ჩაკეტა.

ლირის ტრაგედია თითქოს ერთი პენსიონერის ტრაგედიამდე ღვიადა. პიროვნების ტრაგედიამში შეიმჩნეოდა ყოფითი ელემენტების სიჭარბე. „მეფე აღარ არის ტირანი, დიქტატორი, იგი იქცა ჩვეულებრივ ადამიანად თავისი შეცდომებით“²⁸.

XX საუკუნის 50-იანი წლების მეორე ნახევრამდე შექსპირის პერსონაჟები თეატრში მოიაზრებოდა როგორც არა ადამიანები, არამედ ზელმუხებელი, არაბუნებრივი, ამაღლებული და მეტაფორული გმირები. სწორედ მათი სიდიადის დაკარგვას შეეწირა სპექტაკლის საერთო

იდეური გადაწყვეტა. აკი იხსენებს კიდეც მიხეილ თუმანიშვილი თავის წიგნში – „რეჟისორი თეატრიდან წავიდა“, იმ ფაქტს, რომ იგი სიკვდილამდე რამდენიმე დღით ადრე შეხვდა სერგო ზაქარიაძეს, რომელმაც უთხრა მას: „არ გინდოდა, ერთხელაც გვეშუშავა „ლირი“? იქნებ როგორმე აუჩქარებლად მივბრუნებოდით მას? ყველაფერი თავიდან დავიწყოთ, ჩვენ ხომ მაშინ ის არ გამოგვივიდა, რაც ჩავიფიქრეთ?“²⁹, ამიტომაც ამბობს მიხეილ თუმანიშვილი, რომ „ლირის“ დადგმის დროს რუსთაველის თეატრი მისი ხელმძღვანელობით დაკავებული იყო პოლემიკით, ახალი ფორმების ძიებით, ახალი ხედვის დამკვიდრებით, „სპექტაკლში ბევრი რამ სწორედ პოლემიკითაა განპირობებული, მთავარშიც და დეტალებშიც ჩვენთვის სულ უფრო ნათელია ასეთი გზის საშიშროებაც და შესაძლებლობაც. ახლა მე სპექტაკლში ბევრი რამ კომპრომისულად მეჩვენება. თუ კამათობ, ბოლომდე უნდა იკამათო, დათმობაზე არ უნდა წახვიდე და რაც მთავარია შედეგი უნდა იყოს ჭეშმარიტი ხელოვნების დონეზე“.³⁰ თეატრმცოდნე პაოლა ურუშაძე თავის ნაშრომში „მეფე ლირი ქართულ სცენაზე“ თუმანიშვილის სპექტაკლზე წერს, რომ „ძნელია მეორე ისეთი სპექტაკლის დასახელება ქართულ სცენაზე, რომლის თაობაზეც ასეთი ურთიერთსაწინააღმდეგო აზრი იყოს გამოთქმული. მთელი რიგი ღონისძიებების გამო, ეს სპექტაკლი იყო პირველი „ლირი“ ქართულ სცენაზე, რომელიც აქტიორული და რეჟისორული აზრის ერთიანობას გამოხატავდა“.³¹ ლირის როლის შემსრულებლების სხვა წინამორბედებისგან განსხვავებით სერგო ზაქარიაძეს არ ჰქონია შემოქმედებითი კონფლიქტი რეჟისორთან, ის მიჰყვებოდა რეჟისორის იდეას, უფრო მეტიც ამ შემთხვევაში მოხდა მათი აზრების თანხვედრა. თუმცა განსხვავებული მოსაზრება აქვს თეატრმცოდნე დალი მუშლაძეს: „მეფე ლირის თემას თუმანიშვილი კითხულობს ჩვენი დროისათვის აქტუალურ ასპექტში. ეს იგრძნობა სპექტაკლში, მაგრამ რეჟისორი ვერ აღწევს სპექტაკლის იმ იდეური დატვირთვის შექმნას, რომელიც ერთი გმირის პრობლემის საკითხს დააშორებდა მის წარმოდგენას. თვით მეფე ლირის ჩათვლით, დადგმაში არც ერთი სახე არ არის სისრულთი გახსნილი“.³² განსხვავებული მოსაზრება აქვს სხვა თეატრმცოდნეებს. ასე მაგალითად, ე. პლუჩიკი თავის სტატიაში სერგო ზაქარიაძეს უწოდებს „თანამედროვე მსოფლიო სცენის ერთ-ერთ ძალზე საინტერესო ლირის შემსრულებელს“.³³ თეატრმცოდნე ა. სოლოდონიკოვი წერდა: „ლირი შესრულებულია ზედმეტად შერბილებულად, ლირიკულად, იერსახის მასშტაბები

შევიწროვდა, პიესის ტრაგიკული მონუმენტურობის ჟღერადობაც“.³⁴ თითქმის იმავე აზრს ავითარებს ქართველი თეატრმცოდნე შ. მაჭავარიანი. იგი მიიჩნევდა: „მსახიობი, მიხეილ თუმანიშვილის ჩანაფიქრის შესაბამისად, იძლეოდა რამდენიმე ცალმხრივ გააზრებას. იგი თამაშობდა ლირის, როგორც მამის ტრაგედიას, დამარცხებულს შვილების ცბიერებითა და უმადურობით. გვერდზე დარჩა ტრაგედიის სოციალურ-საზოგადოებრივი მხარეები, ლირი ჩამოგდებული იყო ტრაგიკულის კვარცხლბეკიდან“.³⁵ თეატრმცოდნე მანანა გეგეჭკორი თავის სადისერტაციო ნაშრომში მთლიანად უარყოფს სპექტაკლს და წერს: „სერგო ზაქარიაძის ლირი, ისე როგორც აკაკი ვასაძის, არ წარმოადგენს ამ შემოქმედთა მწვერვალებს. მათში არც ინტერპრეტაციის თვალსაზრისით იყო რაიმე ახალი და ორიგინალური, თორემ ყოველივე ეს აისახებოდა ამ სპექტაკლის კრიტიკოსთა შეფასებებში“.³⁶ თეატრმცოდნის მხრიდან სპექტაკლის სრული უარყოფა რეცენზიების სიმწირის გამო, საკითხისადმი არასერიოზული და არაპროფესიული მიდგომაა. რეცენზიების სიმრავლე-სიმცირე როდი განსაზღვრავენ სპექტაკლის ადგილს თეატრის ისტორიაში. მით უმეტეს, დისერტაცია შესრულებულია მას შემდეგ, რაც სხვაგვარად გადაფასებულ იქნა ესა თუ ის თეატრალური მოვლენა, რომელმაც აჩვენა, რომ ბევრი რამ არ იყო ისე სპექტაკლში, როგორც ეს საბჭოთა თეატრმცოდნეობას ეგონა. თუმანიშვილის „ლირმა“ უდიდესი როლი შეასრულა შემდგომი თაობის რეჟისორებისათვის შექსპირის ახლებურ ინტერპრეტაციებში. ამ ციტატებიდან კარგად ჩანს, თუ როგორი ბრძოლა გამოუცხადეს მიხეილ თუმანიშვილს თეატრმცოდნეებმა. რა თქმა უნდა, ლირი „ჩამოგდებული იყო ტრაგიკულობის კვარცხლბეკიდან“, ოღონდ ეს გარეგნულად, ერთი შეხედვით. ლირის ხასიათის გახსნას არატრადიციული ფორმით და სხვა მწირი გამომსახველობითი საშუალებებით კრიტიკა ვერ შეეგუა. თანაც სერგო ზაქარიაძის ლირი „არ იყო ბრიტანეთის დესპოტი მბრძანებელი, არამედ ის იყო საქართველოს პატრიარქალური მეფე“.³⁷ თუმანიშვილის ლირში დიდი მეტამორფოზები ხდებოდა, ოღონდ ეს გამოვლენილი იყო ფსიქოლოგიზმის ხარჯზე და არა ტრადიციული გმირულ-რომანტიკული, ჰეროიკული თეატრის პრინციპებით. ამ მოსაზრებას ამყარებს სერგო ზაქარიაძის ინტერვიუც, რომელიც მან ჟურნალ „საბჭოთა ხელოვნების“ იმდროინდელ რედაქტორს ოთარ ევაძეს მისცა, სადაც მსახიობი გარკვევით ამბობს თავისი ჩანაფიქრის შესახებ: „მე მინდოდა დამერღვია „მეფის ტრაგედიის“

გადმოცემის ტრადიციული ფორმა. საერთოდ, ლაპარაკი ტრაგიკულ პათოსზე, ამაღლებულობაზე, იმაზე, რომ შექსპირისთვის საჭიროა „ხმა, ხმა, ტემპერამენტი: – ეს ლაპარაკი მე არ მიტაცებს. შესაძლოა, რომ ყველა ჩვენ ჯერ კიდევ გატაცებულნი ვართ პოლემიკით, ბრძოლით. ალბათ, როცა მე ხელს მოვკიდებ მარტო ხელოვნებას, უკეთესი იქნება (გულისხმობს მის დაკავებულობას კინოში და ადმინისტრაციულ საქმიანობას – ლ. ჩ.)“. მიხეილ თუმანიშვილი კი მსახიობის ნათქვამს დასძენს: „მეფე ლირი“ რუსთაველის თეატრის ტრადიციებისადმი ერთგულებას კი არ აცხადებს, არამედ სურვილს შექსპირსაც მოეკიდო დღევანდელი პოზიციებით“.³⁸ ნათლად ჩანს მსახიობისა და რეჟისორის მიზანი. ტრაგედია რუსთაველის თეატრის სცენაზე რომ ახლებურად და თანამედროვედ აჟღერდა, აღნიშნავდნენ ყველაზე რადიკალი კრიტიკოსებიც. სპექტაკლში არ იყო ტრაგიზმის არავითარი დემონსტრირება. „სერგო ზაქარიაძის ლირი არ იყო სასტიკი, აღვირაშვებული ტირანი. იგი უფრო ახირებული თვითმპყრობელი, საკუთარ ძალაუფლებაში უზომოდ დარწმუნებული მმართველი გახლდათ და ამგვარ თვითგამყოფილებაში გამოსჭვიოდა რაღაც მასხარასეული. ქალიშვილების „დაკითხვაც“ უფრო ფარსულ წარმოდგენას ჰგავდა, რომელიც გასართობად მოაწყო ოინბაზობის ხასიათზე მისულმა მეფემ“.³⁹ ლირი-ზაქარიძე თამაშობდა და კორდელიას სიტყვებსაც – „მიყვარხარ იმდენად, რამდენადაც ამას გული მიბრძანებს“ – თავიდან საუბრად აღიქვამდა, შემდეგ უეცრად ჩრდილი გადაურბენდა სახეზე – ეს ლაწირაკი გოგო არაჩვეულებრივად მომზადებულ წარმოდგენას უშლის, შემდეგ კი ჩაწვდებოდა კორდელიას სიტყვების ჭეშმარიტ არსს – ქალიშვილის აშკარა პროტესტს მისი ეგოცენტრიზმის წინააღმდეგ და ამ მომენტიდან ლირი შმაგობდა.

თუმანიშვილის ამ პოლემიკურ სპექტაკლში მიუხედავად იმისა, რომ ბევრი რამ ახლებურად იყო გააზრებული, მხატვრული სახეები არ იყო ბოლომდე დასრულებული და სპექტაკლში არ იგრძნობოდა ერთიანი ანსამბლი. რუსი კრიტიკოსი მარკოვი წერდა, მისი თვალსაზრისით სპექტაკლი დაქუცმაცებულია, ლირის სახეც მოკლებულია ერთიანობას და ასეთი აზრის საფუძვლად იგი იმას მიიჩნევს, რომ ზაქარიძე, რომელიც „შემდგომ გვიჩვენებს ჭეშმარიტ გულისხმიერებას, სიღრმესა და ადამიანურობას, როლს თითქოსდა გვიან იწყებს, რადგანაც მას არ ახლავს ლირის თავმოყვარეობის, ლირის თავნებობის, მბრძანებლურობის შარავანდედი, თითქოსდა ამ სცენის დაწყებამდე მან უკვე განვლო, რომელიც მნიშვნელოვანი

ეტაპი იყო გაადამიანურების გზაზე“.⁴⁰ თავად მსახიობი წერიაში „ჩემი შექსპირული როლები“ წერდა: „შექსპირი საგანგებოდ ხლართავს, უკიდურესად ართულებს იმ გზას, რომელსაც ლირი გადის. სწორედ ამ გოლგოთას მიჰყავს იგი დაძაბულობამდე. ლირს გონების თვალის სწორედ მაშინ ეხილება, როცა მის გარშემო მყოფი იგი შეშლილად მიაჩნიათ. ამიტომაც არის, რომ ლირის ხასიათის ჩემებურ ინტერპრეტაციაში ე. წ. „სიგიჟის სცენებს“ განსაკუთრებით გადამწყვეტ მნიშვნელობას ვანიჭებ, ამ განსაცდელის წყალობით, ამ ტანჯვის გავლით განწმენდილი ლირი, წმინდა, სუფთა სანთელივით მდის წუთისოფლიდან“.⁴¹ მანამდე კი იყო მისი თავგანისცემის და არა სიყვარულის პერიოდი, ის არ იმსახურებდა პატივისცემას საზოგადოებაში. სწორედ ამაზე მიუთითებს მ. ლევილი: „ირგვლივ მყოფებთან ურთიერთობისას ს. ზაქარიძემ შექმნა ლირის წინაშე ქედის მოხრის ატმოსფერო, არა პატივისცემის, არამედ თავგანისცემის ატმოსფერო. გამოირკვა, რომ თურმე უმიზეზოდ როდი ყვარებიათ იგი კეთილ ადამიანებს და სძულებიათ ბოროტთ...“⁴² უსაზღვრო ძალაუფლების მოყვარულ და აღვირაზსნილი პირმოთნეობით გამორჩეულ მეფეს საბოლოოდ გაეღვიმა ჭეშმარიტად ადამიანური საწყისი, რამაც მაშინ იფეთქა, როცა ლირი უბედურებაში ჩავარდა და უბრალო ადამიანად განდომის უფლება მოიპოვა. ზაქარიძის ჩანაფიქრით ერთი ადამიანის ტრაგედია სახელმწიფო ტრაგედიად იქცა, ერთ-ერთ ინტერვიუში იგი წერს: „მე მინდოდა თავი დამეღწია თეატრის მიერ შექსპირის ჩვეული გაგებისაგან. მე მინდა ლირი მექცია დღევანდელი მაყურებლისათვის სავსებით მისაწვდომად, გასაგებად... მინდოდა შთამბეჭერა მისთვის ადამიანური ტანჯვა, რაც იმითაა გამოწვეული, რომ ადამიანებს ერთმანეთის არ ესმით. მე ვთამაშობდი ადამიანის ტრაგედიას, რომელიც გადაიზარდა სახელმწიფოს ტრაგედაში“.⁴³ სახელმწიფოს ტრაგედიად აღიქმებოდა სწორედ არა ერთი ეპიზოდი სპექტაკლიდან. მათ შორის, ლირის მიერ ქალიშვილების „გასამართლება“ და ჭკუაზე შეშლილის ყველა ეპიზოდი, „ქარიშხლის სცენა“, ლირის გამოღვიძება და ცნობიერების დაბრუნება, ედმუნდის და ედგარის ორთაბრძოლა, ლირის შემოსვლა მკლავებზე გადმოსვენებული კორდელიათი. ამ ზემოთ ჩამოთვლილ სცენებს თეატრმცოდნე ნ. გურაბაძე „ნამდვილ შედეგებს“ უწოდებს. სპექტაკლის ფინალში ლირი მარტოა და ეს მარტოობა მის სიკვდილს უდრის. თუმცა იგი არ კვდება. სცენის სიღრმიდან კორდელიათი ხელში მოდის ლირი, ყველანი თავდახრილები დგანან, ლირი

განადგურებულია ამ უკანასკნელი დარტყმით, მაგრამ უფრო დიდებულია შინაგანად, უფრო ძლიერი. საფინალო სცენის ასეთი გადაწყვეტა მოულოდნელი იყო რეჟისორისაგან. რადგან ქართულ სცენაზე მანამდე განხორციელებულ „ლირთაგან“ ლირი კვდებოდა, თუ არ ჩავთვლით ახმეტელის განუხორციელებელ სპექტაკლს, ფინალის ასეთი გადაწყვეტა გვხდება მომდევნო პერიოდის ინტერპრეტაციებშიც (სტრელერი, სტურუა), მაგრამ ფიზიკურად ცოცხალი ლირის მოტივაცია თუმანიშვილთან სულ სხვაგვარია. იგი ამაყია, გამარჯვებული და ბედნიერი, რადგან ლირმა შეიცნო ჭეშმარიტება იგი განთავისუფლდა სიცრუისაგან და მიდის ცხოვრებიდან არა დაბეჩავებული, არამედ გამოცდილებით დაბრძენებული ადამიანი, რომელმაც იცის სიკეთის და ბოროტების ფასი.

კრიტიკოსები სპექტაკლიდან ლირის შემსრულებლის გარდა გამოარჩევენ ორ პერსონაჟს: მასხარას (გურამ საღარაძე) და ედმუნდს (რამაზ ჩხიკვაძე). კრიტიკოსთა ყურადღების არეალში მათი მოხვედრა განაპირობა არა მხოლოდ მსახიობთა შესრულებამ, არამედ რეჟისორის მიერ ამ მხატვრულ სახეთა განსაკუთრებულმა გააზრებამ.

რეჟისორმა მოახდინა ლირისა და მასხარას იდენტიფიკაცია. როცა სპექტაკლის დასაწყისში თუმანიშვილმა მასხარას ათქმევინა 66-ე სონეტი, ამით ხაზი გაუსვა მის მნიშვნელობას და როლს მთელს სპექტაკლში. ის ავსებს ლირს და არა გლოსტერი, როგორც ეს ადრინდელ დადგმებში. როცა ლირს უჭირს იგი მაშინვე მოიკითხავს მასხარას, რომელიც როგორც მორალური საყრდენი, ისე სჭირდება. მასხარა კი ყოველთვის პირში ახლის სიმართლეს. „მას თავისი მდგომარეობა აძლევს ამის უფლებას. მასხარას თავი ჩაწში აქვს. ის ხომ სულელია. ლირი ამჩნევს, რომ მისი მასხარა ბრიყვი არაა, ლირს ტანჯვა აუხელს თვალებს ქვეყნის დასანახად და არა მასხარა“.⁴⁴ ის მხოლოდ ეხმარება და ერთგვარი სტიმულატორია მისი. მასხარა მეფე ლირისგან მაშინ ქრება, როდესაც ედმუნდისა და კორდელიას ჯარებს შორის სროლა დაიწყო. „როდესაც სროლა იწყება, იქ მასხარებისთვის ადგილი არ არის“⁴⁵, – წერს მ. თუმანიშვილი.

დიდი აზრთა სხვადასხვაობა იყო ედმუნდის მხატვრულ სახესთან დაკავშირებით, რომელიც წლების მანძილზე გრძელდებოდა. კრიტიკოსთა ერთი ნაწილი მკაცრად აკრიტიკებდა რამაზ ჩხიკვაძის ედმუნდს, ნაწილს კი იგი ს. ზაქარაიძის მიერ შექმნილი ლირის

მასშტაბის რანგში მოიაზრებდნენ. „რ. ჩხიკვაძის მიერ წარმოდგენილი ედმუნდი არ შეიძლება აქტიურულ გამარჯვებად ჩაითვალოს. მისი სახით ლირს არა ჰყავს ძლიერი მოწინააღმდეგე და მასში არ ჩანს ბოროტების ის მთავარი ბუდე, რითაც უპირისპირდება ლირს. მსახიობი მხილების ნაცვლად იცავს თავის გმირს. რამაზ ჩხიკვაძე შესანიშნავად ატარებს სცენებს დებთან, რომლის დროსაც ხაზს უსვამს მის მომხილველობასაც. განსაკუთრებით აღსანიშნავია უკანასკნელ მოქმედებაში, როცა გამოდის როგორც ჯარის მეთაური და სიკვდილის სცენაში, მაგრამ იქ, სადაც საჭიროა გამოამჟღავნოს ბოროტმოქმედის თვისებები, მსახიობს არ ჰყოფნის შინაგანი ძალა და დამაჯერებლობა, რომ სრულყოფილად წარმოაჩინოს სახე“.⁴⁶ მიუხედავად იმისა, რომ თეატრმცოდნე დ. მუმლაძეც აკრიტიკებს რ. ჩხიკვაძის ედმუნდს და მას „სიუჟეტის შეუფერხებელი განხორციელების დანიშნულებას“ ანიჭებს მხოლოდ, თუმცა იმასაც აღნიშნავს, რომ „მსახიობი ცდას არ აკლებს როლს, ჩვენი დროის საქმიანი კაცის მარიფათით აღბეჭდილი ტიპი შექმნას“.⁴⁷ ნ. გურაბანიძე კი რამაზ ჩხიკვაძის ედმუნდზე „ლირის“ პრემიერიდან 38 წლის შემდეგ დაწერს: „სახის გათანამედროვეების თვალსაზრისით ედმუნდის როლის შემსრულებელი რამაზ ჩხიკვაძე ყველაზე შორს წავიდა. ეს იყო XX საუკუნის 60-იანი წლების ტიპური თავხედი, მომხილავი არამზადა, აგრესიული, მუდამ შეტევაზე გადასული, თმა შუბლზე ჰქონდა ჩამოვარცხნილი, ავად იმზირებოდა, წინა პლანზე დგომას ცდილობდა, ავანსცენაზე მოძრაობდა, რაღაც ხულიგნური, გამაღიზიანებელი იყო მის საცეცხლში, გამოშვებულ უსტვენდა და არავინ არაფრად მიაჩნდა. ეს იყო ნამდვილი „ბესტარდი“, აუტსაიდერი, რომელიც სულ წინ აღუდგებოდა, არ დაინდობდა, სასიკვდილოდ კი გაწირავდა. ასეთი თავხედები ქალთა გულისმცრობელებიც არიან, ამიტომაც, ადვილად ხიბლავდა ლირის ქალიშვილებს, რეგინას და გონერილას, რომელთა მონუსხვას იგი საერთოდ არ ცდილობდა, უბრალოდ აჯადოებდა, იპყრობდა, იმონებდა თავისი შეუკავებელი ძალით“.⁴⁸ სპექტაკლში ფერმკრთალი და არასრული იყო სხვა პერსონაჟები, რაც სპექტაკლის ერთიან მსახიობურ ანსამბლს არღვევდა. გლოსტერი მ. თუმანიშვილის ინტერპრეტაციაში უსუსურ, უნიათო, მაგრამ კეთილი გულის ქვეშევრდომად იქცა. სუსტი იყო რევანასა და გონერილას ზაზი, რაც ზედაპირულს ხდიდა ბოროტისა და კეთილის დაპირისპირების ჩვენებას.

„ლირის“ პრემიერა შედგა, მაგრამ სპექტაკლმა დიდხანს ვერ გაუძლო სცენას, რის გამოც იგი მალევე მოიხსნა რეპერტუარიდან. საარქივო მასალებისა და რეცენზიების გაცნობამ ცხადყო, რომ სპექტაკლს აკლდა მუშაობა და იგი შექსპირისთვის უჩვეულოდ მოკლე დროში დაიდგა. დაუკმაყოფილებლობის გრძნობა გაუჩნდა რეჟისორსაც და მთავარი როლის შემსრულებელსაც. უკმაყოფილო დარჩა თავისი ნამუშევრით სერგო ზაქარიაძე: „ლირთან შეხვედრა ჩემი არტისტული ცხოვრების ერთ-ერთი ყველაზე ნათელი, დიდი სულიერი საზრდოს მომცემი მომენტი იყო, მაგრამ ამავე დროს მივხვდი, რომ ეს მაინც სადღაც ქერქი იყო, ზედა ფენა, რომლის შედეგადაც იწყება ის უძირო სიღრმე, რომლის წვდომისათვისაც შესაძლოა ერთი ხელოვანის სიცოცხლე საკმარისი არ აღმოჩნდეს“.⁴⁹ თუმანიშვილის თქმით „პოლემიკა ბოლომდე უნდა გაგრძელებულიყო და ის არავითარ კომპრომისზე არ უნდა წასულიყო.“ როგორც თვითონ რეჟისორმა განაცხადა „ლირში“ ბევრი რამ მთავარშიც და დეტალებშიც – განპირობებული იყო ტრადიციულ გაგებასთან პოლემიკით და ამგვარი გზა გარკვეულ საფრთხეს უქმნიდა სპექტაკლს, თავისებური სქემატურობისა და ტენდენციურობისაკენ უბიძგებდა მას.“⁵⁰ მიუხედავად ამისა, თუ „ზახულის ღამის სიზმარი“ გაეგრძელებოდა კლასიკური კომედიის დაკანონებულ რეფორმებს, „მეფე ლირმა“ იდეალიზაციისა და პათეტიკის გვირგვინი ჩამოხსნა შექსპირის ტრაგედიების სცენურ განხორციელებას რუსთაველის თეატრში. ამის შემდეგ იკვეთება სწორედ ის თანამედროვე ტენდენცია, რომელმაც განვითარება პოვა ჯერ თუმანიშვილისავე „იულიუს კეისარში“, ხოლო შემდეგ რობერტ სტურუას „რიჩარდ III“ და „მეფე ლირში“.

ამრიგად, თუმანიშვილის პოლემიკა თეატრალურ საზოგადოებასთან მარცხით დასრულდა, თუმცა ეს როდი იყო დამარცხება პირდაპირი გაგებით. თუმანიშვილის სპექტაკლმა დასაბამი მისცა ქართულ სასცენო შექსპირიანაში ძირეულ ცვლილებებს, მან დაარღვია არაერთი სტერეოტიპი დაკავშირებული შექსპირის ინტერპრეტაციის საკითხებთან. საბჭოთა თეატრში ტრადიციებიდან გადახვევა დიდ რისკს და ბრძოლას მოითხოვდა. თუმანიშვილმა ეს ბრძოლა გააგრძელა, ოღონდ თანამედროვე დრამატურგიის გამოყენებით. იგი წარმატებით დგამს „ლირის“ პრემიერიდან ორი წლისთავზე ჟან ანუის „ანტიგონეს“.

თუმანიშვილის სპექტაკლში „მეფე ლირი“ ბევრი რამ იყო ისეთი, რომლებიც შემდგომი თაობის რეჟისორებმა გამოიყენეს

შექსპირის იმავე ტრაგედიის განხორციელებისას. ამიტომაც, ამ სპექტაკლს მისი წარუმატებლობის მიუხედავად, დიდი როლი ეკისრება არა მხოლოდ ქართულ სასცენო შექსპირიანაში, არამედ ქართული თეატრის ისტორიაშიც.

1. ა. ჭავჭავაძე, რეჟისორული ძიებები რუსთაველის თეატრში XX საუკუნის 70-იან წლებში (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1986. გვ.45.
2. ლ. ხეთაგური, ექსპერიმენტიდან ბაროკოდე ქართულ თეატრში, ჟურნალი „თეატრი და ცხოვრება“, №1-2, 1996. გვ.57.
3. ნ. ურუშაძე, მიხეილ თუმანიშვილი (მთავარი მოწმის ნაამბობი), თბ., 1999. გვ. 59.
4. ა. ჭავჭავაძე, რეჟისორული ძიებები რუსთაველის თეატრში XX საუკუნის 70-იან წლებში (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1986. გვ. 45.
5. გაზეთი „ლიტერატურული საქართველო“, 1964, 12 ივნისი.
6. ა. ჭავჭავაძე, რეჟისორული ძიებები რუსთაველის თეატრში XX საუკუნის 70-იან წლებში (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1986. გვ. 45.
7. ნ. გურაბანიძე, ფანტასტიკური რამაზ ჩხიკვაძე, თბ., 2004. გვ. 75.
8. ნ. ურუშაძე, მიხეილ თუმანიშვილი (მთავარი მოწმის ნაამბობი), თბ., 1999. გვ. 66.
9. Журнал „Театр“, №8, 1966. გვ. 23.
10. მ. თუმანიშვილი, რეჟისორი თეატრიდან წავიდა, თბ., 1989. გვ. 249.
11. დ. მუმლაძე, თანამედროვე ქართული რეჟისურა, თბ., 1973. გვ. 146.
12. ჯ. ლომთაძე, რეჟისორი მიხეილ თუმანიშვილი (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1969. 23

13. იქვე: გვ. 24
14. ნ. გურაბანიძე, ფანტასტიკური რამაზ ჩხიკვაძე, თბ., 2004. გვ. 73.
15. მ. თუმანიშვილი, სანამ რეპეტიცია დაიწყება, თბ., 2008. გვ. 148-149.
16. ე. ჟვანია, „მეფე ლირი“ რუსთაველის თეატრში (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1998. გვ. 12.
17. მ. თუმანიშვილი, სანამ რეპეტიცია დაიწყება, თბ., 2008. გვ. 150.
18. იქვე: გვ. 151.
19. იქვე: გვ. 152.
20. იქვე: გვ. 199.
21. ა. ჭავჭავაძე, რეჟისორული ძიებები რუსთაველის თეატრში XX საუკუნის 70-იან წლებში (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1986. გვ. 51.
22. ჯ. ლომთაძე, რეჟისორი მიხეილ თუმანიშვილი (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1969. გვ. 24.
23. დ. მუმლაძე, თანამედროვე ქართული რეჟისურა, თბ., 1973. გვ. 150.
24. ჯ. ლომთაძე, რეჟისორი მიხეილ თუმანიშვილი (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1969. გვ. 24.
25. იქვე:
26. ნ. ურუშაძე, მიხეილ თუმანიშვილი (მთავარი მოწმის ნაამბობი), თბ., 1999. გვ. 67.
27. მ. ლევილი, სერგო ზაქარიაძე, თბ., 1975. გვ. 386-387.
28. ე. ჟვანია, „მეფე ლირი“ რუსთაველის თეატრში (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1998. გვ. 15.
29. ო. ევაძე, თეატრში და თეატრს მიღმა, თბ., 1969. გვ. 284.
30. ნ. ურუშაძე, მიხეილ თუმანიშვილი (მთავარი მოწმის ნაამბობი), თბ., 1999. გვ. 67.
31. დ. მუმლაძე, თანამედროვე ქართული რეჟისურა, თბ., 1973. გვ. 60.
32. იქვე: გვ. 150.
33. იხ.: ე. პუჩევი, ტალანტების სიმდიდრე, „პრავდა“, 20. 12, 1966.
34. ო. ევაძე, თეატრში და თეატრს მიღმა, თბ., 1969. გვ. 377.
35. შ. მაჭავარიანი, ქართული თეატრი, წიგნში „საბჭოთა დრამატული თეატრის ისტორია“, ტ. 6., თბ., 1971. გვ. 258.
36. მ. გეგეჭკორი, ინტერპრეტაციის პრობლემა XX საუკუნის 60-70-იანი წლების ქართულ სამსახიობო ხელოვნებაში (სადისერტაციო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1993. გვ. 61.

37. მ. ლევილი, სერგო ზაქარიაძე, თბ., 1975. გვ. 385.
38. ო. ევაძე, თეატრში და თეატრს მიღმა, თბ., 1969. გვ. 378.
39. ი. Мухрanelи, Чувства и мысл, М. 1966. გვ. 51.
40. მ. ლევილი, სერგო ზაქარიაძე, თბ., 1975. გვ. 398.
41. ს. ზაქარიაძე, ჩემი შექსპირული როლები, წიგნში „ქართული შექსპირიანა“, ტ. 3, თბ., 1973. გვ. 220.
42. მ. ლევილი, სერგო ზაქარიაძე, თბ., 1975. გვ. 388.
43. Журнал “Огонёк”, №25, 1966. გვ. 20.
44. დ. მუმლაძე, თანამედროვე ქართული რეჟისურა, თბ., 1973. გვ. 151.
45. მ. თუმანიშვილი, ფიქრობს, წიგნი I, თბ., 2004. გვ. 91.
46. ნ. ქიქოძე, რამაზ ჩხიკვაძე (სადიპლომო შრომა, დაცულია თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიბლიოთეკის საცავში), თბ., 1966. გვ. 48.
47. დ. მუმლაძე, თანამედროვე ქართული რეჟისურა, თბ., 1973. გვ. 152.
48. ნ. გურაბანიძე, ფანტასტიკური რამაზ ჩხიკვაძე, თბ., 2004. გვ. 76.
49. ს. ზაქარიაძე, ჩემი შექსპირული როლები, წიგნში „ქართული შექსპირიანა“, ტ. 3, თბ., 1973. გვ. 220.
50. ნ. ურუშაძე, მიხეილ თუმანიშვილი (მთავარი მოწმის ნაამბობი), თბ., 1999. გვ. 67.

თამარ ცაგარელი
დოქტურანტურის I კურსი
ხელმძღვანელი - პროფ. ლევან ხეთაგური

შუა საუკუნეების ევროპული და ქართული სამეცნიერო სახილველი

(სათეატრო ანთროპოლოგიის მეთოდით)

ცნობილია, რომ ადამიანს – ძველბერძნულად „ანთროპოს“ – მრავალი მეცნიერება სწავლობს. თავისთავად ანთროპოლოგია (ბერძ. ანტროპოს – ადამიანი, ლოგოს – მოძღვრება) არის მეცნიერება ადამიანის წარმოშობისა და ევოლუციის, ადამიანთა რასების შესახებ. იკვლევს ადამიანის ფიზიკური ტიპის ვარიაციებს დროსა და სივრცეში, ადამიანისა და მისი რასების წარმოშობის, ჩამოყალიბების და შემდგომში განვითარების შესწავლის მიზნით. ანთროპოლოგია, როგორც დამოუკიდებელი მეცნიერება ჩამოყალიბდა XIX საუკუნის შუა პერიოდში. მისი დამოუკიდებელი დარგებია: ადამიანის მორფოლოგია, სწავლება ანთროპოგენეზის შესახებ, რასათმცოდნეობა. ადამიანის გარშემო „ტრიალებენ“ ისეთი მეცნიერებები, როგორიცაა ფსიქოლოგია, ისტორია, ენათმეცნიერება, სოციოლოგია, პოლიტოლოგია. დამოუკიდებელ დარგებად არსებობს სამეცნიერო ანთროპოლოგია, სოციოლოგიური ანთროპოლოგია, ეთნოლოგიური ანთროპოლოგია, ფილოსოფიური ანთროპოლოგია, რომელიც შეისწავლის ადამიანის რაობას. იგი ახასიათებს ადამიანის ყოფიერების თავისებურებას. იკვლევს მის მიმართებას ღმერთთან, ისტორიასთან, ბუნებასთან, სხვა ადამიანთან. ფილოსოფიური ანთროპოლოგია არის მოძღვრება ადამიანის რაობის შესახებ. ადამიანის რაობა ესაა უნიკალური უნარი, უნარი შემოქმედებისა, უნარი კულტურის შექმნისა და უნარი ყველაზე მთავარისა – ცხოვრების შექმნისა. ადამიანი საკუთარ თავს აცნობიერებდა, როგორც შექმნილს და როგორც შემოქმედს კულტურული ღირებულებისა. XX საუკუნის II ნახევრიდან ვითარდება კომპლექსი დისციპლინებისა, რომელთაც აერთიანებენ საერთო სათაურით „ადამიანის ბიოლოგია“. იგი შეისწავლის ფიზიოლოგიურ, ბიოქიმიურ და გენეტიკურ ფაქტორებს, რომელიც ზეგავლენას ახდენს ადამიანის ორგანიზმისა და სხეულის აგებულების ვარიაციებსა და განვითარებაზე. ამავე დროს ეს პერიოდი ბევრი ახალი სამეცნიერო დისციპლინების ჩამოყალიბებით აღინიშნა. ფილოსოფიაში ასეთი

ახალი დისციპლინებია: „ფილოსოფიური ანთროპოლოგია“, „აქსიოლოგია“, „კულტუროლოგია“, „განათლების ფილოსოფია“ და სხვა.

ფილოსოფიური დისციპლინების ჩამოყალიბების პარალელურად ყალიბდება ახალი, კერძო, სპეციალური მეცნიერებები. ერთ-ერთი ასეთი სპეციალური მეცნიერებაა „თეატრალური ანთროპოლოგია“, რომლის შემქმნელია ოდინის თეატრის ერთ-ერთი ფუძემდებელი ეუჯენიო ბარბა.

თეატრალურმა ანთროპოლოგიამ უნდა განიხილოს თეატრის ისტორია და განვითარება, ადამიანის ადგილის გათვალისწინებით სამყაროში. აღიარებს რა გონს, რომელიც მართავს სხეულს, სპეციფიკურ ადამიანურ ფენომენად, თეატრალურმა ანთროპოლოგიამ ადამიანი, ამ შემთხვევაში უნდა შეისწავლოს, როგორც თეატრის შემქმნელი, როგორც ადამიანის ფორმირების სპეციფიკური გარემო. „სცენური არსებობა, ადამიანის ყოველდღიურ ქცევასთან შედარებით ენერგიის სწრაფი ხარჯვით, მისი მაქსიმალური გამოყენებით ხასიათდება. ამიტომაც, თეატრალური ანთროპოლოგია სწავლობს თეატრის „ბიოლოგიურ“ დონეს, რომელსაც ეფუძნება განსხვავებული სამსახიობო სკოლები თუ მსახიობის „ბიო“.

ფილოსოფიურ, ისტორიულ და კულტურულ ანთროპოლოგიაზე დაყრდნობით თეატრალურმა ანთროპოლოგიამ უნდა აჩვენოს, რომ სხეული კვლევის ერთ-ერთ უმთავრეს ობიექტს წარმოადგენს. მას შეისწავლიან არა როგორც გარკვეული ეთნოკულტურის წარმომადგენელს, არამედ, როგორც მსახიობის ჟესტს, მიმიკას, სადაც უნდა გაითვალისწინოთ აგრეთვე ნილაბიც, რომელიც შესაძლებელია წარმოდგენილი იყოს სხვადასხვა მასალისაგან: ხისგან, თიხისგან, სხვადასხვა ფერის გრძივით (ხშირ შემთხვევაში ნილაბი სხეულის „გაგრძელებად“ გვევლინება. მეიერჰოლდი წერდა: „ნილაბი, ჟესტი და მოძრაობა, განუყოფელი ნაწილია და დაკავშირებულია ბალაეტთან, სანახაობასთან, სადაც სხეულის დინამიკა რეგულირდება ნილბის ტრადიციასთან“),¹ ზოგადად პლასტიკის თავისებურებათა გამოხატულებად, აგრეთვე შეისწავლიან, როგორც უნივერსალურ ტრანსკულტურულ მოცულობას, რომელიც ერთნაირია კულტურათა ინვარიანტულ სისტემაში. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ სხვადასხვა და ზოგჯერ პარალელურ კულტურაში, მსგავსი ვითარებანი ყოველთვის ურთიერთზეგავლენის შედეგი არ არის, რომ შევადაროთ დასავლეთისა და აღმოსავლეთის კულტურა, საგულისხმო პარალელებს აღმოვაჩნთ.

თეატრის ანთროპოლოგია ითვალისწინებს ადამიანის საქციელის შესწავლას მაშინ, როდესაც წარმოდგენისას იგი იყენებს საკუთარ ფიზიკურ და გონებრივ რესურსს და იქცევა ყოველდღიური ცხოვრებიდან განსხვავებული პრინციპების შესაბამისად, რასაც თეატრალურ სამყაროში სამსახიობო ტექნიკას უწოდებენ, „მსახიობი, ხომ ესაა ადამიანი, მომუშავე საკუთარი სხეულით“.²

თეატრის ანთროპოლოგია ეს არის ადამიანის სოცო-კულტურული და ფიზიოლოგიური ქცევის შესწავლა შესრულების დროს. სხვადასხვა ადგილის, დროისა და ტრადიციისათვის დამახასიათებელი სტილისტური ფორმების მიუხედავად, სხვადასხვა შემსრულებელს გააჩნია საერთო პრინციპები. თეატრის ანთროპოლოგიის პირველი ამოცანაა თვალი მიაღვენოს ამ პერიოდულ პრინციპებს. ისინი არ ადასტურებენ „თეატრის მეცნიერების“ არსებობას და არც რამდენიმე უნივერსალურ კანონს. ისინი მხოლოდ რამდენიმე კარგ „რჩევას“ წარმოადგენენ, სცენური პრაქტიკისათვის საჭირო ინფორმაციას. როდესაც რამდენიმე „კარგ რჩევაზე“ საუბარი, იქმნება ილუზია, რომ საქმე ეხება რაიმეს, რაც ნაკლებად ღირებულია ტერმინ „თეატრის ანთროპოლოგიასთან“ შედარებით. მაგრამ შესწავლის რიგი სფეროები – მაგალითად რიტორიკა და მორალი ანდა თუნდაც ქცევის შესწავლა ასევე წარმოადგენენ რამდენიმე „კარგი რჩევის“ მაგალითს.

სხვადასხვა ადგილის, დროის და ტრადიციის მიუხედავად, სხვადასხვა შემსრულებელს გააჩნია საერთო პრინციპი – რიტუალი, რომელიც ყველა ერის ისტორიის საფუძველშივე ძეგს. რიტუალური ფორმები, ხომ უძველესი ხელოვნების წინარე სახეა. რიტუალი კი, როგორც ცნობილია, პირდაპირ უკავშირდება თეატრს, სათეატრო ხელოვნებას. რიტუალის შექმნის მექანიზმი ხომ „მიმეზისი“, „მიბაძვა“. არისტოტელე იზიარებდა სამართლიან შეხედულებას, რომ თამაში და მისწრაფება მიბაძვისკენ სულის ყველაზე უფრო ადრინდელი და ელემენტარულ აღგზნებას მიეკუთვნება. განვითარების ისტორიით, ის უფრო ხნიერია, ვიდრე რელიგია. მიბაძვა თამაშით, რომელმაც შექმნა რიტუალი, საიდანაც წარმოიშვა სათეატრო ხელოვნებები, რამაც ჩვენამდე მოაღწია ფრესკის ან კედლის მხატვრობის სახით, ქვაზე გამოხატულმა თუ გამოქანდაკებულმა, სადაც ადამიანის ჟესტიკულაცია და მოძრაობა დაფიქსირებული, რომლის საწყისი ადამიანის სხეულია.

ჰელმუტ პლესნერი ნაშრომში „ანთროპოლოგია და ქცევის თეორია“³ განიხილავს ადამიანში არსებულ ორ სხეულს, სხეულს ბუნებრივს, რომელსაც ყოველწამიერ გზდებით და გზდავთ ყოფაში და სხეულს განკუთვნილს ხელოვნებისათვის, კულტურისათვის, რომელსაც იგი ესთეტიკურად ორგანიზებულს უწოდებს და რომელიც მხოლოდ და მხოლოდ მსახიობისა და მოცეკვავის პრივილეგიად რჩება. ამგვარად, როგორც უკვე აღვნიშნე, რიტუალი თამაშის საწყის ელემენტებს შეიცავდა და აქედან გამომდინარე მჭიდროდ უკავშირდება თეატრალურ ხელოვნებას, რომლის დახმარებითაც ადამიანი თავისი სხეულის ბატონი ხდება. ჟესტიკულაციისა და ქმედების/მოძრაობის ხელოვნების წყალობით ადამიანი სხვა პერსონის, გმირისა თუ პერსონაჟის შემქმნელი ხდება. სხეულის ფლობა, „მაგიური სახის“ შექმნა პრე-ისტორიული წყაროებიდან უკვე მოგვეპოვება, რომელიც ჩვენამდე შემონახულია ძირითადად, როგორც არქეოლოგიური ნიმუშების სახით, მაგრამ არსებული ისტორიული (ანთროპოლოგიური) წყაროების კვლევის საშუალებით ჩვენ შეგვიძლია შევისწავლოთ და ქრონოლოგიური სახით დავალვათ ის საწყისი და განვითარება, რომელსაც თეატრალური ანთროპოლოგია ეწოდება.

„თეატრალური ანთროპოლოგია ეძებს საჭირო მიმართულებებს უნივერსალური პრინციპების ნაცვლად, – წერს ბარბა, – მას არ გააჩნია მეცნიერებისათვის დამახასიათებელი ზომიერება. მას გააჩნია ამბიცია აღმოაჩინოს ცოდნა, რომელიც შესაძლებელია გამოადგეს შემსრულებელს თავის საქმიანობაში. მისი მიზანი არ არის ფორმულების დადგენა, იგი უფრო ქცევის კანონებს შეისწავლის, რასაც შედეგად მოაქვს სცენური პრაქტიკისათვის საჭირო ინფორმაცია“.⁴ აქედან გამომდინარე პრეისტორიული მაგალითებიდან მოყოლებული დღევანდელი დღის ჩათვლით მოპოვებული და გაშიფრული სამშემსრულებლო ხელოვნება უფრო ფართო დიაპაზონით გვაძლევს შანსს, შევინარჩუნოთ და განვავითაროთ სათეატრო ხელოვნების ესა თუ ის ელემენტები, ტრადიციები, მოვახდინოთ შერწყმა ჩვენი და სხვა ერების კულტურული ადათ-წესებისა, ხელოვნების ნიმუშებისა.

ადამიანის არსების პრობლემის გამოკვლევას ჩვენ ვპოულობთ ქრისტიანულ ფილოსოფიაში, რომელიც შუა საუკუნეებში ჩამოყალიბდა და დღესაც ფართოდაა გავრცელებული.

წმინდა წიგნების – ძველი და ახალი აღთქმის – თანახმად, სამყარო – ბუნება, მცენარეულობა, ცხოველები, ადამიანი – ღმერთის

მიერაა შექმნილი. ხოლო, ადამიანის ცოდვებისაგან გათავისუფლება იესო ქრისტეს დააკისრა უფალმა, ამიტომაც წარმოგზავნა თავისი ძე – ქრისტე – კაცობრიობის გადასარჩენად, ადამიანთა ცოდვებისაგან დასახსნელად. ქრისტეს ადამიანად ქცევით ყოველგვარი ადამიანური მისთვის ახლობელი გახდა. მისი ხვედრი გახდა ადამიანის ცხოვრება თავისი ტანჯვითა და სიკვდილით. აქედან გამომდინარე ღმერთი პიროვნებაა და სამყაროს წარმოშობა ღმერთის, როგორც პიროვნების, თავისუფალი აქტია – შემოქმედებაა, კრეაციაა. თავის მხრივ ამიტომაც მისცა ადამიანმა თავის თავს უფლება არა მარტო დაეწერა მის უხენაესზე, არამედ გამოესახა იგი ხელოვნებაში.

ბიბლიის მიხედვით ადამიანის ადგილი არსებულთა შორის სრულიად გარკვეულია. პირველი ადამიანი არ არის ღმერთის ტოლი, მაგრამ ყველა ხორციელ ქმნილზე მაღლა დგას, ხორციელისა და ღვთაებრივის, მიწიერისა და სულიერის, გრძნობადისა და ზეგრძნობადის ნაზავია. ამიტომ ბატონობს ის ნივთებზე, მცენარეებსა და ცხოველებზე; ამიტომ აქვს მას გონება, აზროვნება, ღირსება, რაც მთავარია თავისუფალი ნება. აკრძალვის ნება ლოგიკურად ითხოვს თავისუფალი ნების ცნებას. ამიტომაც, ადამიანის პრობლემას ქრისტიანობაში განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო. შუა საუკუნეებში გაჩნდა სკოლები, რომლებიც განსაკუთრებულ ადგილს უთმობდნენ ღმერთისა და ადამიანის ურთიერთობის პრობლემას. ასეთი იყო პატრისტიკა და სქოლასტიკა. XI-XII საუკუნეების ცნობილი ქართველი ფილოსოფოსი იოანე პეტრიწი თარგმნის IV-V საუკუნეების გამოჩენილი ფილოსოფოსის ნემესიოს ემესელის შრომას „ბუნებისათვის კაცისა“. ამ შრომაში პლატონისა და არისტოტელეს საფუძვლებზე განხილულია ადამიანის რაობა.

ქრისტიანულმა რელიგიამ მოგვიანებით მიიღო და გამოიყენა კიდევ ძველ ბერძენთა ფილოსოფიური წარმოდგენები. ქრისტიანობამ იმკვეყნიური წარმოდგენა სულთა სამყოფელზე სამოთხედ და ჯოჯოხეთად დასახა. სამოთხე განურჩევლად ყველა ადამიანისა წარმოუდგენელი ნეტარებაა, რასაც მხოლოდ ნეტარი სულები მიაღწევენ. ბიბლიურ ედემს, ახალ აღთქმისეულ ახალ იერუსალიმს, ანგელოსთაგან დასახლებულ იერარქიებს – ჩვენი რელიგიური წარმოსახვისათვის დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა. ქრისტიანული მოძღვრების თანახმად, სული ითვლება ღვთაებრივ საწყისად, რომელიც ადამიანს ღმერთთან ანათესავებს, გამოვლინდება, თავისუფლებასა და უკვდავებაში.

შუა საუკუნეების სანახაობითი კულტურის მნიშვნელოვანი ნაკადი აღმოჩნდა საეკლესიო სახილველი. თავად რიტუალი ზომ, რელიგიით ან ტრადიციით დაწესებული მოქმედებაა და რაკი რელიგიასთან მართლაც მჭიდრო კავშირშია, ხშირად მხოლოდ ვიწრო წრისათვის იყო მისაწვდომი მისი ნამდვილი არსი. იგულისხმება ვიწრო წრე განსწავლული და განდობილი ადამიანებისა, ხოლო გარეგანი მხარე საყოველთაოდ იყო გამოტანილი და სახალხოდ სამზერო.

წინამდებარე ნაშრომი სწორედ ამ სახეობას მიმოიხილავს და წარმოაჩენს თეატრალურ სანახაობას სამსახიობო თეატრალური ანთროპოლოგიის შესწავლის მეთოდით.

„საკრალური“ თეატრალური სანახაობა, როგორც ცნობილია, ლიტურგიულ დრამას ეფუძნებოდა, რომელიც თავის მხრივ სათავეს წარმოადგენდა ისეთი ჟანრებისა, როგორიცაა: ნახევრად ლიტურგიული დრამა, მირაკლი, მისტერია, მორალიტე და ფარსი.

საეკლესიო სანახაობაში შეინიშნებოდა სპექტაკლისათვის დამახასიათებელი ნიშნებიც: დიალოგი, ანტიფონიური გალობა, მოთამაშეთა რეპლიკები და ბუტაფორია. სადაც აგრეთვე იყო სცენარი, გადაცმა, შემსრულებელი და მყურებელი – მრევლი. როგორც ცნობილია, ლიტურგიული დრამა ორი ციკლისაგან შედგებოდა: შობისა და აღდგომის ციკლი.

ჩვენამდე მოღწეული ლიტურგიული დრამის ელემენტები შესაძლებელია თეატრალური ანთროპოლოგიის კვლევის ნიმუშად მივიჩნიოთ, სადაც მოცემულია საეკლესიო სტილის მკაცრი კანონიკური მოთხოვნების დაცვა, პარალელების გაკეთება ჩვეულებრივი ცხოვრების ასახვასთან.

ამჟამად, განვიხილავ ევროპული ლიტურგიული დრამის ორ ძეგლს: „სამი მარიას დატირება“⁵ და „გონიერი და უგუნური ქალწულები“⁶. ორივე დრამა დათარიღებულია X-XI საუკუნეებით. პირველი დრამა მიეკუთვნება ვინჩესტერის ეპისკოპოსის ეტევალდის, ხოლო მეორე დრამა კი წმინდა მარციალას საძმოს. რელიგიის ისტორიიდან ცნობილია, რომ ეკლესიის პირველი მოსახლენი არიან მოციქულები, რომლებმაც ჩამოაყალიბეს ქრისტეს დობილთა და მძობილთა საზოგადოება მაცხოვრის კურთხევის საფუძველზე: „მოიმოწაფენით ყოველნი წარმართნი...“, ხოლო მოციქულთა მემკვიდრენი არიან ეპისკოპოსები: „როგორც ღმერთი თავსაკიდური ზეციური ეკლესიისა, მზე ქვეყნიერებისა, ასევე ეპისკოპოსი საკუთარი მრევლისათვის. მან უნდა გაასხივოსნოს და გაათბოს სამწყსო,

გარდაქმნას იგი ტაძრად ღვთისა“. ამგვარად, ეპისკოპოსების, როგორც მოციქულთა მემკვიდრეების მეშვეობით ეკლესია წუთისოფელში აგრძელებს და აღრმავებს ქრისტეს მოძღვრებას, ამტკიცებს რელიგიის ბატონობას. თავისი მისიის შესრულება მღვდელთმსახურება ბიბლიის გაცნობით და მისი სიუჟეტის გაცოცხლებით დაიწყო.

სანამ მიმოვიხილავ ზემოთ ხსენებულ ორ ძეგლს, გავიხსენოთ, აღვიდგინოთ ის გარემო, სადაც იმართებოდა ამგვარი წარმოდგენები.

როგორც ცნობილია, შუა საუკუნეებში განვითარდა არქიტექტურის სტილი – გოთიკა, რომელიც ქალაქების ხუროთმოძღვრების დომინანტური ფორმა იყო.

„გოთიკური ხელოვნება (გოტიკო – იტალიურად, წარმოშობილია გერმანული ტომების გუთების სახელწოდებიდან), პირობითი სახელწოდებაა სტილისა, რომელიც ევროპულ ხუროთმოძღვრებისა და სახვით ხელოვნებაში ბატონობდა XV-XVI საუკუნეებამდე. გოთიკაში გარკვეული ნაკადის სახით თავი იჩინა მხატვრულმა კულტურამ. ქანდაკებისა და მხატვრობის ცალკეულ თემებსა და ელემენტებში თავისებური ინტერპრეტაციით არის ასახული რეალური სამყარო. მაგრამ, გადამწყვეტი მნიშვნელობა მაინც ეკლესიას ჰქონდა. სწორედ საეკლესიო შენობაში გამოვლინდა ამ მიმდინარეობის სტილის ნიშნები. მათი მდიდარი სკულპტურული მორთულობის თემატიკა ძირითადად საღვთო წერილების სიუჟეტები და სხვადასხვა სარწმუნოებრივი ალეგორიებია. მოქმედი პირებიც უმეტესად საღვთო წერილის პერსონაჟები და წმინდანები არიან.

ზოგი გოთიკური ტაძარი ათიათასამდე მლოცველს იტევდა. ამგვარად, ჭეშმარიტებას მოკლებული არ უნდა იყოს, თუ აღვნიშნავთ, რომ სააღდგომო და საშობაო სანახაობას საკმაოდ მრავალრიცხოვანი მაყურებელი ჰყავდა და სასულიერო წოდების წარმომადგენელთა პროპაგანდა ფართო მასებზე ვრცელდებოდა. სანახაობა, შესაძლებელია დღის პირველ ნახევარში გამართულიყო, რადგანაც ამ პერიოდში არ არსებობდა ტექნიკური განათების საშუალება. ამასთანავე, როგორც ცნობილია, სინათლე და სიბნელე უძველესი რელიგიური სიმბოლოებია, რომლის დროს სინათლე მარადიულ ცხოვრებას, ხოლო სიბნელე უბედურებას გამოსახავს. შუა საუკუნეებში, თომას ფონ აქვინო სინათლეს განიხილავდა, როგორც გონის მეტაფორას და „მოქმედ გონებას“ და ამიტომაც სასულიერო წარმომადგენლები ეცდებოდნენ დღისით, მზის შუქზე ეხვეწებინათ წარმოდგენა, მითუმეტეს, რომ სანახაობა იყო ერთგვარი პრელუდია, რომელიც ამზადებდა მრევლს

წირვისათვის. სწორედ მისი დამთავრების შემდეგ იმართებოდა წირვა-ლოცვა, რაც განსაზღვრულ დროს მოიცავდა. ყოველივე ეს ქმნიდა ემოციურ სურათს, საკრალურ მოვლენად აღიქმებოდა. ამგვარ ატმოსფეროში მიმდინარეობდა საშობაო თუ სააღდგომო ციკლის ჩვენება. თავად ლიტურგიული დრამის შექმნილის ნიშანია დაამკვიდროს და განავრცოს ეკლესიის ბატონობა საზოგადოებაში სათეატრო სანახაობით. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ბიბლიური სიუჟეტიდან აღებულია უმნიშვნელოვანესი საეკლესიო მოვლენა – აღდგომა, რომელიც, სხვათა შორის, როგორც კათოლიკურ, ასევე მართმადიდებელ ეკლესიაში ყოველთვის თეატრალიზებული იყო.

ეპისკოპოსს ეტევალიდის მიერ შექმნილი დრამა „სამი მარიას დატირება“, უპირველეს ყოვლისა იმითაა საინტერესო, რომ აქ უფრო მეტად ყურადღება გამახვილებულია წარმოდგენის ვიზუალურ მხარეზე და ზუსტადაა მითითებული მონაწილეთა ჟესტიკულაცია. თეატრი უკვე იყენებს სხეულის ენას. იგი თხზავს გარემოს, დაწვრილებით აღწერს ყოველ დეტალს. ცნობილია, რომ წარმოდგენა იმართებოდა საკურთხეველსა და მრევლის დასაჯდომ ადგილს შორის, რომელსაც ნავი ეწოდება და რომელიც ყველაზე კარგ ადგილს წარმოადგენდა, როგორც ბუნებრივი განათების თვალსაზრისით, როგორც სახილველად, ასევე აკუსტიკური.

მოქმედება იწყება მარია მაგდალინელის ვიზუალური ქმედებით: ხელის ნაზი მოძრაობით იგი მზერას აპყრობს მამაკაცთა გუნდს, სახე დანაღვლიანებული და თვალცრემლიანი კითხულობს: ო, ძმებო! და სხეულის ნაზი მოძრაობით იჩოქებს. შემდეგ მუდარის მზერას აპყრობს ქალებს და აღმოხდება: „და დებო...“

ეკლესიაში, კათოლიკური იქნება ის თუ მართლმადიდებური, მრევლი დღესაც გაყოფილია. საკურთხეველიდან მარცხენა მხარეს მამაკაცები, ხოლო მარჯვენა მხარეს ქალები არიან.

შემდეგ ეპიზოდში მარია მაგდალინელი გულზე მჯილის ცემითა და ტირილით, რომელსაც თან ახლავს თითქოსდა მშველელის ძებნა, რაც მისი ნელი თავის მოძრაობით იკვეთება, იგი ხან მარჯვნივ და ხან მარცხნივ იხედება, ვიზუალური აქტის ასახსნელად შემდეგ სიტყვებს ამბობს:

„... სად არის ჩემი იმედი! (შემდეგ კვლავ გულზე იცემს ხელს). სად არის შველა?... აქ თავდახრილი ეცემა იესოს ფერხით, ანუ საკურთხეველთან“.

ჩანაწერებიდან იკვეთება, რომ უპირატესობა ენიჭება ჟესტიკულაციას.

სხეულის მოძრაობით გამოიხატება ქალის გულის ტკივილი და სევდა, თითოეულ ვერბალურ აქტს ნონ-ვერბალური აქტი უსწრებს წინ.

მოქმედება გრძელდება ორი მოკვდავი ქალის სტატიკური მოძრაობით: მარია უფროსი და მარიამ მაგდალინელი სხეულის „ენით“, რაც გამოიხატება ერთმანეთთან ჩახუტებით, ნიშნად იმისა, რომ ორივეს ერთი ტკივილი აერთიანებთ, ქრისტეს ხატთან ორივე პერსონაჟის დაჩოქებითა და მის ფერხთქვეშ გულშემზარავი ტირილით; მიუხედავად იმისა, რომ მათი მოძრაობა შესაძლებელია აღვიქვათ, როგორც სტატიკური მოძრაობა, ვიზუალური გამოხატვის ამ აქტს აქვს ის დატვირთვა, რომ ყოველი ეს გამოსახულება ასახავს სარიტუალო ცოდნასა და საეკლესიო სიბრძნეს ყოველგვარი მსჯელობისა და კამათის გარეშე. შემდეგ ეს მოძრაობა განცალკევდება ვერბალური აქტით:

„მარია უფროსი: (აქ იგი უთითებს მარია მაგდალინელს) ო, მარია მაგდალინა (შემდეგ უთითებს ქრისტესკენ), ჩემო ტკბილო მასწავლებლის ვაჟო (აქ იგი ეამბორობა მაგდალინელს და ეხვევა ორივე ხელით...), დაიბრუნე ჩემთან ერთად (უთითებს ისევ ქრისტესკენ) სიკვდილი უტკბილესი ვაჟისა... ვისაც ასე უყვარდი... (აქ მუხლდაჩოქილი იწყებს ქვითინს)“.

როგორც ვხედავ, ეს აქტიც გამდიდრებულია სხეულის ენით. მონაწილენი „ხატავენ“ გამოსახულებებს და ღვამენ თავიანთ ტაძრებში, როგორც აზრობრივ შინაარსს თითოეული საგნისა. „დამდგმელ ჯგუფს“ კარგად ესმოდა, რომ მრევლზე ვერბალური აქტით იმდენად ვერ მიაღწევდა გავლენას, როგორც ვიზუალური წარმოსახვით. აქ გამოვლენილია ზემოქმედების უნივერსალური ფორმის მცდელობა ვიზუალურ-ვერბალური აქტის მოხდენა.

წარმოდგენის დასასრულს სანახაობაში მონაწილე ქალები ღმერთს ევედრებიან, მუხლდაჩოქილნი, თავდახრილი და პირჯვარის წერით ისინი მოუწოდებენ მაყურებელს მათთან ერთად ღოცვისაკენ. ორივე ხელის ზეცისკენ აღმართვით მადლობას ეუბნებიან ღვთისმშობელსა და უფალს, მარია უფროსი: „მას, ვინც გაგვათავისუფლა ყოველგვარი ცოდვებისაგან“. წარმოდგენა მთავრდება მონაწილეთა ტირილით, რათა მაყურებელში გამოიწვიონ საკუთარი თავის შეცოდებისა და მათი ცოდვების მონანიების სურვილი, რომ კიდევ უფრო მეტად მიაჯაჭვონ ეკლესიას. ჟესტიკულაციით იხატება, რომ წარმოდგენა გაიმართა ღმერთისთვის, მის სადიდებლად. თვალს თუ გადავავლებთ

ანტიკური თეატრის ისტორიას, დავინახავთ, რომ ამგვარი ქმედება ანალოგია სარიტუალო და უძველესი სათეატრო სანახაობისა, სადაც, როგორც ცნობილია, წარმოდგენები იმართებოდა ღმერთების სადიდებლად.

მარციალას საძმოს მიერ შექმნილი დრამა „ბრძენი და უგუნური ქალწულები“ მათეს სახარებიდან, ათი ქალწულის იგავისა და ანგელოზი უმჟღავნებს მარიამს იესოს აღდგომას, თავების ინსცენირებას წარმოადგენს. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ახალი აღთქმა – სახარება, მთლიანად აგებულია იგავურ, ანუ ალეგორიულ, პრინციპზე. „სიძისა“ და „ქალწულის“, აგრეთვე „ქორწინების“ ალეგორიულ მნიშვნელობას ცენტრალური ადგილი უჭირავს მაცხოვრის ქადაგებაში. „სიძე“ თავად მაცხოვარს აღნიშნავს, „ქალწული“ – ქრისტიანული თვალსაზრისით სიმბოლოა ბუნების სულისა, „ქორწილი“ – მართალთა ნეტარებას, ღვთაებასთან ზიარებას მიუთითებს ქვეყნის დასასრულისა და საშინელი სამსჯავროს შემდეგ. არც ეს პრინციპი დაურღვევიათ საძმოს წევრებს და დრამის პერსონაჟებად გამოიყვანეს ქალწულები, სიძე და ანგელოზი. მახარებლები – მათე, მარკოზი, ლუკა და იოანე – გვაუწყებენ, რომ აღსრულდა წინასწარმეტყველება: ქრისტეს ჯვარცმის შემდეგ, მესამე დღეს, კვირის ცისკარზე, მკვდრებით აღსდგა უფალი და მაცხოვარი. მორწმუნეთა ანგელოზმა ეს ამბავი პირველად ქალწულებს აუწყა.... მორწმუნეთა ეკლესიას კი შთააგონა: „ქრისტე აღსდგა მკვდრებით, სიკვდილითა სიკვდილისა დამთრგუნველი და საფლავების შინათა ცხოვრების მიმნიჭებელი“. სწორედ ამ ამბით იწყება მარციალას საძმოს დრამა-წარმოდგენა. ანგელოზი დასტრიალებს იმ გამოქვაბულს, სადაც ქრისტე ესვენა. იგი ხან აფრინდება და ხან ჩამოფრინდება, აქ აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ საეკლესიო წარმოდგენებში უკვე გამოიყენება „მაშინერია“. ანგელოზის შემსრულებელი პლასტიკითა და ჟესტიკულაციით გამოხატავს მის შინაგან ემოციას, როგორც დრამაშია გამოკვეთილი ესაა სიმბოლოებით დატვირთული ცეკვა, რომელსაც შემდგომ ვერბალურად ხსნის, რომ „ის, ვისაც თქვენ ეძებთ გამოქვაბულში, ო, ქრისტიანო, აქ არ არის. იგი აღსდგა, როგორც თავად წინასწარმეტყველებდა.“ ამ ამბის გამგონე უგუნური ქალწულნი ცეკვა-თამაშით ცდილობენ ანგელოზის დაჭერას და მის გაჩუმებას. მათ არ სწამთ მისი სიტყვებისა. სიუჟეტის გამძაფრების მიზნით, ავტორმა, უგუნური ემშაკს წააყვანინა. მოულოდნელობის ეფექტით ემშაკი ეკლესიის იატაკიდან ამოდის, თითქოსდა ქვესკნელიდან

და მას გარდა იმისა, რომ ნიდაბი უკეთია, შემსრულებელი მის პერსონაჟს განასახიერებს ვიზუალურადაც. იგი ცდილობს სწორედ ისე იმოძრაოს, რომ მხილველს თვალნათლივ წარმოუდგენს ეშმაკის რეალური სახე. როგორც ცნობილია, საეკლესიო თეატრში ეშმაკის გამოჩენა პირველად ამ დრამაში მოხდა, რაც შესაძლებლად მიმაჩნია იმით ავხსნა, რომ მაყურებელზე შექმნილიყო ემოციური ზეგავლენა, კონფლიქტი გახდა სახილველი, რათა თვალნათლივ დაენახათ და გაეაზრებინათ ცოდვილთა ცხოვრების საბოლოო გზა – ჯოჯოხეთი. წარმოდგენის დასასრულს კი, ქრისტეს თაყვანს სცემენ იუდეველთა წინასწარმეტყველნი: სივილა, ვირგილიუსი და ნობუქოდოსორი. თაყვანისცემის ეს სცენა საკმაოდ პომპეზურადაა წარმოდგენილი, მხოლოდ ნონ-ვერბალურად. აქ სიტყვა სრულიად ზედმეტი აღმოჩნდა წარმოდგენის შემქმნელთათვის. როგორც ჩანს, სამოსის მთავარი მიზანი ძალთა დემონსტრაციის მოხდენას წარმოადგენდა. თუ „ძლიერი ამა ქვეყნისანი“ აღიარებენ მაცხოვარს, უბრალო მოკვდავნი მით უფრო უნდა შეუდგნენ ქრისტეს გზას და აღიარონ იგი.

აღდგომის უდიდეს დღესასწაულს მთელი საქრისტიანო განსაკუთრებული სიხარულითა და მოწიწებით აღნიშნავს. ღმერთის აღდგომა და მისი მარადიულობის რწმენა უძველესი აზრობრივი დანაშრევია კაცობრიობის ისტორიაში და ამ ისტორიის ნაწილი საქართველოცაა. ქართული სამყაროც არ არის გამონაკლისი ძველი თუ ახალი რელიგიური რწმენა-წარმოდგენებისაგან. აქაც საინტერესო და მრავალფეროვანი სურათია გამოკვეთილი.

საქართველოში აღდგომის უპირველეს დღესასწაულად მიჩნევა არქაული ფენა და მყარი შეხედულებები დაედო საფუძვლად. ქრისტეს აღდგომას, მის გაგრცელებას და საყოველთაო აღიარებას, ქრისტიანობის გადაქცევას მსოფლიო უძლიერეს რელიგიად ყოველმხრივ ჰქონია საფუძველი განმტკიცებული.

„მკვდრეთით აღდგომილი ქრისტე და მისი მოძღვრება დაიპყრობს სხვადასხვა ერებს და ქვეყნებს“ (დავითნი) თავიდანვე საფუძვლიანი იყო.

საქართველოში სააღდგომო წითელი კვერცხები, საფერხულო ცეკვები, წინაპართა სულის მოსახსენიებელი ჩვეულება-რიტუალები მნიშვნელოვანი დასკვნის საშუალებას იძლევა. კერძოდ, ჩვენში დაფიქსირებული სააღდგომო რიტუალები არაეკლესიური სანახაობა იყო, რომელიც მკვეთრად განსხვავდება შუა საუკუნეების ევროპის საეკლესიო სანახაობებისგან. შუა საუკუნეების საქართველოში

სააღდგომო სანახაობას „ქრისტეს ფერხული“ ეწოდებოდა, რომელიც შემდეგი სახით მიმდინარეობდა:

1. წალმა, საცეკვაო ხაზის მიმართულებით (საათის ისრის ბრუნვის საწინააღმდეგო მიმართულებით);

2. პირიქით, საცეკვაო ხაზის საწინააღმდეგო მიმართულებით (საათის ისრის ბრუნვის მიმართულებით).

ფორმის მხრივ, ეს ფერხული ერთწრიულად და „სართულის“ გარეშე სრულდება. საფერხულო-კომბინირებულ სვლაში ძირითადად გამოყენებული იყო: ჩვეულებრივი სვლა, გვერდზე ფეხის მიდგმით და უკან ფეხმიდგმითი მოძრაობები. საფერხულო სვლის დროს ხელები ქვედაშეხებული იყო და მტევნები ჩაბმული.

სიმღერის ბოლო ფრაზაზე წრე იხსნება და საწყის მდგომარეობას უბრუნდებიან. ფერხულში მონაწილეობს შუახნის ასაკის თხუთმეტი მამაკაცი. მათ მიერ ამ ფერხულის სასიმღერო და ქორეოგრაფიული „ტექსტის“ შესრულება ფოლკლორულ ვარიანტს განეკუთვნება.

ამავე დროს, აღდგომა დღეს აუცილებელი და უპირველესი მოვალეობა იყო და დღესაც არის მიცვალებულთა საფლავის მონახულება. ქრისტიანული მოძღვრების თანახმად, სული ითვლება ღვთაებრივ საწყისად, რომელიც ადამიანს ღმერთთან ანათესავებს, გამოვლინდება გონიერებაში, თავისუფლებასა და უკვდავებაში. მიცვალებულთა მოხსენიების ეს დღე აღსანიშნავი იყო მუსიკითა და გართობებით. სათეატრო სანახაობები საეკლესიო წირვა-ლოცვის შემდეგ იმართებოდა. ქართული მართლმადიდებლური ეკლესია შუა საუკუნეების ევროპის საეკლესიო სანახაობებისაგან განსხვავებით კრძალავდა ყოველგვარ სანახაობას. სწორედ წირვა-ლოცვის შემდეგ იშლებოდა სუფრა და მთელი მრევლი მართავდა ფერხულს.

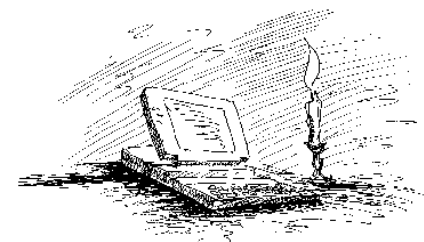
ამგვარად, ზემოთ მოყვანილი მაგალითებით, შეიძლება ითქვას, რომ მედიევსტიკის სამყაროში, ევროპასა და საქართველოში სათეატრო სანახაობები თავის წეს-კანონებს ემორჩილება, თუმცა ამგვარ წარმოდგენებს კათოლიკურ თუ მართლმადიდებლურ მრევლში საკმაოდ დიდი ყურადღება და დრო ეთმობოდა.

1. Eugenio Barba and Nicolas Savarese. A Dictionary of Theatre Anthropology. 2nd edition. London and New York, 2005, p. 175-176.

2. ეუი გროტოვსკი. გამომცემლობა „კენტავრი“, თბილისი, 2008. გვ. 54.

3. Плеснер Х., Ступени органического и человек: Введение в философскую антропологию. <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000877/index.shtml>
4. Eugenio Barba and Nicolas Savarese. A Dictionary of Theatre Antropology. 2nd edition. Lomdon and New York, 2005, p. 128.
5. Gloria K. Fiero. The Humanistic Tradition. Medieval Europe and the world beyond. 3rd edition. New York, 1998, p. 150.
6. იქვე, გვ. 162.

კინოგეგმვა



სამაგისტრო პროგრამა

მსოფლიო კინოს ისტორია

სამაგისტრო პროგრამა კინომცოდნეობაში (MA in Film Studies) მსოფლიო კინოს ისტორიის განხრით ამზადებს კინომცოდნეებს, რომლებიც საფუძვლიანად ითვისებენ საზღვარგარეთის წამყვანი კინემატოგრაფიული ქვეყნების კინოს განვითარების პერიოდებს, ტენდენციებს, მიმართულებებს, თავისებურებებსა და ა. შ., გამოიმუშავენ კრიტიკული აზროვნების უნარს, სათანადო პროფესიულსა და ეთიკურ უნარ-ჩვევებს. პროგრამის აქტუალობა განისაზღვრება ხელოვნების ამ დარგისადმი მზარდი მოთხოვნილებით, სპეციფიკური ცოდნის მიღების სურვილით მომავალი კვლევითი (და შესაძლოა, პედაგოგიური) მოღვაწეობის მაღალ დონეზე წარმართვისათვის.

ხელოვნებამცოდნეობის (კინომცოდნეობის) მაგისტრებს შეუძლიათ კვლევის ჩატარება და ანალიტიკური სამუშაოს შესრულება მსოფლიო კინოს ისტორიის საკითხებზე. მათი სპეციალიზაციის სფეროები მოიცავს როგორც ამერიკული, ისე ევროპული და აზიური კინემატოგრაფიის ისტორიის ცოდნას, მზად იქნებიან იმუშაონ სპეციალობის მიხედვით სხვადასხვა დაწესებულებებში, კვლევით ცენტრებში, მიიღებენ სათანადო კომპეტენციას სპეციალური აკადემიური ლიტერატურის კითხვის, აღქმისა და მისი კრიტიკულად შეფასებისათვის, შეეძლებათ მიღებული განათლების დემონსტრირება, საკვალიფიკაციო ნაშრომის წერილობითი და ზეპირი წარდგენა.

სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი
ხელოვნებამცოდნეობის დოქტორი,
სრული პროფესორი ზვიად ღოლიძე

ოლღა ელიაშვილი

მაგისტრატურის II კურსი

ხელმძღვანელი - პროფ. ზვიად ღოლიძე

განგსტერული კინო

განგსტერულმა კინომ განვითარება პოვა ამერიკის შეერთებულ შტატებში 20-იანი წლების ბოლოს, ამერიკული საზოგადოების სოციალური ცვლილებების საფუძველზე, რაც გამოწვეული იყო 1929-33 წლებში ეკონომიკური კრიზისით. უმუშევრობამ, დანაშაულებების ზრდამ, პოლიციის გამყიდველობამ შვა ფილმები, რომელთა მოქმედი გმირები განგსტერები გახდნენ. ამ ფილმების „გმირები“ უპირისპირდნენ თავის თავს, საზოგადოებას, აღიარებდნენ რა მხოლოდ ძალადობის კულტს. 1931 წელს ეკრანზე გამოდის განგსტერული კინოს ერთ-ერთი პირველი კლასიკური ნიმუში, ჰოუარდ ჰოუკის „ნაიარევი სახე“. ფილმში ასახულია XX საუკუნის 30-იან წლებში, ამერიკაში შექმნილი სიტუაცია და განგსტერული დაჯგუფებების თარეში. ამ პერიოდში განგსტერებმა საზოგადოებაში პოზიციები გაიმყარეს და მათი დაჯგუფებები პოპულარობითაც კი სარგებლობდნენ. 20-იან წლებში ამერიკაში მიღებულმა ე. წ. „მშრალმა კანონმა“ და არალეგალური სპირტიანი სასმელით ვაჭრობამ, განგსტერებს გამდიდრების საშუალება მისცა. ისტორიკოსები შემთხვევით არ მიიჩნევენ ამ კანონს ყველაზე წარუმატებელ სოციალურ ექსპერიმენტად. განგსტერულმა საზოგადოებამ ეს ამბავი მიიღო, როგორც ძვირფასი საჩუქარი. შეიქმნა საფუძველი დამნაშავეების საქმიანი შეკავშირების, რომელმაც შვა განგსტერიზმი („Gang“ ინგლისურად ნიშნავს „ბანდას“). განგსტერები აზორციელებდნენ არალეგალურ ბიზნესს, რომლისთვისაც იყენებდნენ ყოველგვარ საშუალებებს, სწორედ ასეთი საშუალება იყო სპირტიანი სასმელების გაყიდვა „იატაკქეშ“. რამდენადაც მთელმა ერმა დაიწყო მათი შესყიდვა, საჭირო გახდა ვისკის არალეგალურ დამამზადებელთა მთელი არმია. კინომ 20-იანი წლების ბოლოს ძირფესვიანად და დიდი ხნით შეითვისა „მშრალი კანონის“ თემა.

კრიმინალური კინოს ისტორია დაიწყო ფილმით „მატარებლის დიდი გაძარცვა“, რომელიც გადაიღო პორტერმა „ედისონის“ კინოფირმაში. ეს იყო იმ ცნობილი პარიზული სენსის რვა წლისთავზე. პორტერის ფილმი გახდა ერთდროულად კინოს ორი მიმართულების

ჩანასახი: განგსტერული ფილმისა და ვესტერნისა. ეს იყო იმ არსებული რეალობის წინააღმდეგ ამბობებული ხმა, რომელიც ასე აწუხებდა ამერიკელ ხალხს.

ამ ჟანრის კინოს ყველაზე ცნობილი ღუეტი იყო: რეჟისორი თომას ინსი და მსახიობი უილიამ ჰარტი. ამ ღუეტის ერთ-ერთი საუკეთესო ნამუშევარია 1918 წელს გადაღებული „რკინიგზის მგლები“. მატარებლის გამარცხის შემდეგ, როცა საქმე ნამდვილ „გაყოფაზე“ მიდგება ბანდიტები ერთმანეთს „დაერევიან“. ეს სუფთა დამანაშავეთა საზოგადოების ზუსტი ჩვენება იყო. უკვე ამჟამად ჩანდა ის, თუ როგორ იხვეწებოდა და ვითარდებოდა განგსტერული კინო, როგორც დამოუკიდებელი სუფთა ამერიკული კინოჟანრი.

1929 წელს მსოფლიოში დაიწყო ეკონომიკური კრიზისი, რომელიც, რა თქმა უნდა, ამერიკასაც შეეხო. ეს კრიზისი ამერიკის ისტორიაში „დიდი დეპრესიის“ სახელითაა შესული. გიგანტური ქვეყანა, რომელიც ეკონომიკური აღმავლობის ზენიტში იყო, კატასტროფულ მდგომარეობაში ჩავარდა, ბანკები გაკოტრდნენ, დაიწყო მასობრივი უმუშევრობა, შიმშილი, ხალხი პანიკამ მოიცვა, გაიზარდა დანაშაულთა რიცხვი. სწორედ ამ ყველაფრის ფონზე განგსტერულმა ცხოვრებამ არნახული აღმავლობა განიცადა და ლოგიკურია, რომ კინომატოგრაფის მთავარ თემად იქცა. სწორედ ამ პერიოდში რამდენიმე წლით პოპულარულები გახდნენ ე. წ. „სოფლის ბანდიტები“: ჯონ დილინჯერი, „კიდ“ ნელსონი, ბონი პარკერი და სხვ.

1931 წელს პოლიუდში გადაიღეს 25 განგსტერული ფილმი: ჯორჯ ჰილის „საიდუმლო ექვსეული“, ჰოუარდ ჰოუქსის „კრიმინალური კოდექსი“, ალფრედ გრინის „იოლი ფული“ და სხვ. ეს ფილმები საკმაოდ დიდი პოპულარობით სარგებლობდნენ.

„მშრალი კანონის“ თემა გავრცელებული იყო უამრავ განგსტერულ კინოში, თუმცა მოგვიანებით როცა ეს კანონი გაუქმდა, 1939 წელს შეიქმნა ერთ-ერთი საუკეთესო ფილმი „ქარიშხლიანი ოციანი წლები“, რომლის რეჟისორი იყო რაულ უოლში. ეს ფილმი გადაღებული იყო მეტად მძიმე პერიოდში – სანამ ჰიტლერი პოლონეთს დაესხმებოდა თავს, ეს მძიმე ყოფა ფილმზეც აისახა.

ამერიკის ისტორიაში ერთ-ერთი პოპულარული ე. წ. „სოფლელი ბანდიტი“ იყო ჩარლზ ფლოიდი, მეტსახელად „ლამაზმანი“. ის იყო ფერმერის შვილი. ალბათ, ნაწილობრივ, ამანაც განაპირობა მისი პოპულარობა. ბანდიტი მარცვადა ბანკებს, რომლებიც ფერმერებს მიაჩნდათ მტრებად, რადგან სწორედ ეს ბანკები ართმევდნენ მათ

ფერმებს გადაუხდელი არენდის სანაცვლოდ. ეს კონცეფცია მოქმედებდა თითქმის ორი ათწლეული. 1960 წელს ჰერბერტ ლედერმა გადაიღო ფილმი „ლამაზმანი ფლოიდი“. განგსტერულმა ჟანრმა პოპულარობით ვესტერნს, მიუზიკლს და კომედიასაც კი გაუსწრო.

ბანდიტობებისა და მარცხების გახშირებამ გამოიძიების ფედერალურ ბიუროს (FBI) მისცა საშუალება ხელისუფლებისაგან მმართველობის რადიკალური გაზრდის უფლება მიეღოთ. თუ ადრე ცალკეული შტატების სამართალდამცველებს უხდებოდათ სხვადასხვა მარცხებისა და დანაშაულებების გამოძიება, ახლა ამ ყოველივეს FBI ჩაუდგა სათავეში. ამ ციკლის ერთ-ერთი ბოლო და მნიშვნელოვანი ფილმი იყო ჯეიმს ჰორანის 1940 წელს გადაღებული „ბანდის დელოფალი“, სადაც „გოუერის ჯგუფი“ უსწორდება „დელო“ ბერკერის ბანდასა და მის ვაჟებს. ცნობილ მსახიობს ბლანშ ოურკს მისცეს საშუალება ეჩვენებინა თავისი გმირის ხასიათის განსხვავებული მხარეები, საკუთარ ვაჟებზე უზომოდ შეგვარებული ქალის სახე და ამის პარალელურად სხვების მიმართ შეუბრალებელი ქალი.

XX საუკუნის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ფილმი იყო არტურ პენის „ბონი და კლაიდი“. რეჟისორი ფილმს იწყებს ფოტოგალერიის ჩვენებით. მთავარი გმირებისა და მათი ოჯახების სურათები იპყრობენ ეკრანს. მართალია, ამ სურათების დაწვრილებით ნახვა არ ხერხდება კადრების სწრაფი მონაცვლეობის გამო, თუმცა მაყურებელში მაინც სასურველ განწყობას იწვევს. რეჟისორმა ძალზე საინტერესო გმირების სახეები შექმნა: კლაიდი – სიმპათიური ამერიკელი, რომელიც ცოტას კოჭლობს და რომელმაც ციხეში ყოფნისას ფეხზე ორი თითი მოიჭრა, სამუშაოდ რომ არ გაეშვათ. ბონი ოცდაათიოდე წლის ტიპური ამერიკელი გოგოა. ბონის და კლაიდის მომზიბვლელობა და მათი გარეგნობის ურთიერთშეთანხმება აუცილებელი იყო რეჟისორისთვის და ასეც მოხდა, მსახიობებმა არაჩვეულებრივი ეკრანული სახეები შექმნეს. გმირების მიზანი ნათელია – ისინი მიდიან რათა დასაჯონ მდიდრები და დაეხმარონ ღარიბებს, გზადაგზა აწყობენ მრავალფეროვან გემებს. ირკვევა, რომ ბონის არასოდეს სჭერია ხელში იარაღი და კლაიდი ასწავლის მას სროლას. ეს გაკვეთილი გამოიყურება სრულიად უსაფრთხოდ, ცოტათი ბავშვურ თამაშსაც კი ჰგავს და არაფრით არ წინასწარმეტყველებს ყოველივე იმ საშინელებას, რაც მოგვიანებით მოხდება. ეს უკვე კლასიკური კინოს ტრიუკებია, მაყურებელი ნათლად ხედავს, როგორ იხვეწება და ვითარდება განგსტერული კინო.

საკმაოდ საინტერესო ისტორია მოყვა ლოურენს შილერმა ფილმში „ჯგალათის სიმღერა“ (1982). რეჟისორმა ეკრანზე გადაიტანა ის, რაც გადახდა თავს 1976 წელს ვინმე გერი დილმორს. თორმეტწლიანი სასჯელის შემდეგ გმირი გადის თუ არა ციხიდან, ერთდროულად ორ მკვლელობას ჩაიდენს. ის კლავს პატარა მაღაზიის მფლობელს და სასტუმროს ადმინისტრატორს, თუმცა ფულს, რომელსაც ის ეძებს, ვერ მიიღებს: ორივეს სალაროში მხოლოდ რამდენიმე დოლარი უდევს. იგი, რა თქმა უნდა, დაუყოვნებლივ დააკავეს და სამუდამო პატიმრობა მიუსაჯეს. აი, აქ იწყება ყველაზე მთავარი – გმირმა მოითხოვა, რომ ის სიკვდილით დაესაჯათ.

განგსტერული კინოს ერთ-ერთი საუკეთესო ნიმუშია „ნათლიმამა“, რაშიც ნათლადაა ნაჩვენები პრობლემა, რომელსაც სამართალდამცავები ვერ უმკლავდებოდნენ. ვიტო კორლეონე ძალაუფლების ხელში ჩასაგდებად ძარცვავდა და კლავდა ხალხს. ახალგაზრდა განგსტერების შეჩერება სამართალდამცველებს ასე თუ ისე ძალუბთ, რადგან ისინი ამ ქმედებას თავად ახორციელებენ. სულ სხვა შემთხვევაა თუ საქმე ეხება „დონს“, რომელმაც შექმნა თავისი დიდების პირამიდები. იგი ჩაცმულია მკაცრ საქმიან კოსტუმში და არასოდეს უწევს ხმას, წარმოუდგენელია იარაღით ხელში ემუქრებოდეს სხვას. მარლონ ბრანდო ინტერვიუში ამბობს, რომ „დონ კორლეონე არის ჩვეულებრივი საქმიანი მაგნატი, რომელიც ისწრაფვის მიაღწიოს ყველაფერს თავისი ჯგუფისა და ოჯახისათვის“. ამ ფილმის წარმატების შემდეგ, განგსტერების თემა ძალზე პოპულარული გახდა: ამას მოჰყვა ამ ჟანრის ფილმების მთელი ნაკადი: სიდნი ლიუმეტის „ქალაქის უფლისწული“ (1981) და „განაჩენი“ (1982), სერჯო ლეონეს „ერთხელ ამერიკაში“ (1984), ბრაიან დე პალმას „ხელშეუხებელნი“ (1987) და სხვ.

1983 წელს ბრაიან დე პალმამ შესთავაზა ალ პაჩინოს ეთამაშა ჰოუქსის ფილმის „ნაიარევი სახის“ „რიმეიქში“. ამ ახალ ფილმში შემორჩენილი იყო ძველი ფილმის მოტივები, თუმცა მას არანაირი კავშირი არ ჰქონდა ალ კაპონესთან. სისხლისმღვრელი ჩიკაგოელი განგსტერი შეცვლილი იყო კუბელი ემიგრანტით, რომელსაც იგივე სახელი ერქვა, როგორც ჰოუქსის ფილმის გმირს, ხოლო არალეგალური ალკოჰოლით ვაჭრობა კი შეცვლილი იყო ნარკობიზნესით. „ნაიარევი სახე“, შეიძლება ითქვას, რომ არის ჟანრის კლასიკური ნიმუში, ყველა იმ პირობასა და მოთხოვნას პასუხობს, რაც ამ ჟანრის თავისებურებას წარმოადგენს: განგსტერების

ჩაცმულობა ერთნაირი, მკაცრი და ელევანტურია, ნარკოტიკები, იარაღით ვაჭრობა, სროლა, ბევრი სისხლი, გამდიდრებისა და განდიდების სურვილით შეპყრობილი გმირები, შიში, შური, უნდობლობა, ღალატი, ცდილობენ თავად არ მიეტანონ საწამლავს, რომლითაც სხვებს წამლავენ, მაგრამ ხშირად სურვილი აკრძალვავს ძლიერი ზდება და თავად ზდებიან მსხვერპლნი. ამრიგად, ფილმი მოგვითხრობს ორგანიზებულ დანაშაულებრივ სამყაროზე და კანონდამრღვევთა ჯგუფზე, რომელთა ცხოვრების წესი, რომელსაც თავადვე აღგენენ, მკაცრი და დაუნდობელია.

თანამედროვე ამერიკული კინოს რეჟისორი მარტინ სკორსეზე თავისი შემოქმედების ძირითად თემას განგსტერების ცხოვრებას უძღვნის. მისი ერთ-ერთი პირველი განგსტერული ფილმია „ბნელი ქუჩები“. ამ ფილმით რეჟისორი იწყებს ნიუ-იორკის განგსტერების ცხოვრების აღწერას. როდესაც „ბნელი ქუჩები“ გამოვიდა და რეჟისორმა ფრენსის ფორდ კოპოლამ ნახა ფილმი, რომელიც იმ დროს მუშაობდა თავისი ცნობილი ფილმის „ნათლიმამას“ გაგრძელებაზე და ეძებდა მსახიობს ახალგაზრდა დონ კორლეონეს როლისთვის, დაუყოვნებლივ აიყვანა დე ნირო ამ როლზე. „ნათლიმამას“ სერიები შეიძლება ითქვას ათწლეულის საუკეთესო განგსტერულ ფილმად იქცა.

რაც შეეხება სკორსეზს შემოქმედებას, ის შემდგომშიც იღებს მთელ რიგ განგსტერულ ფილმებს: „კარგი ბიჭები“, „კაზინო“ და სხვ.

როგორც არ უნდა იყოს, დღესდღეობით ორგანიზებული დანაშაული ერთ-ერთი ყველაზე მტკივნეული, ტერორიზმთან გათანაბრებული მსოფლიო პრობლემაა. ამერიკაზე საუბრისას ზედმეტია იმის მტკიცება, თუ ვის ეკუთვნის ამ პრობლემის შექმნა იტალიელებს თუ „იანკებს“, მით უმეტეს, რომ ამ საქმეში ორივეს აქვს გამოცდილება. 2002 წელს მარტინ სკორსეზემ გამოუშვა ფილმი ეპოპეა „ნიუ-იორკის ბანდები“, რომელშიც ნათლად ჩანს, რომ ყველა დროს ჰყავდა თავისი დამნაშავეები, მაგრამ ნამდვილი პროფესიონალური განგსტერიზმის ისტორია მოგვიანებით დაიწყო – დაახლოებით პირველი მსოფლიო ომის შემდეგ.

შემოქმედებითი კოდების შემქმნელი უილიამ ჰეისი თავის მემუარეებში წერდა: „განგსტერული კინოს ციკლი გაჩნდა იმიტომ, რომ განგსტერის კულტი ჟურნალისტიკაში იყო მთავარი დიდი ხნის განმავლობაში, მაგრამ ამ ფილმებით საზოგადოებას კი არ

ეუბნებოდნენ, რომ ისინიც ასე უნდა მოქცეულიყვნენ, არამედ მაყურებელი ფილმის პირველივე ეპიზოდებიდან გრძნობდა, რომ რაც არ უნდა ენახა მთელი ფილმის განმავლობაში, იყო უკანონო, არასწორი და უბრალოდ არაადამიანური“.

განგსტერული კინოჟანრი მაყურებელს, რომელიც ყოველთვის მაქსიმალურად კატეგორიული და მომთხონია, აძლევს საშუალებას თავად დაინახოს ის სისასტიკე, შური, შიში და ა. შ., რაც ამ დაჯგუფებების წევრებს შორის არის. ეს ფილმები, უმეტესწილად, არათუ პროპაგანდას უწევს განგსტერულ დაჯგუფებებს, არამედ პირიქით საკმაოდ ანტიპროპაგანდისტულია, რადგან აშიშვლებს მაყურებლის წინაშე იმ მანკიერ მხარეებს, რომელიც ასეთ ცხოვრებას მოსდევს, ანუ, მაყურებელს შეუძლია აირჩიოს და გაითვალისწინოს მოსალოდნელი შედეგები.

კინოფანტასტიკის ეპოლუციის პროცესი

სიტყვა „ფანტაზია“ ძველბერძნული წარმოშობისაა და „წარმოსახვის ხელოვნებას“ ნიშნავს, იგი ფანტასტიკურ სიუჟეტზე აღზრდილი მაყურებლის ცნობიერებაში არარეალურთან, გამონაცონთან, ფიქციასთან ასოცირდება.

ხელოვნების განვითარების ისტორიაზე თვალის ოდნავი გადავლება საკმარისია იმის შესამჩნევად, რომ ფანტასტიკური ჟანრი ერთ-ერთი წამყვანია, რომელიც ასაზრდოებდა მითოლოგიას, ლიტერატურას, თეატრს, ფერწერას. ამიტომ, არ უნდა გაგვიკვირდეს, რომ მისით კინემატოგრაფი დაბადების ადრეული წლებიდანვე დაინტერესდა.

თანამედროვე გაგებით „კინოფანტასტიკა“ თავის დაბადებას ფანტასტიკური ჟანრის ლიტერატურას უნდა უმაღლოდეს, თუმცა, კინოს მთავარი უპირატესობა – გამოსახულების ვიზუალიზაცია არ უნდა დავივიწყოთ, რომელიც კინოს მესვეურებმა თავიანთ სასარგებლოდ გამოიყენეს. ვიზუალური ხერხებით მანიპულირებამ ეკრანს მილიონობით ადამიანი მიაჯახა. ფანტასტიკური ჟანრი ნიჭიერი და წინდანეული ადამიანების ხელში ერთგვარ „ოქროს საბადოდაც“ კი იქცა. იგი თამამად შეგვიძლია მივიჩნიოთ კომერციული კინემატოგრაფიის წინამორბედად.

თუ ათწლეულების ინტერვალთა კინოფანტასტიკის დინამიკურად ცვალებად პროცესსა და მის ევოლუციას დავაკვირდებით, აღმოვაჩენთ, რომ სახელწოდება „კინოფანტასტიკა“ მეტად პირობითი ცნებაა, იგი ხომ თავის თავში უამრავ ექსპერიმენტს, ჟანრთა შერწყმას, გამომსახველობითი ხერხების მუდმივ ცვალებადობასა და მრავალფეროვნებას იტევს. მასზე უდიდესი გავლენა იქონია ლიტერატურაში, ანტიკურ და თანამედროვე მითოლოგიაში, ფილოსოფიას, სოციოლოგიასა და ფსიქოლოგიაში მიმდინარე მთელმა რიგმა პროცესებმა და ცვლილებებმა, გამოეყო სათავგადასავლო ჟანრს, მოახდინა სხვადასხვა ჟანრთან მეტ-ნაკლებად ორგანული შეკავშირება, დროთა განმავლობაში კი დამოუკიდებლად არსებობის უფლებაც მოიპოვა, გახდა იმდენად პოლისტილისტური, რომ რამდენიმე

სუბჟანრიც კი გამოეყო, რომლებიც თავიანთ ფორმებში იმდენად არიან სტილიზებული, რომ ძალაუწებურად, ჟანრებადაც კი მოიაზრებიან.

ყველაფერი კი ლუი ლუმიერის ბანალური, რამდენიმე წუთიანი ფილმ „მექანიკური სახორცი“ დაიწყო, რომელსაც მკვლევრები პირველ ფანტასტიკურ ფილმადაც კი მოიაზრებენ (სურათის სიუჟეტი შემდეგნაირია: ეკრანზე ნაჩვენებია ელექტრონული ხორცსაკები მანქანა, რომელშიც ცოცხალი გოჭები ხტებიან და იქიდან სოსისებად ქცეულები გამოდიან).

კინოფანტასტიკის ქვეჟანრებია: სამეცნიერო ფანტასტიკა, საშინელებათა ფილმი, ე. წ. **“Horror”**, ფენტეზი, ფანტასმაგორია, კიბერ-პანკი, ნეო-გოთიკა და სხვ. განვმარტოთ თითოეული მათგანი: **ს ა მ ე ც ნ ი ე რ ო ფ ა ნ ტ ა ს ტ ი კ ა** – მთავარი მახასიათებელი: მოქმედების მიმდინარეობა სხვა განზომილებაში, სადაც წაშლილია თანამედროვეობა და ისტორიული დრო, თუმცა, მოკლებულია ყოველგვარ მისტიკურ – მაგიურ ელემენტს.

ფ ე ნ ტ ე ზ ი – სათავეს იღებს XX საუკუნის პირველ ათეულში ფანტასტიკური ჟანრის ლიტერატურისგან. ამ ციკლის ფილმებში დომინანტია მითოლოგიური, ზღაპრული სიუჟეტი, რომელსაც ბევრი აქვს საერთო ისტორიულ-სათავგადასავლო რომანთან. ფენტეზის გმირები არიან დრაკონები, გნომები, ურჩხულები... აქ ყველაფერი, მითის მსგავსად, დაშვებაზეა დაფუძნებული, როგორც კი წარმოვიდგენთ, რომ ის, რასაც თვალს ვადევნებთ ფიქციაა, ნაწარმოები თავის მხატვრულ ღირებულებას კარგავს. **ს ა შ ი ნ ე ლ ე ბ ა თ ა ფ ი ლ მ ი** – მთავარი მახასიათებელი: მაყურებელში შიშის გრძნობის გაღვივება, შიშის უშუალო განცდა, მასთან ძალიან ახლოს დგას **ტ რ ი ლ ე რ ი**, „Trill“ ინგლისური სიტყვაა და „ჟრუანტელს“ ნიშნავს, მაგრამ განსხვავება ისაა, რომ თუ საშინელებათა ფილმში მთავარი შიშის უშუალო განცდაა, ტრილერში დომინანტი შიშის მოლოდინია;

ფ ა ნ ტ ა ს მ ა გ ო რ ი ა – მომდინარეობს ძველბერძნული სიტყვიდან და „მოჩვენებას“ ნიშნავს. ეს არის ფილმი არამიწიერ, ზეციურ არსებებზე და ძალიან ახლოს დგას XX საუკუნის ფერწერაში ფართოდ გავრცელებულ აბსტრაქციონიზმთან. ზემოთ ჩამოთვლილი თითოეული ქვეჟანრის საერთო მახასიათებელია გამოგონილი რეალობის, ფიქციის რეპრეზენტაცია ფანტასტიკური ხერხებისა და სპეცეფექტების საშუალებით. სპეცეფექტის „გამომგონებლად“ კი

კინოს ერთ-ერთი პიონერი, ფრანგი ჟორჟ მელიესია მიჩნეული, რომელმაც თავის მოკლემეტრაჟიან ფილმებში გამოკვეთა ის თემები, რომლებსაც მოგვიანებით არა ერთხელ შეხვდებიან ევროპული და ამერიკული კინემატოგრაფი. კინოკრიტიკოსები მიიჩნევენ, რომ ჟორჟ მელიესის პირველი ფანტასტიკური ჟანრის ფილმია „ეშმაკის გასაღები“ (1896), რომლის ქრონომეტრაჟი ორი წუთია, სიუჟეტი კი შემდეგი: ეკრანზე ადამიანი ქრება და ჩნდება.

ფანტასტიკური ჟანრის ფილმებით მაყურებლის დაინტერესებამ კიდევ ერთხელ ცხადყო ადამიანის სწრაფვა ყოველგვარი ამოუცნობისადმი. მართალია, კინოფანტასტიკის დიდი ნაწილი გასართობია და ინტელექტუალური მაყურებლის ინტერესს ვერ აკმაყოფილებს, მაგრამ არსებობს ამ ჟანრის კლასიკაც, რომელიც შეიქმნა ისეთი გენიოსების მიერ, როგორებიც არიან: სტენლი კუბრიკი (ფილმში „კოსმოსური ოდისეა – 2001 წელი“, რეჟისორმა სამეცნიერო ფანტასტიკა ერთგვარ ფასადად გამოიყენა, რომლის მიღმაც კაცობრიობის ისტორიაში ყველაზე დიდი სიგიჟე – ხელოვნური ინტელექტი და მისი უარყოფითი მხარეები იმალება).

ეუდი აღენი გენიალური ფილმით „მძინარე“, რომელიც, ერთდროულად ჟანრის სატირაც არის და ერთ-ერთი აქტუალური პრობლემის რეპრეზენტაციაა ახდენს: ადამიანის გაუცხოება თანამედროვე ინდუსტრიულ სამყაროსთან კინოსურათის მთავარი თემაა; რომან პოლანსკი, რომელმაც ფანტასტიკურ ჟანრში ორი ფილმი შექმნა: „როზმარის ჩვილი“ და „კამპირთა მეჯლისი“; ფანტასტიკური ჟანრის კლასიკოსად, „კინოს სტივენ კინგად“ აღიარებული სტივენ სპილბერგი, რომელმაც სათავგადასავლო-მისტიკურ-ფანტასტიკური ფილმებით კინოეპოქა შექმნა; 70-იანი წლების საკულტო რეჟისორი ჯორჯ ლუკასი, გახმაურებული „ვარსკვლავური ომებით“, რომელმაც ფილოსოფიურ-ფსიქოლოგიური სამეცნიერო ფანტასტიკით გაითქვა სახელი, რეჟისორმა ვიზუალური ხერხების საშუალებით ახალი რეალობა შექმნა. ამასთანვე მოხდა პირველი როლთა გაცვლა სქესთა შორის: თუ 30-იანი 50-იანი წლების კინოფანტასტიკის მთავარი გმირები მამაკაცები იყვნენ, „ვარსკვლავურ ომებში“ სიგურნი უივერის გმირი საპირისპირო სქესის ერთგვარი რისხვა ხდება. აქ ქალი თავდამსხმელია, მამაკაცი კი მსხვერპლი, რაც, ბუნებრივია, 60-70-იან წლებში ფემინისტური ორგანიზაციების უდიდესი პოპულარობითა და საზოგადოებრივ ცხოვრებაში ქალის როლის ზრდითაა გამოწვეული; 80-იანი წლების

ერთ-ერთი წარმატებული რეჟისორი ჯეიმს კამერონი, რომელმაც „ტერმინატორის“ სერიებით საკმაოდ სერიოზული მეტაფორა შექმნა: ხელოვნური და ბუნებრივი ინტელექტის დაპირისპირება, რომელიც თანამედროვე ცივილიზაციის ერთგვარ სიმბოლოდაც კი აღიქმება; ინტელექტუალური კინოს მწვერვალადაა მიჩნეული ანდრეი ტარკოვსკის ორი ფილმი: „სოლარისი“ და „სტალკერი“, რომლებიც ფანტასტიკურ ჟანრშია გადაწყვეტილი.

ამ ყველაფრის პარალელურად არსებობდა ფილმიდან ფილმში მექანიკურად გარდამავალი ბანალური სიუჟეტები, რომელთა ტალღა 30-იანი წლების დასაწყისიდან აგორდა და დღემდე აქტუალურია, იმდენად აქტუალური, რომ ზოგჯერ სხვადასხვა ათწლეულში ერთი და იმავე ფილმის რემეიკებიც კი იქმნებოდა, მაგალითად: „დრაკულა“ – ბრემ სტოკერის ამავე სახელწოდების გახმაურებული რომანის ეკრანიზაცია. რომანის მთავარ ღირსებად უნდა ჩათვალოს ის ფაქტი, რომ მან შეუწყო ხელი შექმნილიყო ქრესტომათიული სახე არისტოკრატი ვამპირისა, რომელიც შავ ლაბადასა და „შლაპაშია“ გამოწყობილი და ღამდამობით სისხლს სწოვს ადამიანებს. მეორე პოპულარული სიუჟეტი იყო მერი შელის გოტიკური რომან „ფრანკენშტაინის“ ეკრანიზაცია. ასევე, „კინგ კონგი“, „უჩინარი ადამიანი“, „მუშია“ და სხვ. ...

80-იან წლებამდე ევროპული და ამერიკული კინოფანტასტიკა მკვეთრად იმიჯნება ერთმანეთისგან. ევროპული ფანტასტიკა უფრო დახვეწილი, ინტელექტუალური, მრავალპლასტური და მხატვრული თვალსაზრისით უფრო მეტად ღირებულია, მაშინ, როდესაც თუ მცირე გამოწვევებს არ ჩავთვლით, ამერიკული კინოს მთავარ საზრდოს მოზარდი თაობისთვის განკუთვნილი საჟურნალო და საგაზეთო კომიქსები წარმოადგენს, რომლის მთავარი გმირები არიან: სუპერმენი, ბეტმენი, ნაითმენი და სხვა არამიწიერი არსებები და მითოლოგიზირებული გმირები.

გერმანული კინოექსპრესიონიზმისთვის ფანტასტიკა პოლიტიკური მეტაფორა ხდება, ფრანგული კინოავანგარდისთვის – ექსპერიმენტების, შემოქმედებითი ძიებებისა და ახალი კინოენის ფორმირების მცდელობა, ჟან კოკტო ფილოსოფიურ-ფსიქოლოგიური მოტივების რეპრეზენტაციას ახდენს მითოლოგიურ ტრილოგიაში „ურჩხული და მზეთუნახავი“ (1948), „ორფეოსი“ (1950) და „ორფეოსის ანდერძი“ (1960). ფრანგულმა „ახალმა ტალღამ“, კერძოდ, საკულტო რეჟისორმა ჟან ლუკ გოდარმა ფილმით „ალფავილი“ ტირანი მმართველისა და

კომპიუტერული ტექნიკის საშუალებით მართული სამყაროს მოდელი შემოგვთავაზა, სადაც ყველაფერი ადამიანური უარყოფილია, აქ დანაშაულად არის მიჩნეული რომანტიზმის ყოველგვარი გამოვლინება, პოეზია, სიყვარული... მთავარი გმირი კი ყველაფრის შეცვლას დიქტატორის ქალიშვილის, ნატაშას დახმარებით ცდილობს; ფრანსუა ტრიუფომ კი ფილმით „4500 ფარენჰეიტით“ გვიჩვენა, როგორ ანადგურებს ტელევიზია წიგნის კითხვის სურვილს. აპათიური, გაუცხოებული სამყაროს შექმნა ფანტასტიკური ხერხების საშუალებით ორივე რეჟისორს ბრწყინვალედ გამოუვიდა.

80-იანი წლებიდან ევროპული კინოს კრიზისი იწყება, მართვის სადავეებს ხელში პოლივუდი იღებს, ევროპელი კინორეჟისორების დიდი ნაწილიც პოლივუდში გადადის და იქ განაგრძობს მოღვაწეობას.

90-იანი წლებიდან კინოში აქტიურად იჭრება კომპიუტერული ტექნიკა, რომელიც ახალი სუბჟანრის, კიბერ-პანკის დაბადებას განაპირობებს. ეს არის ფილმები შორეულ მომავალზე, სადაც მთავარი პრობლემა პოსტ-ინდუსტრიული ანტიუტოპიაა, რომელიც მომავალ საზოგადოებას აღწერს, როგორც ქარიშხლიან სოციალურ-კულტურულ ცვლილებებს შეწირულ და სულიერად დასახიჩრებულ კასტას, სადაც ხელოვნური არსებები – რობოტები, მანქანები, მონსტრები – თავიანთი შემქმნელის წინააღმდეგ გამოდიან. კიბერ-პანკში მთავარი კომპიუტერული გრაფიკის საშუალებით შექმნილი რეალობაა. ამავე პერიოდში ჩნდება ნეოგოტიკური, აპოკალიფსური და პოსტ-აპოკალიფსური სიუჟეტები. ნეოგოტიკა აგებულია კლასიკური გოტიკური რომანის სტილში, რომელსაც კომპიუტერული გრაფიკა სრულყოფს. აპოკალიფსური და პოსტ-აპოკალიფსური სიუჟეტები კი საუკუნის ბოლოსთვის, 2000 წლის მისადგომებშია აქტუალური.

სიტყვა ჟანრი ფრანგული წარმოშობისაა და „გვარს“, „ტიპს“ ნიშნავს. კინოფანტასტიკა ერთ-ერთი მძლავრი ჟანრია ხელოვნების ყველაზე ახალგაზრდა დარგისა, რომელმაც თავისი არსებობის მანძილზე ურთულესი გზა გაიარა. იყო სტერეოტიპული, ექსპერიმენტული (ერთ-ერთ მთავარ ექსპერიმენტად უნდა ჩათვალოს 30-იან წლებში კინოში ხმის მოსვლის შემდეგ შექმნილი დეივიდ ბატლერის მიუზიკლი „მხოლოდ წარმოდგინეთ“, რომელიც მიუზიკლთან ერთად ფანტასტიკის ელემენტებსაც შეიცავს); ნოვატორული, გამაღიზიანებელი, აგრესიული, ზოგჯერ იაფფასიანი და ზოგჯერ ინტელექტუალური, მაგრამ ძალიან საინტერესო და ყოვლისმომცველი.

სამაგისტრო პროგრამა

თანამედროვე კინოთეორიები და კრიტიციზმი

სამაგისტრო პროგრამა კინომცოდნეობაში (MA in Film Studies) თანამედროვე კინოთეორიები და კრიტიციზმის განხრით გამოიწვევს მოამზადოს კინომცოდნე, რომელიც იცნობს თანამედროვე ტენდენციებს მსოფლიო კინემატოგრაფიაში, ფლობს თანამედროვე კინოკვლევის მეთოდებს და შეუძლია მათი გამოყენება კონკრეტული კინომოვლენის ანალიზისას. პროგრამის აქტუალობა განისაზღვრება იმ ვითარებით, რომ საბჭოთა კინომცოდნეობა არსებული პოლიტიკური ვითარების გამო წლების განმავლობაში მოწყვეტილი იყო მსოფლიო კინომცოდნეობაში და კულტუროლოგიაში მიმდინარე პროცესებს. საბჭოთა კინომცოდნეობა კინემატოგრაფიულ პროდუქციას ძირითადად იკვლევდა თემატურ-სიუჟეტური და იდეოლოგიური კუთხით, ნაკლებად შეისწავლიდა კინემატოგრაფიული ენის სპეციფიკას, სტრუქტურას, რეცეპციის კანონებს და ა.შ.

პროგრამის მიზანია სტუდენტს გააცნოს კულტურის სფეროში მიმდინარე გამოტოვებული ეტაპები, უფრო გაღრმავებულად შეისწავლოს კინოს თანამედროვე თეორიები და მასზე დაფუძნებული ფილმის კვლევის მეთოდები ზოგად კულტურულ კონტექსტში.

კურსის გასრულების შემდეგ მაგისტრი გაეცნობა კულტურის სფეროში არსებულ ყველა ძირითად თეორიას, რომელიც შეისწავლის კინემატოგრაფს; შეეძლება ამ თეორიებზე დაყრდნობით ზოგად კულტურულ კონტექსტში განათავსოს ესა თუ ის კინონაწარმოები და მიღებული თეორიული ცოდნა გამოიყენოს კონკრეტული კინონაწარმოების ანალიზისას; მიღებული ცოდნის საფუძველზე კურსდამთავრებულს შეუძლია იმუშაოს ტელევიზიებში, კინოწარმოებაში რედაქტორად, ჟურნალ-გაზეთებში, ინტერნეტ გამოცემებში კინოკრიტიკოსად, კინოჟურნალისტად, მაგრამ ამავე დროს, კურსის თეორიაზე უპირატესი ორიენტაციის გამო გააგრძელოს სწავლა დოქტორანტურაში და ჩამოყალიბდეს კინოს (და ზოგადად კულტურის) მკვლევარად და უმაღლესი სკოლის პედაგოგად

სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი
ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი,
ასოცირებული პროფესორი მანანა ლეკბორაშვილი

რუსუდან პაპუნაშვილი

მაგისტრატურის II კურსი,
ხელმძღვანელი პროფ.: მანანა ლეკბორაშვილი

ქალის რეპრეზენტაცია ფრანკისტული მსჯანმეთის პერიოდის კინემატოგრაფიაში

ესპანეთის კინემატოგრაფიის ისტორიაში მეტად მნიშვნელოვანი პერიოდია სამოქალაქო ომის (1936-1939) შემდგომი წლები. პირველ ეტაპს, რომელსაც მე განვიხილავ (1939-1943) ახასიათებს ნაციონალურისა და ფოლკლორული ჟანრების შერწყმა, რაც უკვე არსებობდა რესპუბლიკის იმდროინდელ მუსიკალურ და ტრადიციულ (costimbrista) „ესპანიზმებში“.

არ არსებობს კინოზე უფრო პოპულარული და პედაგოგიური ხერხი ნაციონალური იდეების გასავრცელებლად. ომის შემდგომ კინოპროდუქციას, რომელიც CIFESA-ს მიერ სახელმწიფოს პატრონაჟით იმართება, მკვეთრად გამოხატული პროპაგანდისტული ფუნქციები აქვს. CIFESA 1932 წელს ვალენსიაში ფუძნდება და მისი მიზანია „გააქსპანუროს“ 30-იანი წლების კინო, განამტკიცოს რასობრივი გამორჩეულობის გრძნობა და გააღრმავოს პატრიოტიზმი. ეს არის პირველი მცდელობა პოლიეულის მაგალითზე დაყრდნობით მოწესრიგდეს ხმოვანი კინოს ინდუსტრია. პოლიტიკურად ის კონსერვატორთა და მემარჯვენეთა ფრთის იდეოლოგიურ ინტერესებს ექვემდებარება.

CIFESA-მ მუსიკალური ჟანრის „ესპანური სტილი“ გადააქცია ავტონომიურ დამოუკიდებელ ჟანრად და წინ წამოსწია რასობრივი ღირებულებები, ეროვნული წეს-ჩვეულებები და ფოლკლორი. ესპანური რესპუბლიკის წლებში CIFESA-ს კინემატოგრაფიული პროდუქცია თითქმის მთლიანად შემოიფარგლებოდა კომედიით და სოფლის დრამით, რომელთაც, გამონაკლისის გარეშე, აერთიანებთ შემდეგი ელემენტები: რელიგია, ისტორიული იდილია კლასებს შორის და ისეთი არქაული მორალური ნორმები, როგორიცაა ღირსება – ტრადიციულად, მისი მატარებელი ქალია. ესპანურობა ქალში ისხამს ხორცს, ის ტრადიციებისა და ერის ერთობას, რასობრივ სიწმინდეს ასახიერებს.

იმ ესპანეთში, რომელიც „ღიად ეროვნულ მოძრაობაში“ იკვეთება, პოლიტიკური იდეები აღმოცენდება მხოლოდ ერთიან და ღიად

სამშობლოს იდეალებზე. ევროპული ფაშისტური დოგმების მსგავსად, ესპანეთშიც იდეოლოგიური შეთავაზება ემყარება „ესპანშიზმის“ ცნების ხელახალ განსაზღვრას, იმპერიული წარსულის ფალსიფიკაციასა და ყოველივე იმის დათრგუნვას, რაც ნაციონალური გრძნობების შეურაცხყოფად ითვლება. ნაციონალისტურ-სინდიკალისტური სქემა სამ ძირითად კანონს გამოყოფს: ოჯახი, მუნიციპალიტეტი – სინდიკატი და ისტორიული წყობა, რომლის მამოძრავებელი ძალაც არის სამშობლო და ეკლესია. ეს სქემა იქცევა ესპანელი ერის სახელმძღვანელოდ დროსა და სივრცეში: „ესპანეთითა და ესპანელობით სიამაყე მაშინ დაგეუფლებათ, როდესაც სრულად გააცნობიერებთ ჩვენი ხალხის მეორე განხორციელებულ მისიას წარსულში, და იმას თუ რა აქვს მას გასაკეთებელი მომავალში“ (ციტ. სანჩეს ლოპესის ნაშრომიდან: „ესპანელი ქალი, ბედის აჩრდილი“).

კინოს „გაეგსპანურების“ პროექტს მიღწევებიც აქვს ამ პერიოდში მოღვაწე რამდენიმე რეჟისორის წყალობით. ფილმებმა „არაგონელი თავადაზნაურობა“ (1935) და „შავგვრემანი კლარა“ (ან „მორენა კლარა“, 1936), რომლებიც რეჟისორმა ფლორიან რეიმ გადაიღო, წარმოუგენელ პოპულარობას მიაღწია, როგორც ომამდე, ასევე ომის შემდეგ. რასობრივი გამორჩეულობა ორივე ფილმში ქალის ფიგურაშია ჩადებული. არაგონელი ქალის და ბოშა ქალის უბიწოება და სოციალური ღირსება კოლექტიურად არის განხილული, შემდგომ კი საჯაროდ შეწყნარებული ეკლესიის მიერ. ასევე მნიშვნელოვანია ფლორიან რეის ფოლკლორული დრამები: „დოლორესი“ (1940), „დაწყვეტილი სოფელი“ (1942) და „ოროსია“ (1940).

მოდით ვნახოთ, როგორ შეიძლება ფლორიან რეის „დოლორესი“, „დაწყვეტილი სოფელი“ და „ოროსია“ განვიხილოთ ნაციონალისტური მოდელის ვარიანტებად. „დოლორესში“ არაგონიზმი, აღფრთოვანების გამოძწევი დეკორაცია და რასობრივი გამორჩეულობა მთელი ესპანეთის თავადაზნაურობას ნიშნავს; ქალის ღირსებაში მთელი ერის ღირსებაა ჩატეული. დოლორესს არც მშობლები ჰყავს, არც ოჯახი და არც სახლი აქვს; იგი მარტოდ ხეტიალობს, არის დამოუკიდებელი და ინარჩუნებს უფლებას თავად აარჩიოს თავყვანისმცემლები და მთხოვნელები.

ფილმის პირველი ნახევარი ქალის დამოუკიდებლობის მოთხოვნის გარკვეული ინტერპრეტაციაა. ერთ-ერთმა მისმა განაწყენებულმა თავყვანისმცემელმა კუპლეტით „თუ წახვალთ კალატაიუდში/

დოლორესი იკითხეთ/ რომელიც ძალიან კარგი გოგოა/და ძალიან დამთმობია“, ეჭვქვეშ დააყენა დოლორესის ღირსება. ქალი ეშმაკობით, სიმტკიცითა და მახის დაგებით იგებს, ვინ იყო ჩირქის მომცხებე კუპლეტზე პასუხისმგებელი და საჯაროდ ითხოვს ღირსების აღდგენას. ღირსების აღდგენა დოლორესის პირადი ინიციატივით, რელიგიური ზეწოლის გარეშე მოხდა. მაგრამ ქალის ძალაუფლება ამით მთავრდება.

ფილმის მამაკაცი პერსონაჟების ანდაზებსა და გამოთქმებში იკვეთება ფრანკოს პერიოდის პატრიარქალური და ქალთმობულე ხასიათი, რომელიც აქარწყლებს მთავარი გმირის მოჩვენებით დამოუკიდებლობას და პრაქტიკულად იმავე ფუნქციას ასრულებს, რასაც რელიგიური სამსჯავრო. ასეთი მაჩისტური აზროვნების წარმომადგენლები თავს უფლებას აძლევენ გამოიყენონ ხალხური გამოთქმები და სიმღერები ქალის დასამცირებლად შემდეგი სიტყვებით „ქალი და ღვინო კაცს ჭკუას აკარგვინებენ“, „არსებობს ქალის ორი სახეობა: ცუდი და უარესი, არა აქვს მნიშვნელობა გათხოვილია თუ არა“, „საყვარელ ქალებს კაცები ჩირქს სცხებენ“, და ა. შ. ამიტომაც „დოლორესში“ სიტყვები: „არავინ მიყვარს და არც კი ვიცი რა არის სიყვარული“ და „შემიწყალე შენ, ჰილარის ღვთისმშობელო“, – არ არის საკმარისი ხალხის წინაშე ღირსების დასაცავად. ეს ღირსება საჯაროდ უნდა იქნეს აღდგენილი ისევ მხოლოდ მამაკაცის მიერ ლექსებისა და საკარნავალო ფარსის მეშვეობით.

სურათში ვიზუალური ასპექტი და სტერეოტიპული რეგიონალიზმი (კოსტიუმები, დიალექტი, ხოტა – ესპ. ცეკვა და სიმღერა) სოფლის გარემოშია ჩარჩენილი. მასში (როგორც ეს მოგვიანებით ხუან დე ორდუნას „არაგონელ აგუსტინაში“ მოხდება) ხოტა სამშობლოს არსის გამომხატველია. ფილმში ერთ-ერთი ხოტის შესრულებისას ასეთ სიტყვებს ვისმენთ: „როდესაც არაგონში ხოტას მღერიან. ხოტა არ არის ხოტა/ არამედ დედაა და სამშობლო.“ დოლორესის რეპუტაციაც (გამოხატული სხვა ხოტის სიტყვებში), არის მშობლიური არაგონის რეპუტაცია, უფრო ზოგადად კი, მთელი ესპანეთის რეპუტაცია: „არაგონის უპირატესობაა მისი ქალების პატიოსნება და მთელი ხალხის ღირსება“.

ხოტაში გაჟღერებული სიტყვები აღადგენენ დოლორესის ღირსებას, ამკობენ მის ქალურ პატიოსნებას და მხოლოდ ფილმის ბოლოს ამხელენ და კიცხავენ ცილისმწამებლურ ხასიათს. „დოლორესის“ მიმართ შეიძლება გამოითქვას ისეთივე კრიტიკული შენიშვნა, რაც

ესპანელმა მწერალმა და ისტორიკოსმა, რომან გუბერნმა მისი წინამორბედის „არაგონელი თავადაზნაურობის“ განხილვისას თქვა: „...პურიტანიზმი და სქესობრივი რეტროგრადობა იმ ქალთა რეალობადაა დასახული, რომელთა თანამოაზრეც თავად ფილმია და ყოველივე ეს მიჩნეულია ნორმალურ და სამაგალითო მოვლენადაც კი“.

1943 წელს ფლორიან რეის „ოროსია“ იმეორებს „დოლორესის“ ზოგიერთ შინაარსობრივ და ფოლკლორულ დებულებებს. მოქმედება ვითარდება მე-20 საუკუნის დასაწყისში, ესპანეთის ერთ-ერთ პატარა სოფელში. ოროსია და ელოი ახალგაზრდა შეყვარებული წყვილია, რომელიც დაქორწინებას აპირებს, მაგრამ ქორწინება არ შედგება დატრიალებული ტრაგედიის გამო – ოროსიას საქმროს მისი თავყვანისმცემელი უკლავს. ქალი გადაწყვეტს შური იძიოს სატრფოს მკვლელებზე.

სურათში თხრობა და ქალის პერსონაჟი მერყეობს პატრიარქალური არსის დარღვევასა და მისთვის დაქვემდებარებას შორის. ოროსია თავისი პრობლემების გადასაჭრელად, ისევე როგორც „არაგონელი თავადაზნაურობისა“ და „დოლორესის“ პერსონაჟები, ცდილობს იყოს დამოუკიდებელი, ურყევი და პატიოსანი. ქალის ხასიათის ამ სტატისტიკური ელემენტების (სტერეოტიპებად ქცეული არქაიზმი და რეგიონალიზმი) ესთეტიკა კიდევ ერთხელ წარმოაჩენს ოროსიას, როგორც გარდამავალ შემაერთებელ რგოლს ტრაგიკულ გმირსა და ქრისტიანულ მოწამეს შორის.

„ოროსია“ ხოტბას ასხამს სოფლის ადამიანების სიწმინდეს ზემო არაგონისა და პირენეების მაგალითზე: ეს რეგიონები წარმოადგენენ ესპანურობის გეოგრაფიულ და სიმბოლურ საზღვარს, რომელიც გამოყოფს და იცავს მას უცხო ელემენტების შემოჭრისაგან. ჟურნალში „პრემიერ პლანო“ თავის სტატიაში ფლორიან რეი ხსნის, თუ რატომ აირჩია ეს გეოგრაფიული ადგილი: „ზემო არაგონი... განსაკუთრებული სამყაროა, იგი შეუვალია, მისთვის უცხოა ყოველგვარი ზეგავლენა. ცხოვრება აქ თითქოს შეჩერებულია და წინაპართა სახეები ბატონობენ, ცხოვრების წესი პატრიარქალურია, მარტივი, ხალხი მეცხოველეობას მისდევს.“

ჟურნალ „პრემიერ პლანო“ 1944 წლის მონოგრაფიულ ნომერში, რომელიც მთლიანად დაეთმო „ოროსიას“ პრემიერას, ერთ-ერთი კრიტიკოსი ხსნის პეიზაჟის სიმბოლურ მნიშვნელობას ამ ფილმში: „ოროსია“ არის ძველი ხალხური შემახილი: „პირენეები ისევ

არსებობენ!“, რომელმაც ესპანურ კინოში შეისხა ხორცი. ის უპირველეს ყოვლისა არის ნაციონალური ფილმი, იმიტომ რომ ეს არის პირენეული ფილმი. ხოლო ესპანეთი, ვალდართ ერთხელ და სამუდამოდ, პირენეებით იწყება... „ოროსია“ ეს არის ესპანური კინოს საზღვარი... „პირენეები ისევ არსებობენ“, „ისევ არსებობს რასის საკუთრებელები!“ (ციტატა სანჩეს ვიდალის ნაშრომიდან „ფლორიან რეის კინო“).

ოროსია პირენეულ გარემოსთან არის შერწყმული. ის ანსოტანოს რეგიონალურ კაბაში გამოწყობილი, ზემო არაგონის ტრადიციებსა და ფოლკლორის სიმბოლოა. ის თავისუფალია მამაკაცის კონტროლისაგან, თავს თავად ირჩენს, უყვარს მწყემსები და მოჯამაგირეები, სოფლის ბოლმასა და ჭორებზე მაღლა დგას. „ოროსიას“ ორიგინალობა იმაშია, რომ აქ სიუჟეტის მამოძრავებელ ძალას ქალის შურისძიება მისი საბოლოოდ სიკვდილით მთავრდება. ფილმის ბოლო კადრებში ჩვენ ვხედავთ ოროსიას, რომელმაც უკვე იძია შური და რომელიც მიეშურება სასაფლაოზე, სადაც მისი საქმროა დაკრძალული. ოროსია ეცემა თავისი რჩეულის, ელიოს საფლავზე. იგი კვლავ ქალწულია, რაზეც საპატარძლო თეთრი კაბა და თავსაბურავი მეტყველებენ.

ფინალურ სცენაში ვხედავთ ელიოს საფლავის ქვის გვერდით ახალ ქვას, რომელზეც ამოტვიფრულია ოროსიას სახელი. შეყვარებულთა გარდაცვალების თარიღებს შორის ექვსი წლის შუალედი მიგვანიშნებს იმაზე, რომ სწორედ ეს დრო დასჭირდა ქალს შურისძიების განსახორციელებლად. მიუხედავად იმისა, რომ სურათში არ არის დროის გასვლის ვიზუალური ნიშნები, სცენარი დამაჯერებლად ამართლებს მთავარი გმირის „ღალატს“ თავისი რჩეულის ხსოვნისადმი. სიკვდილის ქვაზე ამოტვიფრული თარიღი გამორიცხავს თვითმკვლელობას ან შემთხვევით სიკვდილს, რაც გადააქცევდა მას ტრაგიკულ გმირად. ის არის მსხვერპლი ბედისა, რომლის გაკონტროლებაც არ შეიძლება. ასეთი ფინალით ისღა დაგვრჩენია, მივიღოთ ოროსიას სიკვდილი, როგორც მსხვერპლშეწირვა, რადგანაც ის არის ხალხის ღირსების მატარებელი და მას ხვდა წილად პასუხისმგებლობა – ეპოვა სამართალი. ოროსიას მსხვერპლშეწირვა რეჟიმის წარმომადგენელთა ბრტყელ-ბრტყელ სიტყვებს გვაგონებს: „ესპანელი ქალი სუფთა, ქრისტიანი და კეთილი, დაჯილდოებულია მსხვერპლშეწირვის უზარმაზარი უნარით, ის არის ჩვენი სამშობლოს საუკეთესო ტრადიციების ღვთაებრივი საცავი“

(ადოლფო მაილიო, ციტ. სოპენია მონსალვე). მისი შურისძიება სამშობლოს სამსახურს გაუტოლდა, ხოლო სიკვდილმა იგი წამებულებს გაუტოლა და მისი უკანასკნელი დანიშნულებაა შეუერთდეს გარდაცვლილ სატრფოს.

ფრანკისტული სოციალური წყობა იცავს იმას, რასაც სანჩეს ლოპესი „გააფთრებულ ოჯახურობას“ ეძახის და რაც ეფუძნება „ქალის კუთვნილებას სახელმწიფოსადმი (დედა/ოჯახი/ერი)“; „ქალთა საჯარო ერთობის წესების“ შექმნას...“, რომლის უარყოფაც არ შეიძლება, ის უნდა მიიღო და განიცადო“. ეროვნული მენტალიტეტის გადაძვნილი დედა არის ის მთავარი გმირი, რომელსაც ზნეობრიობის მცველის ფუნქციები აკისრია.

ეს დებულება წარმოდგენილია „დაწყველილი სოფლის“ (1942) ხმოვან ვერსიაშიც (ფლორიან რეის „დაწყველილი სოფელი“ 1930 წელსაც აქვს გადაღებული). მასში კონცენტრირებულია და უკიდურესობამდე მიყვანილი ისტორიული ანაქრონიზმი, პერსონაჟების სტერეოტიპიზაცია, ხასიათები და სანახაობრივობის იკონიზაცია, ქალის სიმბოლური და ალეგორიული მნიშვნელობა, რაც აქამდე „დოლორესში“ და „ოროსიაშიც“ იგრძნობოდა, მაგრამ ამჯერად რეჟისორი კონკრეტული პოლიტიკური და რელიგიური პროგრამით ხელმძღვანელობდა: არ დაეშვათ სოფლიდან მოსახლეობის მასობრივი მიგრაცია და აღედგინათ ნაციონალ-კათოლიკური ესპანეთის ღირებულებები.

„წყველ სოფელში“ წინ არის წამოწეული კასტილიური ღირსების ტრადიციული თემა, რათა წარმოჩენილ იქნას „ესპანეთის ისტორიის პარაბოლა უახლესი მოვლენების კრილში“ (სანჩეს ვიდალი). სოფლიდან ქალაქში გადასახლების გარდაუვალობის ფონზე დედა ვალდებულია დარჩეს სოფელში, როგორც გეოგრაფიული კუთვნილების ობიექტი და როგორც სოფლისა და კერის უწყვეტი სიმბოლო. ასეთი ქალისათვის აკრძალულია ზოგიერთი მისი თანამედროვე კინემატოგრაფიული „კოლეგის“ აქტიურობა და მობილურობა. როდესაც იგი განაცხადებს: „მეც მაქვს უფლება ვიშრომო ჩემიანებისათვის“ პასუხად პატრიარქისგან მიიღებს მკვახე „ხმა გაიკმინდე“-ს, რაც მასაც და ჩვენც შეგვახსენებს, რომ ის მხოლოდ უხმო სიმბოლოა. ცაცია აღარად აგდებს ქმრის ბატონობას, გადაუსხვევს მისთვის განკუთვნილი გზიდან და ტოვებს სოფელსაც, ოჯახურ კერასაც, შეილსაც (რომელიც პატრიარქალური ხაზის გამგრძელებელია) და საბოლოოდ ქალაქის ერთ-ერთ ბორდელში აღმოჩნდება. არსებული

წესრიგის დარღვევა და სამშობლოსათვის ღირსების აყრა პატრიარქის სამაგალითო დასჯას და რელიგიურ მონანიებას ითხოვს.

აკაცია, ასე ჰქვია მთავარ გმირს, გზას აცდენილი ქალი და ცუდი დედა, არის მიზეზი იმ წყევლისა, რომელიც სოფელს აწევს და, სიმბოლურად, მიზეზი სამშობლოს შესაძლო დაცემისა. სამაგალითო დასჯა მდგომარეობს საგვარეულო სახლში (სამშობლოში) ჩაკეტვასა და იზოლირებაში. მას ეკრძალება ხმის ამოღება შეილის თანდასწრებით და სოფლიდან გადასახლება. რელიგიური მონანიება ითვალისწინებს ქრისტიანულ გვემას, რის შემდეგაც შესაძლებელია შენდობა. ფენშიშველი მოხეტიალე დედის სახებაზე ფლემბეკით დადებულია წარსულის მოვლენები, რომლებშიც იკვეთება ცოდვის გააზრება, სინანული და მონანიება.

ქრისტიანულმა იკონოგრაფიამ დასკვნით სცენაში სრულიად ჩაანაცვლა რეგიონალური ფოლკლორიკა: ქალი ბრუნდება სოფელში, რათა პატრიარქს შეწყალება სთხოვოს. პატრიარქი მას წყულებიან ფეხებს განბანს, როგორც ეს გააკეთა ქრისტემ მაგდალინელთან მიმართებაში. ამის შემდეგ იგი აბრუნებს აკაციას ოჯახში. ეს ფინალური სცენა ქვაში ამოტვიფრულივით რჩება მეხსიერებაში.

1942 წელს გადაღებული „დაწყველილი სოფელი“ არის ზუსტი მაგალითი იმისა, თუ როგორ გადაწერა და მიუსადაგა ფლორიან რეიმ რესპუბლიკური კონსერვატიულობა ნაციონალურ-კათოლიკურ დებულებებს. ის, რაც 1930 წლის მუნჯი კინოს ვერსიაში ვიხილეთ, იყო პიროვნული გრძნობები და ვნებები, ხმოვან ვერსიაში ჩვენ ვხედავთ არქეტიპებს, ფრანკისტული რეჟიმისთვის მისაღებ სანიშნო ღირებულებებს. „დაწყველილი სოფლის“ „ეროვნული მნიშვნელობა“ მაშინვე იქნა აღიარებული კრიტიკოსების მიერ. იგი შერაცხეს როგორც ფრანკისტული ეპოქის ყველაზე გამომსახველობითი და მნიშვნელოვანი ფილმი.

სოფლის სასწაულებრივი გათავისუფლება მხოლოდ მაშინ გახდა შესაძლებელი, რაც მოღალატე ცოლმა მოინანია ცოდვა. მან გმირულად აიტანა ქმრის, შეუვალი დიქტატორის, სამაგალითო სასჯელი. მოღალატე ცოლი – ისევე როგორც დეკადენტური ეპოქის გზასაცდენილი ესპანეთი, განიბანა ცოდვებისაგან, შეწყდა მასიური მიგრაციის ბნელი ტალღა და სოფლის (კასტილიის, ესპანეთის) თავზე მზის სხივები გამოჩნდა.

1942 წელს გამოშული ზოსე ლუის საენს დე ერედის ფილმის „რასა“ სცენარი თავად ფრანკომ დაწერა, ფსევდონიმით ხაიმე დე

ანდრადე. ის წარმოაჩენს ოჯახს, როგორც ფრანკისტული ერის, ნაციის მეტაფორას და დედობრივ თვითგანწირვას მამის სიკვდილის შემდეგ. ოჯახური წესრიგის შეუცვლელი საყრდენი არის დედა, გაიგივებული დედასამშობლოსთან, რომელიც ორ შვილს, ზუანსა და ზოსეს შორის იხლიჩება. ორივე შვილი ესპანელია, მაგრამ სამკვდრო-სასიცოცხლოდ ებრძვის ერთმანეთს; დედა გაიგივებულია ქალწულ მარიამთან, ზოლო მისი ზოსე, გაიგივებული იესოსთან წითელ ბარბაროსთა მსხვერპლი ხდება. დედის სიკვდილის შემდეგ სამშობლოს აქტიური დამცველები ხდებიან სამშობლოსათვის წამებულის ქვრივი და მისი რძალი. ისინი შესაძლებელს ხდიან ზოსეს აღდგომას და შესაბამისად, მისი ძმის ზუანის პოლიტიკურ ხსნას. ამ ორი ფილმის პერმეტული სტრუქტურა არ იძლევა საშუალებას გასცდეს ქალის სტერეოტიპს: დედა-დედოფალი-წმინდა ქალწული. „რასა“ და „ამერიკის განთიადი“, ალბათ, ყველაზე თვალსაჩინო ნიმუშებია ფრანკიზმის მიერ ისტორიის გადაწერისა.

ამ პერიოდის ისტორიულ სურათებში უხვადაა წარმოდგენილი რეალური თუ გამოგონილი პროტაგონისტი ქალები. ამ ფილმების მიზანია ადადგინოს წარმოსახვითი შიდა იმპერიალიზმი, რაც იქნებოდა კომპენსაცია გარე, გეოგრაფიული იმპერიისა, რომელიც საბოლოოდ დაიშალა. ასეთი ფილმების ჭარბსიტყვიანობა და გახევებული ესთეტიკა ტოლს არ უდებს რეჟიმის რიტორიკას იმპერიის აღდგენის შესახებ ან სამშობლოს დაცვაზე გარეშე მტრისაგან. ისაბელ კათოლიკე, იმპერიული ორწევრის (რწმენის სიწმინდისათვის ბრძოლა და დაპყრობა) სიმბოლო, უკვდავყოფილია ზუან დე ორდუნიას ფილმში „ამერიკის განთიადი“ (1951). იგი ზურავს ზუან დე ორდუნიას ისტორიული ფილმების ციკლს და იმავდროულად წარმოადგენს CIFESA-ს კრიზისისა და დაცემის დასაწყისს.

კასტილიის დედოფალი არის ხატება, რომელიც აერთიანებს რასას, რწმენასა და იმპერიულ მომავალს: „იგი ესპანელი ერის მფარველია, კეთილშობილი ერისა, რომელიც ახალ სამყაროში უნდა გადაინერგოს და განიწმინდოს მავრებისაგან.“ აღსანიშნავია ამერიკიდან დაბრუნებული დედოფლის სიტყვა: „ჩვენ იქ ჩავგაქვს კეთილშობილი სისხლი, რათა განვანათლოთ ესპანეთის ორი კეთილშობილური ოჯახი. ზღვის, მანძილისა და ღრის მიუხედავად ჩვენ ყოველთვის გაგვაერთიანებს ერთი რწმენა და ერთი ენა. ეს იქნება ყველა საუკუნის ყველაზე ლამაზი სასწაული“. კოლუმბის გეგმის წამოწყების ხელშესაწყობად საჭიროა არა მხოლოდ

დედოფლის ინსტიტუციონალური და ეკონომიკური დახმარება, არამედ უბრალო გოგონას, ბეატრისის უანგარო სიყვარულიც, რომელიც მოთმინებით იცდის, რომ გახდეს „დიადი ადამიანის ფერმკრთალი აზრდილი, რომელიც სულ თან დაჰყვება, მაგრამ არ გაწუხებს.“ ქალების კეთილგონიერებისა და თავგანწირვის წყალობით გმირს ბოლომდე მიჰყავს წამოწყებული საქმე, როგორც შენიშნა ისტორიკოსმა ფრანს ფანონმა, ქალი არის სიმბოლური შუამავალი იმ გმირობისა, რომელსაც სჩადის მამაკაცი, ქალი ხდის შესაძლებელს პატრიარქატის ძალაუფლებას ოჯახში, რაც რეპროდუქცირდება ძალაუფლების მილიტარიზაციასა და ცენტრალიზაციაში მთელი ერის მასშტაბით.

ზუან დე ორდუნიას ისტორიული დრამები ერთი სქემის მიხედვითაა აგებული: ესპანეთის დაცვა უცხოელთა შემოტევისგან, იერარქიულობის კანონიერობა, მელოდრამატულობა და რაც მთავარია ქალის ხატი რომელიც წარმოჩენილია როგორც სახე მთელი ესპანელი ერისა.

„სიყვარულისგან გაგიჟებულში“ კასტილიელი დედოფლის, ზუანას, რომელიც შეშლილის ზედმეტსახელით არის ცნობილი, კასტილიური ხასიათი და შეუპოვრობა, რომელიც მას მემკვიდრეობით ერგო დედისგან, კათოლიკე დედოფლისგან და კასტილიელი რაინდების იგივე თვისებები (ისინი იცავენ დედოფალს სიგიჟის ბრალდებისაგან) სიუჟეტურადაც და ვიზუალურადაც კონტრასტში მოდის ფლანდრიული კარისა და მისი მეთაურის ავსტრიის ერცჰერცოგის პოლიტიკურ კორუფციასთან. მას შემდეგ რაც ერცჰერცოგი დაქორწინდა დედოფალ ზუანაზე იგი გახდა ფილიპე I კასტილიელი. ფილმის პირველივე კადრებიდან მეფე წარმოდგენილია როგორც ავხორცი, ამბიციური, მექალონე ადამიანი – მიზეზი დედოფლის „შეშლილობისა“. განსაკუთრებით ხაზგასმულია ის, რომ იგი არის საშიში, რადგანაც ემსახურება უცხოელთა ინტერესებს და „საშიშროებას უქმნის კასტილიელი ხალხის ღირსებას“. სამშობლოს მტრები ფლანდრია და გრანადა (განსახიერებულნი ფლანდრიის მეფესა და მავრ ქალ აღდარაში) შეკრავენ მტრულ ალიანსს. აღდარა არის დედოფლის სრული ანტიპოდი არა მხოლოდ კასტილიურობაში, არამედ პატიოსნებაშიც. დედოფალ ზუანას (მსახიობი აურორა ბაუტისტა) მკაცრი ჩაცმულობა და საქციელი დაპირისპირებულია მავრ აღდარას (მსახ. სარა მონტიელი) გამომწვევობასა და ეგზოტიკურობას.

ერთი მხრივ, დგას დედოფლის სიკეთე და სულგრძელობა, ზოლო, მეორე მხრივ, მავრის სილამაზე და ბოროტება. აღდარა ფილიპე I-ის საყვარელი ხდება, ეს არის შეურაცხყოფა დედოფლისა, რომელიც

კასტილიის ღირსების მატარებელია. „მეფემ ღმერთის მტერთან მილაღატა, არ არსებობს მეტი შეურაცხყოფა ესპანეთის კათოლიკე დედოფლისა“, – ამბობს ხუანა. მისი ინდივიდუალურობა, შეუპოვრობა და ისტერიკა შეფასებულია როგორც „ავადმყოფობა“, გონებრივი აშლილობა და საბოლოოდ კი – სიგიჟე.

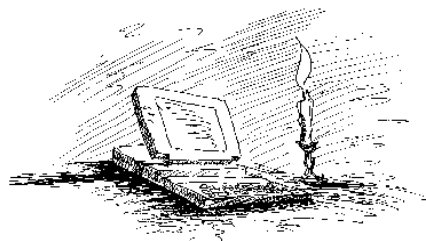
მისი სულიერი მდგომარეობა ჩაცმულობაზეც აისახება: დეკოლტეებს, სამკაულებსა და მზიარულ ფლანდრიულ კაბებს ის ჩაანაცვლებს მკაცრი კასტილიური კაბებით, შავი თავსაბურავითა და ერთი ჯვრით კისერზე. დედოფალი მონაზვნის კაბას იცვამს და დე ლა მოტას ციხე-კოშკში იკეტება. მაგრამ გარკვეული პერიოდის შემდეგ ხუანა ტოვებს ციხე-კოშკს და ცხენზე ამხედრებული მიეშურება ფუნდუკისაკენ, რათა თავად დარწმუნდეს ქმრის ღალატში. ამასთან ის ამჟღავნებს თავის მგზნებარე და დაუოკებელ ლტოლვას მეფის მიმართ, ეს კი მის კათოლიკურ რწმენასა და მკაცრ აღზრდას ეწინააღმდეგება.

კასტილიის კარზე იგი მაშინვე ამყარებს სუფთა ქალურ ურთიერთობებს სეფექალებთან, უპირისპირდება თავის უცხოელ მეტოქეს, საბოლოო ჯამში კი, კასტილიის კარს, რათა დაიცვას საკუთარი თავი და აიცილოს დატყვევება. შურისძიება მეფის ღალატის გამო არის მამოძრავებელი ძალა, რაც აიძულებს დათმოს ქრისტიანული მორჩილება და მოითხოვოს თავისი უფლება გვირგვინზე. ეს ქმედება ღიად ეწინააღმდეგება თვითშეწირვის, მორჩილებისა და ქმრისადმი დაქვემდებარების რელიგიურ პრინციპებს, რასაც ფრანკისტული რეჟიმი და კათოლიკური ეკლესია ითხოვდნენ ქალებისაგან. მეფის სიკვდილის შემდეგ, რაშიც დედოფალი საკუთარ თავს ადანაშაულებს, ხუანა კვლავ გვევლინება ქალად, რომელიც ღირსებას, სამშობლოს სიყვარულსა და ერთგულებას პირველ პლანზე აყენებს.

განხილული ფილმები გვაძლევს ღირებულ ინფორმაციას ქალის წარმოჩინებაზე ფრანკისტულ ესპანეთში, სადაც ის ექსკლუზიურად რეპროდუქციული ფუნქციით არის პოლიტიზირებული. ჩვენ დავინახეთ, რომ დედამშობლოს სიმბოლური ყოფნა გადაფარავს რეალური ქალის არყოფნას (უჩინარობას) ერის სოციალურ და პოლიტიკურ რეკონსტრუქციაში. ამ პროცესში ის პრაქტიკულად არ მონაწილეობს, რადგან ესპანელი ერის სიმბოლური ხატი გამოისახება იდეალიზებული ქალის სახეში, რომელიც არის სიწმინდის, სილამაზისა და ღირსების მაგალითი, მორალისა და ტრადიციების მცველი ის უნდა იდგეს ერის გაგრძელების სადარაჯოზე და იყოს ეროვნული თვითშეგნების

გადამცემი. „ასეთ ესპანეთში“ ფრანკო იგივეა სამშობლოსათვის, რაც მამა ოჯახისათვის: უპირობო ავტორიტეტი, კეთილისმსურველი, მტკიცე ხელი, რომელიც ხანდახან გადამჭრელ ზომებს იღებს შვილების საკეთილდღეოდ. დედობა იდეალიზებულია და მიჩნეულია მოვალეობად სამშობლოს წინაშე, რადგანაც რასობრივი დეგენერაციის შეჩერების გასაღები სწორედ მასში დევს.

კულტურის მენეჯმენტი კულტურის პოლიტიკა



სამაგისტრო პროგრამა

თანამედროვე მენეჯმენტი კულტურასა და სელოვნებაში

სამაგისტრო პროგრამა „ამზადებს სპეციალისტებს ხელოვნებისა და კულტურის მენეჯმენტის სფეროში, რომლებიც შეძლებენ სამეცნიერო და გამოყენებითი კვლევების ჩატარებას; შეძლებენ ასწავლონ მენეჯმენტთან დაკავშირებული დისციპლინები, განახორციელონ ანალიტიკური და საკონსულტაციო სამსახური, შექმნან და უხელმძღვანელონ ორგანიზაციებს, როგორც სახელმწიფო ასევე კერძო სექტორში; განახორციელონ სხვადასხვა ტიპის პროექტები ხელოვნებისა და კულტურის სფეროში.

წინამდებარე პროგრამა საშუალებას აძლევს თითოეულ მაგისტრანტს შეიძინოს და გამოუმუშავოს თეორიული და პრაქტიკული ჩვევები კულტურის მენეჯმენტის სფეროში. ამისათვის კი საჭიროა, რომ მაგისტრანტმა ათვისოს მენეჯმენტის თანამედროვე მეთოდები, განავითაროს პრობლემის იდენტიფიკაციის ჩვევები და სამეცნიერო კვლევის უნარი, შეძლოს გადაწყვეტილების მიღება და მათი რეალიზაცია.

სამეცნიერო კონფერენციაში სტუდენტთა მონაწილეობის მიღება ამ პროგრამის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია. სტუდენტთა მიერ ჩატარებული კვლევის საჯარო აპრობაცია მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს მათ სრულყოფილად დაეუფლონ წერისა და ზეპირი მეტყველების ჩვევებს, რაც, თავისთავად უზრუნველყოფს მომავალში მათი სამეცნიერო-კვლევითი და პედაგოგიური მოღვაწეობის მაღალ დონეს.

კრებულში ასევე წარმოდგენილია სადოქტორო პროგრამა კულტურის პოლიტიკასა და კულტურის მენეჯმენტში, რომელიც ერთ-ერთი პირველია საქართველოში და მთელ ამიერკავკასიაში.

პროგრამის ხელმძღვანელი
დოქტორი, პროფესორი იური მღებრიშვილი

ელენე ბაბაკიშვილი
მაგისტრატურის II კურსი
ხელმძღვანელი - პროფ. იური მღებრიშვილი

სპონსორობის როლი კულტურული ორგანიზაციის პოლიტიკაში

არაკომერციული კულტურული ორგანიზაციები დაფინანსების მხრივ მთელს მსოფლიოსა და მათ შორის საქართველოშიც, საკმაოდ რთულ ვითარებაში აღმოჩნდნენ. სახელმწიფო ყოველწლიურად ამცირებს მსგავსი დაწესებულების ფინანსურ თანადგომას. ზემოთ ნახსენები ორგანიზაციები სხვა ორგანიზაციებისაგან დაფინანსების წყაროების დივერსიფიკაციით განსხვავდებიან. ეს არ არის გასაკვირი, ვინაიდან რთულია კონკურენცია გაუწიო მოსახლეობისათვის სოციალურად აქტუალურ სფეროებს, ისეთს როგორიცაა ჯანდაცვა, განათლება, კომუნალური მომსახურება, ტრანსპორტი და სხვა. თანამედროვე მსოფლიოში სახელმწიფოები თანდათანობით იხსნიან კულტურისა და ხელოვნების სფეროებზე ზრუნვის პასუხისმგებლობას და ამდენად, მისი მხარდაჭერა ბიზნეს სექტორს ეკისრება. დღესდღეობით, კულტურული ორგანიზაციების სიცოცხლისუნარიანობა მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული საკუთარ შემოსავალსა და დაფინანსების არასაბიუჯეტო წყაროებზე. ბევრი მათგანი სპონსორებთან მუშაობის გასაოცარი უნარ-ჩვევების დემონსტრირებას ახდენს. აცნობიერებენ რა საკუთარ აუცილებლობას, კულტურის ორგანიზაციები სხვადასხვა სტრატეგიულ და ტაქტიკურ მოქმედებას მიმართავენ, რათა გახდნენ კონკურენტუნარიანები.

კულტურული ორგანიზაციების მთავარი მიზანი პუბლიკის მოზიდვა, მისდამი ჭეშმარიტი სტუმართმოყვარეობის და თბილი დამოკიდებულების გამოქვადება გახდა. თითოეული მათგანი ცდილობს საკუთარი თავი მაყურებლის უფრო აქტიურ მომსახურებას მიუძღვნას. ამიტომ, კულტურის ორგანიზაციები, ხშირად, თავიანთ საქმიანობას ეკონომიკურ გათვლებზე აფუძნებენ. კულტურული პროდუქტის პრომოცია ხდება ზუსტად ისევე, როგორც კლასიკური მარკეტინგული პროდუქტისა. ძვირადღირებული სარეკლამო და PR კამპანიების განსაზოცილებლად ისინი ამუშავებენ არამარტო საკუთარი შემოსავლების სტრატეგიას, არამედ ახდენენ დაფინანსების გარე წყაროების მოზიდვასაც, იქნება ეს სახელმწიფო თუ კერძო სექტორი.

დაფინანსების წყაროები იყოფა სამ ჯგუფად: მოზიდული, სახელმწიფო და საკუთარი თანხები. მოზიდულ ფინანსურ წყაროებად ითვლება: საექველმოქმედო, სასპონსორო საშუალებები, გრანტი ფონდებიდან, საწევროები და ა. შ.

სახელმწიფო დაფინანსება აერთიანებს პირდაპირ და ირიბ სუფსიდიებს.

დაფინანსების მესამე ჯგუფი მოიცავს შემოსავლებს საკუთარი ძირითადი საქმიანობიდან. ამ უკანასკნელს მიეკუთვნება საგამოფენო, საგანმანათლებლო, საკონცერტო შემოსავლები და ა. შ.; ასევე შემოსავალი დამატებითი, კომერციული საქმიანობიდან – სასუვენრო პროდუქტთა, სახელოსნოების, ატელიეების ფასიანი მომსახურება, კაფეების, რესტორნების, ვიდეოცენტრების ამუშავება. მაგალითად, მარჯანიშვილის თეატრის ძირითადი საქმიანობა არის ბილეთების გაყიდვა, ხოლო Marjanoff Express-ის მუშაობიდან მიღებული თანხა – დამატებითი, კომერციული შემოსავალი.

ორგანიზაციების დაფინანსება განპირობებულია მენეჯმენტის ეროვნული თავისებურებებით. მაგალითად, ევროპასა და საქართველოში კულტურა, ძირითადად, ფინანსდება სახელმწიფო სუფსიდიებიდან, ხოლო ამერიკაში გავრცელებულია დაფინანსების როგორც მოზიდული, ასევე საკუთარი წყაროები.

დაფინანსების მოზიდულ წყაროებს შორის საკმაოდ გავრცელებულია და მიზანშეწონილი ფორმა – სპონსორობა. თანამედროვე ბაზრის პირობებში კომპანიები საკუთარი მარკეტინგული მიზნების განსაზოცილებლად აქტიურად გადადიან ფილანტროპიიდან სასპონსორო საქმიანობაზე.

ცოტა რამ სპონსორობის შესახებ. სპონსორობა ეწოდება ნებისმიერი პროექტის, მოვლენის ან საქმიანობის დაფინანსებას ერთი პირის ან ორგანიზაციის მიერ.

თავდაპირველად, სპონსორობა ეწოდებოდა პროექტების დაფინანსებას რადიოსა და ტელევიზიაში სარეკლამო დროის სანაცვლოდ („საანის ოპერები“, სპორტული მოვლენები და ა. შ.) და ასევე კინოფილმების გადასაღებად საჭირო თანხების ნაწილობრივ ანაზღაურებას. თანდათანობით, სპონსორობა გამოიყო როგორც საქმიანობის დამოუკიდებელი სფერო ორი მიზეზის გამო:

1. პირდაპირ რეკლამასთან შედარებით შენატანის, უფრო ხანგრძლივი ხასიათის და უწყვეტი პროცესის გამო.

2. ფისკალური მიზეზებით.

სპონსორობა, პირველ რიგში, არის კონკრეტული დამკვეთის ინტერესებიდან გამომდინარე ინფორმაციის გაერცვლების, საზოგადოებასთან კომუნიკაციის დამყარების ეფექტური საშუალება. შედეგად, სპონსორობა შეიძლება ეწოდოს საქმიანობის ოთხ განსხვავებულ სახეს, თითოეული მათგანი ხასიათდება ორგანიზაციულად სხვადასხვა ფორმებით:

1. სპონსორობა, როგორც სარეკლამო ამოცანების გადაჭრის საშუალება.

2. სპონსორობა, როგორც საზოგადოებასთან ურთიერთობის (PR-ის) ფორმა ან ღონისძიებათა მარკეტინგი (Event Marketing).

3. სპონსორობა, როგორც გრძელვადიანი და მაღალხარისხიანი დაბანდება, რომელსაც მიეკუთვნება სხვადასხვა სამეცნიერო კვლევის მხარდაჭერა. ამ სფეროში დახარჯული ფული გამართლებულია მხოლოდ შესაბამისი ობიექტის მიზანმიმართულ არჩევაში.

4. სპონსორობის ფორმა, როგორც ორგანიზაციის უმაღლესი მენეჯერების პირადი ამბიციების დაკმაყოფილების ფორმა.

სასპონსორო საქმიანობა გულისხმობს გრძელვადიან თანამშრომლობას სპონსორსა და კულტურულ ორგანიზაციას შორის, ამიტომ სპონსორობის სფერო კომპანიის ფსიქოლოგიურ პორტრეტს და იმიჯს უნდა ემთხვეოდეს.

სპონსორსა და კულტურულ ორგანიზაციას შორის იდება ჩვეულებრივი საქმიანი გარიგება, რომლისგანაც თითოეული მათგანი იღებს სარგებელს. ამ გაცვლით ურთიერთობაში არსებობს მარკეტინგულ-კომერციული მიდგომა.

სპონსორობა წარმოადგენს ეკონომიკურ შეთანხმებას, რომლის მიზანია ფულადი საშუალებების, პროდუქციის, მომსახურების, სარეკლამო საშუალებების, PR კამპანიების, ღონისძიებების გაცვლა. სპონსორი ნაღდი ანგარიშით ან გადახდის სხვა ფორმით (შენატანი ნატურით – ირიბი მხარდაჭერა) ახდენს დაბანდებას, სანაცვლოდ კი იღებს აღნიშნულ ღონისძიებასთან, სააგენტოსთან, ან საკუთრებასთან დაკავშირებული კომერციული პოტენციალის ექსპლუატაციის საშუალებას. ეს არის ყველანაირ ბეჭდვით მასალაში (ჟურნალ-გაზეთები, ფლაერი) სპონსორის ლოგოს განთავსება; სპონსორის გაშუქება საინფორმაციო საშუალებებში; სპონსორს შეუძლია ისარგებლოს დაწესებულების დარბაზით, სადაც მოახდენს ახალი პროდუქტის პრეზენტაციას; ასევე ზდება სახელობითი ადგილების გაყიდვა (ეს უფრო ამერიკისათვის დამახასიათებელი ფენომენია), მათ სასპონსორო, ღონისძიების კედლები ეწოდებათ. კულტურულმა

ორგანიზაციამ უნდა განათავსოს სპონსორის ბანერი ღონისძიების ჩატარების ადგილას და მისი მსვლელობის დროს არაერთხელ მოიხსენიოს.

ზოგადად, სპონსორის სარგებელი შეიძლება დაიყოს ორ ნაწილად: პირდაპირი – რეკლამა, ინფორმაციის თანამედროვე წყაროები და ირიბი – ხელისუფლების, ცნობილი პოლიტიკური მოღვაწეების ლოიალური დამოკიდებულების მოპოვება, კონკრეტული პირის, ორგანიზაციის იმიჯის შექმნა, საზოგადოებაში კეთილგანწყობის და აღიარების მოპოვება.

1990 წელს ვ. ფიშერმა და რ. ბროემ ორგანიზაციების შესწავლის საფუძველზე ჩამოაყალიბეს იმ სარგებლის სია, რომელსაც ეძებენ კომპანიები მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. ესენია:

1. გაუმჯობესებული ადგილობრივი კავშირი – 59%.
2. კორპორატიული იმიჯის დაწინაურება – 57%.
3. ბრენდის ცნობადობის გაზრდა – 54%.
4. მასობრივ საინფორმაციო საშუალებებში გამოჩენა – 39%.
5. ბრენდის იმიჯის გაძლიერება – 37%.
6. PR-ის გაუმჯობესება – 37%.
7. გრძელვადიანი გაყიდვები – 30%.
8. მყიდველის სიამოვნება – 26%.
9. მომსახურე პერსონალის მორალური მდგომარეობა – 27%.
10. და სხვა – 6%.

ამ ჩამონათვალიდან ნათლად ჩანს, რომ სპონსორობა ორგანიზაციებისათვის უპირველეს ყოვლისა არის მარკეტინგული მიზნების განხორციელების და წინსვლის საშუალება. კულტურული ორგანიზაციის სარგებელი კი არის ყველაფერი ის, რაც მას ეხმარება მისი წარმატებით შესრულებაში. სწორად გათვლილი კორპორატიული სპონსორობა ძალიან ჰგავს წარმატებულ ქორწინებას. ამ შემთხვევაში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება შესაფერისი პარტნიორის შერჩევას, რომელსაც ექნება მსგავსი ინტერესები და მიზანი.

განვიხილოთ მარჯანიშვილის თეატრის მაგალითი:

მისი გენერალური სპონსორია ბანკი „რესპუბლიკა“. ამ შემთხვევაში სპონსორისა და თეატრის ინტერესები და მიზანი ჰარმონიულად ერწყმის ერთმანეთს. ამას ემატება ბანკის გენერალური

დირექტორის პირადი დაინტერესება და უზომო სიყვარული თეატრისადმი, ამიტომ ორივე მხარე მაღალ დონეზე თანამშრომლობს. ბანკი ეხმარება თეატრს ფინანსურად, ხოლო სანაცვლოდ იღებს სხვადასხვა სახის სარგებელს. ესენია:

1. თეატრის ფართის გამოყენება სარეკლამო მიზნებისათვის და ბანკის ახალი მომსახურებების წარდგენისათვის;
2. თეატრის კუთვნილ ტერიტორიაზე ბანერის განთავსება;
3. სპონსორის ლოგოს განთავსება პროგრამაზე, კონკრეტული სპექტაკლისა და კალენდრულ აფიშაზე, ნაბეჭდო თუ ელექტრონულ ფლაერზე;
4. სპონსორის ლოგოს განთავსება თეატრის ისტორიასთან დაკავშირებულ ბეჭდვით მასალაში;
5. VI მოსაწვევი გენერალური დირექტორისათვის.
6. სპექტაკლის მსვლელობისას სპონსორის სახელის გაჟღერება.

გენერალური სპონსორის გარდა მარჯანიშვილის თეატრს ჰყავს სხვადასხვა თანასპონსორებიც. მათთვის გათვალისწინებული სარგებელი განისაზღვრება შეტანილი თანხისა და მომსახურების მოცულობის მიხედვით.

თეატრი აგრეთვე საკმაოდ ხშირად მიმართავს ბარტერული გაცვლის სისტემას, თეატრისა და დამსპონსორებული ფირმის მცირე ფინანსური შესაძლებლობებიდან გამომდინარე.

სპონსორობის უპირატესობა რეკლამასთან და PR-თან შედარებით: ორგანიზაციის წინსვლის ოთხი საშუალება არსებობს: რეკლამა, საზოგადოებასთან ურთიერთობა – PR, პერსონალი და პრომოცია. აქედან რომელ საშუალებას აირჩევს ორგანიზაცია, განისაზღვრება მისი ბიუჯეტით, მსოფლმხედველობითა და ორიენტაციით. თუმცა ყველა ზემოთ ჩამოთვლილთან შედარებით სპონსორობა ფულის დაბანდების ყველაზე ჭკვიანური და ხელსაყრელი საშუალებაა. იმისათვის, რომ ნათლად გამოვჩატოთ სპონსორობის უპირატესობა, მოკლედ განვიხილოთ რეკლამისა და PR-ის შესაძლებლობები.

რეკლამა – ეს არის საშუალება, რომლისთვისაც ორგანიზაცია იხდის ფულს, რათა ურთიერთობა დაამყაროს მთლიან ბაზართან, საზოგადოებასთან. სარეკლამო შეტყობინება ვრცელდება სხვადასხვა საინფორმაციო საშუალებებით: ტელევიზია, რადიო, ჟურნალ-გაზეთები, ბილბორდები და ბროშურები. რეკლამას ახასიათებს მოკლე სასიცოცხლო პერიოდი და შეზღუდულია ყიდვა-გაყიდვის

კონკრეტული ამოცანით. რეკლამას ჰყავს მხოლოდ ერთი ფოკუს ჯგუფი – მყიდველი.

ყოველდღიურად ადამიანზე მოდის უამრავი სარეკლამო შეტყობინება, ეს ციფრი 1200-მდე აღწევს. ამიტომ ადამიანი ცდილობს, თავი აარიდოს ამ უკანასკნელს, ე. წ. „დამცავი ფაქტორები“ ახდენენ შეტყობინების შესუსტებას და მის სრულ დაბლოკვას. „უნდობლობის ფილტრი“ ეხმარება ადამიანს გამოეყოს რეკლამა ინფორმაციის მთელი ნაკადიდან. მომხმარებელი მას აღიქვამს როგორც საგადასახადო კომუნიკაციას და ამდენად – არაგულწრფელს.

PR ხელს უწყობს ურთიერთ სასარგებლო, ჰარმონიული კავშირის დამყარებას ორგანიზაციასა და საზოგადოებას შორის, ქმნის კონკრეტული პირის ან ორგანიზაციის დადებით იმიჯს. რეკლამისგან განსხვავებით PR სპეციალისტის საქმიანობა მიმართულია ფართო საზოგადოებისაკენ და არა პოტენციური მომხმარებლის ვიწრო წრისაკენ. PR ხანგრძლივი მოქმედების სტრატეგიებს შეიმუშავებს, მაშინ როცა, რეკლამის პრიორიტეტი მის ლაკონურობასა და სწრაფ შედეგშია. PR-ის ფოკუს ჯგუფს წარმოადგენს ყველა ის იურიდიული თუ კერძო პირი, ვისთანაც ორგანიზაციას აქვს, ჰქონია ან ექნება ურთიერთობა. ესენია; კლიენტები, მასმედიის წარმომადგენლები, პარტნიორები და ა. შ.

ყველა ზემოთ ჩამოთვლილ კომპონენტს სპონსორობა მოიცავს. ის აერთიანებს რეკლამასაც, PR-საც და პრომოციასაც. უფრო მეტიც, ამერიკაში გამოკითხვის შედეგმა აჩვენა, რომ ამერიკელთა 83%-ს აქვს დადებითი დამოკიდებულება იმ კომპანიების მიმართ, რომლებიც ეხმარებიან საზოგადოებრივ საქმეს. საზოგადოებრივად და პოლიტიკურად აქტიური მომხმარებელი განსაკუთრებით საზოგადოებრივი ინიციატივების მხარდამჭერ კომპანიებს მიიღებს. ამერიკელთა 80% აცხადებს, რომ ურჩევნიათ ის კომპანიები, რომლებიც ახორციელებენ გრძელვადიან დახმარებას და შეთანხმებას, ვიდრე ის, ვინც აკეთებს უამრავ კეთილ საქმეს შენაცვლებით (ხანმოკლე ვადით).

სასპონსორო საქმიანობის ლიდერები ასე ახასიათებენ სპონსორობის დანიშნულებას: ეს უკანასკნელი სჭირდება იმ ბრენდებს, რომლებიც მიისწრაფვიან მომხმარებელთან და საზოგადოებასთან მყარი კავშირების დასამყარებლად.

სასპონსორო განაცხადის შედგენისას გასათვალისწინებელი ფაქტორები: სასპონსორო განაცხადის შედგენა სერიოზულ და

ხანგრძლივ მუშაობას მოითხოვს. მხარდაჭერის მოსაპოვებლად საჭიროა დამაჯერებელი დასაბუთება და სპონსორის მიზნების გათვალისწინება. ეს მიზნები შეიძლება იყოს საკმაოდ მრავალფეროვანი, ისეთი როგორიცაა:

პროდუქტთან და გაყიდვების ზრდასთან დაკავშირებული მიზნები: სრულყოფილი ინფორმაცია პროდუქტზე, საბაზრო სეგმენტის და პროდუქტის იგივეობის დადგენა, მისი იმიჯის მოდიფიკაცია.

კორპორატიული მიზნები: ფირმის იმიჯის გაძლიერება, მისი ცნობადობის გაზრდა და გრძელვადიანი წარდგენა, საზოგადოებრივი აზრის შექმნა კომპანიის მიმართ, კომპანიის და საბაზრო სეგმენტის იგივეობის დადგენა, ახალი საქმიანი კონტაქტების დამყარება, არასასურველი პუბლიკაციების პრევენცია.

ამ მიზნების განსახორციელებლად კულტურულმა ორგანიზაციამ სპონსორს უნდა შესთავაზოს ისეთი სარგებლის მომტანი ალიანსის ჩამოყალიბება, რაც სხვა ალტერნატიული საშუალებებით მიუღწეველია. ჩადებული თანხის სანაცვლოდ, ამ უკანასკნელმა, მაქსიმალურად მაღალი ხარისხის მომსახურება უნდა მიიღოს, რაც გაამართლებს დახარჯულ რესურსებსა და ენერგიას.

ორგანიზაციებისა და პროექტის დაფინანსების დროს კომპანია ხელმძღვანელობს გარკვეული კრიტერიუმებით. ესენია:

ლონისძიებასთან დაკავშირებული კრიტერიუმები:

1. დასახული მიზნის მიღწევის ალბათობა;
2. მასობრივი საინფორმაციო საშუალებებით გაშუქება;
3. ლონისძიების პოპულარობა.

სასპონსორო ჯგუფთან დაკავშირებული კრიტერიუმები:

1. ორგანიზატორების შესაძლებლობები;
2. ლონისძიების პოტენციური წარმატება.

სპონსორობასთან დაკავშირებული კრიტერიუმები:

1. ექსკლუზიური სპონსორობის შესაძლებლობა;
2. პროექტის ცოდნა მენეჯერთა მიერ;
3. ადმინისტრაციის თანხმობა პროექტზე.

ბაზართან დაკავშირებული კრიტერიუმები:

1. კონკურენცია;
2. პოლიტიკური ან კომერციული ზეწოლა.

სპონსორი აგრეთვე ითვალისწინებს აუდიტორიასა და მის თავისებურებას, საკუთარი საქმიანობის სფეროს და ჩადებული თანხის მოცულობას. საკუთარი იმიჯის და მისიის თანხვედრას დასასპონსორობელ ორგანიზაციასთან, რისკის ალბათობას, სტუმართა

რაოდენობას, ვაჭრობას გვერდითი პროდუქტითა და საგადასახადო შეღავათებს.

სასპონსორო განაცხადი მაქსიმალურად უნდა იძლეოდეს ამ კრიტერიუმების დაკმაყოფილების საშუალებას, რაც განაცხადზე დადებითი პასუხის საწინდარი გახდება.

სპონსორები საკუთარი გამოცდილებიდან გამომდინარე აღნიშნავენ, რომ სასპონსორო განაცხადების ხარისხი სულ უფრო კლებულობს, ეს უკანასკნელი კი მაღალ პროფესიონალურ დონეზე უნდა იყოს შედგენილი და მოიცავდეს უამრავ პუნქტს.

განაცხადის პუნქტებზე მუშაობის დაწყებამდე კულტურულმა ორგანიზაციამ უნდა მოიძიოს რაც შეიძლება მეტი ინფორმაცია. შესაბამისად საჭიროა პრესის, კომპანიის წლიური ანგარიშის, კომერციული და უფასო რეკლამის გაცნობა და მისი მიზნობრივი ბაზრის დადგენა.

უნდა განისაზღვროს კულტურული ორგანიზაციების ქონებრივი სტატუსი. აქ შედის ორგანიზაციის დასახელება, მისი საზოგადოებრივი მნიშვნელობა, მოსახლეობის ინფორმირებულობა და საკუთარი სამოქმედო პროგრამა. ამ ყველაფრის გათვალისწინებით, გაცილებით ადვილი იქნება იმ სარგებლის ნუსხის ჩამოყალიბება, რომელსაც შესთავაზებს კულტურული ორგანიზაცია სპონსორს.

სრულყოფილი განაცხადისათვის აუცილებელია შემდეგი ფაქტორების გათვალისწინება:

1. ზუსტად უნდა განისაზღვროს ის სარგებელი, რომელსაც მიიღებს სპონსორი კულტურულ ორგანიზაციასთან თანამშრომლობის შედეგად.

2. წარმატებული განაცხადი მოიცავს არა კულტურული ორგანიზაციის პრობლემებს, არამედ ასახავს მის როლს დღევანდელობაში და მასთან თანამშრომლობის პრიორიტეტებს.

3. სპონსორის საქმიანი კატეგორიები დაფინანსების რაოდენობის მიხედვით უნდა განისაზღვროს. ეს ნიშნავს, რომ სხვადასხვა სპონსორს ესაჭიროება განსხვავებული სარგებელი.

4. თანამშრომლობის პერიოდში სპონსორის საქმიანობის განვითარება.

5. სპონსორის რისკის მინიმუმამდე დაყვანა. ეს შესაძლებელია გარანტირებული შუამავლებისა და ღირსეული თანასპონსორების სიის წარდგენის შედეგად.

6. კულტურულმა ორგანიზაციამ საკუთარ თავზე უნდა აიღოს სპონსორის მისთვის აუცილებელი ინფორმაციით უზრუნველყოფა, ვინაიდან სპონსორმა უნდა იცოდეს რამდენად პასუხობს კულტურულ ორგანიზაციაში მიმდინარე პროცესები მის კომუნიკაციურ მიზნებს. სპონსორს ესაჭიროება ყველა სახის ინფორმაცია, რათა განსაზღვროს რამდენად გაამართლა მისმა ინვესტიციამ და სამომავლო მოქმედების სტრატეგია დასაზოოს.

ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ სპონსორი მნიშვნელოვნად განაპირობებს კულტურული ორგანიზაციის პოლიტიკას. სწორად წარმართული სპონსორობის შემთხვევაში მყარდება ნაყოფიერი კავშირი სპონსორსა და კულტურულ ორგანიზაციას შორის. თუმცა, არსებობს გარკვეული რისკი თავად დასპონსორებული ორგანიზაციებისთვისაც. ეს რისკ-ფაქტორები აუცილებლად არის გასათვალისწინებელი კულტურის მენეჯერთა მიერ. მათ უნდა შეათანხმონ პოტენციური სპონსორობა სამეურვეო საბჭოსთან, პერსონალთან და სამხატვრო ხელმძღვანელობასთან, ერთობლივად განიხილონ ყველა მოსალოდნელი უარყოფითი შედეგი. ამ შემთხვევაში კულტურული ორგანიზაციისათვის პრიორიტეტული უნდა იყოს მისი მისია.

სპონსორობა კულტურული ორგანიზაციისათვის შემოსავლის მომტანია, ხოლო კორპორატიული პარტნიორი იღებს ბეჭდვით მასალას და გაზრდილ გაყიდვებს.

კულტურის მენეჯერმა ყოველგვარ ფულსა და დახმარებაზე უფრო მაღლა უნდა დააყენოს მისი ორგანიზაციის რეპუტაცია. ამიტომ, რომელიმე კომპანიასთან თანამშრომლობამ არ უნდა დაჩრდილოს და საფრთხე შეუქმნას მის იმიჯს.

მენეჯერებს ასევე მართებთ სიფრთხილე, რათა არ დაუკავშირდნენ იმ კომპანიებს, რომლებიც მათი შემოწირულობის შემომტანი პირის კონკურენტები იქნებიან. უნდა გამოირიცხოს ისეთი პროდუქტის მქონე კომპანია, რომელიც კულტურული ორგანიზაციის მისიასთან კონფლიქტში შევა. მაგალითად, თამბაქოს მწარმოებელი კომპანია არ უნდა ასპონსორებდეს სპორტულ – გამაჯანსაღებელ ცენტრს. ყოველივე ეს მიგვანიშნებს კულტურულ ორგანიზაციაში სპონსორის მიმართ გარკვეული პოლიტიკის ჩამოყალიბებაზე, რაც მკვეთრად განსაზღვრავს სპონსორისა და კულტურული ორგანიზაციის უფლება-მოვალეობებს.

აბსოლუტურად ყველა სახის შეთანხმება უნდა გაფორმდეს წერილობითი სახით, როგორც ნებისმიერი სხვა იურიდიული დოკუმენტი, რათა თავიდან იქნას აცილებული შემდგომი გაუგებრობა.

კულტურულ ორგანიზაციასა და სპონსორს შორის დადებული ხელშეკრულება უნდა მოიცავდეს შემდეგ პუნქტებს:

1. სპონსორობის ბუნების განსაზღვრა;
2. განისაზღვროს სპონსორობა, როგორც ურთიერთშეთანხმება, განსხვავებული ქველმოქმედებისაგან;
3. განისაზღვროს კულტურული ორგანიზაციის პრიორიტეტები;
4. მკაფიოდ ჩაიღოს სპონსორისა და კულტურული ორგანიზაციის უფლებები;
5. ხელშეკრულებაში აუცილებლად უნდა არსებობდეს პუნქტი, რომელიც უფლებას მისცემს კულტურულ ორგანიზაციას დაარღვიოს ხელშეკრულება, თუ კი სპონსორის მოღვაწეობა და კულტურული ორგანიზაციის მისია შეუსაბამო აღმოჩნდება თანამშრომლობის რომელიმე ეტაპზე.

საქმიანობაში ამგვარი მიდგომა ხელს შეუწყობს საქართველოში სასპონსორო საქმიანობის დახვეწას. სპონსორები კულტურული ორგანიზაციის სახით დაინახავენ ღირსეულ პარტნიორს და ამ სფეროში დაბანდებული თანხა იქნება მათი საქმიანობის განვითარების საშუალება. ამ ორი ფაქტორის შესრულება უზრუნველყოფს მყარი კავშირების დამყარებას კულტურისა და ბიზნესის სფეროებს შორის. ამგვარად, ფინანსური კრიზისის ფონი კულტურულ ორგანიზაციებში შეძლებისდაგვარად მოიხსნება, რაც საშუალებას მისცემს კულტურულ ორგანიზაციებს შეასრულონ თავისი პირდაპირი დანიშნულება – გაანებივრონ საკუთარი მაყურებელი მრავალფეროვანი და ხარისხიანი პროდუქციით.

1. იხ.: ფრანსუა კოლბერი, „მარკეტინგი კულტურაში“, 2003.

2. იხ.: მელენა დრაგიჩევიჩ-შემიჩი, „კულტურა, მენეჯმენტი, ანიმაცია, მარკეტინგი“, 2007.

3. იხ.: ჯილიან პული, „ფულის მენეჯმენტი (ხელოვნების ორგანიზაციებისათვის)“, 2005.

4. www.pr-chance.kiev.ua

ია გაბუნია
მაგისტრატურის II კურსი
ხელმძღვანელი - პროფ. იური მღებრიშვილი

სარეკლამო პოლიტიკა და რეკლამის არსი (ფესტივალი „სესილი“)

2001 წლის 26 მარტს კლუბ „სარდაფში“ ჩატარდა საქართველოში ახალგაზრდული პირველი ფილმების ფესტივალი „ჩვენ მოვდივართ“, რომლის ორგანიზებას ხელმძღვანელობდა რეჟისორი დათო ჯანელიძე.

2004 წელს აღნიშნული კინოფესტივალი მიხეილ თუმანიშვილის სახელობის კინომსახიობთა თეატრში ჩატარდა.

2005 წლიდან ახალგაზრდული ფილმების ფესტივალი „სესილი“ (თავიდან ფესტივალს ერქვა „ჩვენ მოვდივართ“ და შემდგომში მას დაერქვა „სესილი“) საერთაშორისო გახდა. „სესილი სარდაფიდან ამოვიდა“ და დიდი კინოთეატრების ეკრანები დაიპყრო.

2005-2008 წლებში ფესტივალს მასპინძლობდა კინოთეატრები: „ამირანი“, „რუსთაველი“, „ქოლგა“ და კინოს სახლი.

კინოფესტივალ „სესილის“ მისიაა ახალი ტალანტების აღმოჩენა, მათი პოპულარიზაცია, უცხოური კინოსიახლეების ქართველი მაყურებლისათვის გაცნობა, ახალი კინოტრადიციებისა და ურთიერთობების განვითარება. კინოფესტივალის ორგანიზატორებს იმედი აქვთ, რომ ყოველწლიურად ფესტივალი უფრო გაფართოვდება და დაიმკვიდრებს საკუთარ სახელს საერთაშორისო ასპარეზზე, რაც დაეხმარება ქართული კინოს შემდგომ განვითარებას.

კინოფესტივალის მიზანია გამოავლინოს ნიჭიერი ახალგაზრდობა და მისცეს მათ წინსვლის შესაძლებლობა პროფესიული დაოსტატების გზაზე.

კინოფესტივალმა შედარებით მაღალი დაფინანსება მიიღო 2005 წელს, შემდგომ წლებში დაფინანსება მცირე იყო და შეადგენდა 2006 წ. – 6000 ლარს, 2007 წ. – 5000 ლარს, 2008 წ. – 5000 ლარს. ორგანიზატორების ენთუზიაზმი რომ არა, ასეთი მცირე სახსრებით კინოფესტივალის ჩატარება შეუძლებელი იქნებოდა.

დაფინანსების არარსებობის გამო ფესტივალის მენეჯმენტი აწყდება მთელ რიგ პრობლემებს. მენეჯმენტის ქვეშ იგულისხმება მმართველობითი საქმიანობის სისტემა, სხვადასხვა სოციალური ინსტიტუტების წარმატებული ფუნქციონირების უზრუნველყოფა. კულტურულ სფეროში შედის ორგანიზაციები, რომელთა მომსახურება

და პროდუქტი აუცილებელია საზოგადოების კულტურული მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. ამ სფეროს მენეჯმენტი განსაკუთრებული ყურადღებით სარგებლობს. მთავარი განსაკუთრებულობა იმაში მდგომარეობს, რომ სახსრების მოძიება აქ ხდება არა უბრალო კომერციით, არამედ სხვადასხვა დაინტერესებული დონორების მოზიდვით.

იქიდან გამომდინარე, რომ ფესტივალს გააჩნია საკმაოდ დაბალი დაფინანსება, რაც გამოწვეულია ძირითადად სპონსორთა არარსებობით, ფესტივალი ვერ ახერხებს საკუთარი მიზნების მიღწევას. იმისათვის, რომ მოხდეს სახსრების მოძიება, სპონსორთა დაინტერესება ფესტივალის საქმიანობით, საჭიროა სწორი სარეკლამო კამპანიის ჩატარება. რეკლამა საუკეთესო საშუალებას წარმოადგენს იმისათვის, რომ ფესტივალი გახდეს ცნობილი და მას გაეცნოს ფართო აუდიტორია. რეკლამის მეშვეობით დადებითი იმიჯის შექმნა გამოიწვევს ფესტივალთან სპონსორთა დაინტერესებას, რაც გააიოლებს მისი სამომავლო გეგმების განხორციელებას. სწორი სარეკლამო კამპანიის დასაგეგმად საჭიროა პროფესიონალების მოძიება, ისინი კი ცოტანი არიან, შესაბამისად მათი დაქირავებაც ძვირია. სარეკლამო კამპანია დიდ ხარჯებს საჭიროებს. საქართველოში არსებული სარეკლამო სიტუაცია დაახლოებით ასეთია: ყველაზე მაღალფასიანი სარეკლამო მომსახურება, ტელევიზიაა. მართალია, ქართული სატელევიზიო ბაზის დღის გარკვეული მონაკვეთით შეძენა საკმაოდ მაღალი ტარიფები ღირს, მაგრამ, პოტენციური მომხმარებელი ამა თუ იმ ახალი პროდუქტის გამოსვლის შესახებ, მაინც ტელევიზორიდან იღებს. რეკლამის გავრცელების ეს ფორმა საქართველოში დღესდღეობით ყველაზე მეტად პოპულარულია და ყველაზე მეტად „მომგებიანად“ ითვლება. ქართული სახელოვნებო ორგანიზაციები კი, როგორც ხშირად ხდება ხოლმე, ბაზარზე გამოდიან ისე, რომ მათ არ აქვთ არანაირი ფინანსური შესაძლებლობა, ამიტომ ისინი ვერ ახერხებენ ვერც სარეკლამო კამპანიის დაკვეთას და ვერც ამ დაკვეთილი რეკლამების მედია სივრცეში დატრიალებას. ქართულ მედიაში რეკლამის განთავსება დიდ ხარჯებს მოითხოვს. ჩვენ შეგვიძლია წარმოდგენილი მასალის მიხედვით ნათლად დავინახოთ, თუ რა თანხაა საჭირო რეკლამის განთავსებისთვის სხვადასხვა მედია საშუალებებში. მაგალითისათვის წარმოდგენილია კომპანია „რუსთავი 2“-ის, შპს „პრინტ-ჯორჯიასა“ და გაზეთ „ასავალ-დასავალის“ სარეკლამო დროის ღირებულება:

ტელეკომპანია “რუსთავი 2“-ის ეთერში რეკლამის გაშვების ფასები

საეთერო დრო	რეკლამის ფასი (დოლარი)
7.40 - 12.00	40 - 400
12.00 - 18.00	140 - 400
18.00 - 00.00	500 - 1300
00.00 - 3.15	50 - 700

შპს „პრინტ ჯორჯიას“ სარეკლამო მომსახურების ფასები

მომსახურების სახე	ფასი (დოლარი)
დიზაინ-სტუდიის მომსახურება	20 - 400
სარეკლამო-პოლიგრაფიული პროდუქციის გაფორმება	40 - 300
ეტიკეტი, შეფუთვა	50 - 400
გარე რეკლამის გაფორმება	10 - 200
ფოტო გადაღებებით	50 - 100
პრომოუტ ტექსტების და სცენარების შექმნა	50 - 300
ვებ-გვერდების დამზადება	100 - 1000
ბუკლეტების დამზადება	135 - 250
სარეკლამო ფურცელი	115 - 200
პლაკატი, აფიშა	115 - 200
თვითწებად ქაღალდებზე ბეჭდვა	100 - 110

გაზეთ „ასავალ-დასავალში“ რეკლამის განთავსების ფასები

რეკლამის განთავსების ადგილი	ფასი (ლარი)
მთელი გვერდი	1600
1 სარეკლამო კუბიკი	100
რეკლამა მე-2,3 გვერდზე	ღირებულება + 100%
რეკლამა ბოლო გვერდზე	ღირებულება + 200%
პოლიტიკური რეკლამა	ღირებულება + 100%
პირველ გვერდზე მინიმალური ფართი	
1 სარეკლამო კუბიკი	800
4 სარეკლამო კუბიკი	400
რეკლამა ნახევარ გვერდზე	800

წარმოდგენილი მასალიდან ჩანს, რომ რეკლამა საკმაოდ ძვირი ჯდება განსაკუთრებით ისეთი ორგანიზაციისათვის, რომლის დაფინანსებაც მაქსიმუმ 6000 ლარს წარმოადგენს, მაგრამ იმისათვის, რომ მოხდეს დაფინანსების პრობლემის დაძლევა, ჩემი აზრით, აუცილებელია სახსრების მოძიება სწორი სარეკლამო კამპანიის ჩასატარებლად, რაც პირველ რიგში შესაძლებელია სპონსორთა დაინტერესებით ფესტივალის საქმიანობის შესახებ. იმისთვის, რომ მოხდეს პოტენციურ სპონსორთა დაინტერესება, პირველ რიგში საჭიროა მათთვის მომგებიანი წინადადების შეთავაზება, ანუ, ამისათვის კინოფესტივალის მენეჯმენტმა უნდა შეიმუშაოს კონკრეტული სტრატეგია, რათა დაანახოს პოტენციურ სპონსორს პროექტის მნიშვნელობა, განსაკუთრებულობა და სპონსორის წვლილი კინოფესტივალის განხორციელებაში. სპონსორობა არის სტრატეგიულად დაგეგმილი ძალისხმევა მარკეტინგში, რაც ემსახურება გაყიდვების ზრდას კომპანიაში ან მის უკეთეს წარმოჩენას ბაზარზე ისეთი ქმედებით, რაც მოუტანს სარგებელს ასევე ფესტივალს და უნდა ითქვას, რომ ამის საუკეთესო საშუალებას სწორედ რეკლამა წარმოადგენს, სადაც აუცილებლად აღინიშნება არსებულ სპონსორთა ან სპონსორის სახელი. შედეგად, რეკლამის მეშვეობით მოხდება, როგორც სპონსორის, ასევე ფესტივალის შესახებ მოსახლეობის ინფორმირება.

რეკლამა, რომელიც წარმოდგენილია სხვადასხვა მედია საშუალებით, საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბების ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალებაა. ზემოთ მოყვანილი მასალებზე დაყრდნობით დარწმუნებით შეიძლება ითქვას, რომ აუცილებელია სწორი სარეკლამო კამპანიის ჩატარება, რაც საკმაოდ რთულ პროცესს წარმოადგენს:

სარეკლამო კამპანიის დაგეგმვისას თავდაპირველად აუცილებელია განვსაზღვროთ რეკლამის დანიშნულება, ანუ, ის, რომ რეკლამამ უნდა მოახდინოს პროდუქტის შესახებ საზოგადოების ინფორმირება, დარწმუნება და შეხსენება.

სარეკლამო განყოფილების ფუნქციებში შედის სარეკლამო ბიუჯეტის, სარეკლამო ღონისძიებათა გეგმების შემუშავება და მისი ცხოვრებაში გატარება.

სარეკლამო პროგრამის პირველ ეტაპს წარმოადგენს სარეკლამო მიზნის დადგენა, ანუ, დროის განსაზღვრულ პერიოდის განმავლობაში კონკრეტული, მიზნობრივი აუდიტორიის ინფორმირების ამოცანა.

რეკლამის გასაკეთებლად აუცილებელია შეირჩეს სარეკლამო ინსტრუმენტები და საჭირო აუდიტორია დროის გათვალისწინებით, საუკეთესო გარემოში და ყველაზე ლოგიკურ ადგილას, რომ სარეკლამო ინფორმაციამ მოიცვას არამართო მაქსიმალურად ფართო აუდიტორია, არამედ მიიპყროს კიდეც მისი ყურადღება.

მასობრივი ინფორმაციის ყველა საშუალებას გააჩნია მისთვის დამახასიათებელი შესაძლებლობები და მახასიათებლები განსაზღვრული საზოგადოებრივი ჯგუფების მიხედვით. უნდა განისაზღვროს რომელი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებაა საჭირო რეკლამის ობიექტის მოსაზიდად. ამის შემდეგ მიზანს წარმოადგენს ისეთი ტელეპროგრამის, რადიოსადგურის და ა. შ. შერჩევა, რომელიც შეძლებს სასურველი შედეგის მიღწევას ყველაზე ეფექტურად. რეკლამის გასაკეთებლად საუკეთესო სტრატეგიას წარმოადგენს სხვადასხვა საინფორმაციო საშუალების შერჩევა. ამის მიზეზებია: ა). საკუთარი რეკლამის საზოგადოების იმ ჯგუფებამდე დაყვანის აუცილებლობა, რომლებიც არ წარმოადგენენ მხოლოდ ერთი საინფორმაციო საშუალების მიზნობრივ აუდიტორიას; ბ). რეკლამის გამოვრების უზრუნველყოფა ნაკლებად ძვირი საშუალებებით, მას შემდეგ რაც უზრუნველყოფილი იქნება პირველი საინფორმაციო საშუალებების მეშვეობით მიზნობრივი აუდიტორიის ოპტიმალური მოცვა.

მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების დაგეგმვა რთულ საკითხს წარმოადგენს. ერთ-ერთი მიზეზი ის არის, რომ მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების მრავალფეროვნება და ყოველი მათგანი გვთავაზობს ზემოქმედების ინსტრუმენტების სულ უფრო გამრავალფეროვნებულ ვარიანტებს. კამპანიის სარეკლამო საშუალებები, რომლებიც უნდა იყოს განსაზღვრული საზოგადოებაზე, შეიძლება გავრცელდეს სხვადასხვა ფორმით: ელექტრონული, ანუ, იგივე ტელევიზია და რადიო, ბეჭდვითი, ანუ, გაზეთები, ჟურნალები, პლაკატები, საფოსტო გზავნილები. ამიტომ ეს ყველაფერი (თუ სად რა სახის რეკლამა გაკეთდეს გავრცობის მიზნით) კონკრეტული კამპანიის სპეციალისტმა უნდა განსაზღვროს, მან უნდა იცოდეს, თუ რომელ განვრცობის საშუალებას ფლობს თითოეული აღნიშნული ძირითადი საშუალება, თუ რა კონკრეტულ შემთხვევაში გააჩნია თითოეულ განვრცობის საშუალებას უპირატესობა და ნაკლოვანებები. ყველაზე ძვირადღირებულ სარეკლამო არხებს მიეკუთვნება მასობრივი საშუალებები: ტელევიზია, რადიო, გაზეთები. ასევე ზუსტად და

სწორად უნდა იყოს შერჩეული თუ რა დროს გადაიცემა რეკლამა, რაც ასევე, რა თქმა უნდა, ფასზეც ახდენს ზეგავლენას. ყველაზე დაბალფასიანი საშუალებებია: ფოსტა და ტელეფონი.

კონკრეტული რეკლამა უნდა იყოს მარტივი და გასაგები მომხმარებლისათვის. სარეკლამო კამპანიის განმახორციელებელს მხედველობაში უნდა ჰქონდეს, რომ ჩვეულებრივი მომხმარებელი არ არის სპეციალისტი და ის ინფორმაცია, რაც მომხმარებლის ორგანიზატორებისთვის შეიძლება მეტად მნიშვნელოვანი და ბევრის მთქმელი იყოს, მომხმარებელს არაფერს ეუბნებოდეს. სარეკლამო ინფორმაცია უნდა იყოს ადვილად შესამჩნევი და დასამახსოვრებელი.

რეკლამა უნდა გამოირჩეოდეს საფირმო სტილით და შეიცავდეს საფირმო ნიშანს. თავის მხრივ, საფირმო სტილი არის კონკრეტული ფირმის თავისებური სიტყვა, რომლის მეშვეობითაც იგი პოპულარიზაციას უწევს თავის პროდუქტს და ხელს უწყობს როგორც მოცემული პროდუქტის, ისე თვით პოპულარიზაციას, რაც გაცილებით უფრო მნიშვნელოვანია.

რეკლამის გაკეთების დროს ძირითად პრობლემას წარმოადგენს საზოგადოების რაც შეიძლება მეტი ჯგუფებისათვის ინფორმაციის მიწოდება და ამავე დროს, დანახარჯები იყოს მინიმალური ან არ დაიხარჯოს ბევრად მეტი. საჭიროა ინფორმაციის მოძიება კონკრეტული რადიოსადგურის ან სხვა მასობრივი საინფორმაციო საშუალების მიზნობრივი აუდიტორიის მოცვის შესახებ, პოტენციურად ეფექტური რეკლამის შესაქმნელად. იმავედროულად, უნდა ვიცოდეთ ინტერესის დონე, რომელიც ვლინდება აუდიტორიის მიერ ამა თუ იმ რადიოსადგურის ან სხვათა მიმართ. ფართო აუდიტორიაზე გასასვლელად რეკლამა ბევრად უფრო იაფია, ვიდრე გასვლა ერთ პოტენციურ კლიენტზე, ინდივიდუალური რეალიზაციის მეთოდის გამოყენებით.

სარეკლამო საშუალების არჩევის შემდეგ ეტაპს წარმოადგენს ყოველი არსებული მასობრივი საინფორმაციო საშუალების რენტაბელობის ანალიზი. უნდა გაირკვეს რამდენად ემთხვევა საინფორმაციო საშუალებას არჩეული აუდიტორია, შერჩეული საშუალება რამდენად შეესაბამება ორგანიზაციის მიზნებსა და სტრატეგიებს. ამის განსაზღვრის შემდეგ შესაძლებელია გადაწყვეტილების მიღება ღირს თუ არა რეკლამის გაკეთება ამა თუ იმ საინფორმაციო საშუალების მეშვეობით. აუცილებელია გაკეთდეს ანალიზი რეკლამის ეფექტურობის შესახებ. ეს რეკლამის

მიზანმიმართულობისა და შედეგიანობის შესახებ ინფორმაციის მიღების საშუალებას იძლევა. ეფექტურობის სრულყოფილად განსაზღვრა შეუძლებელია, თუმცა მიახლოებითი გათვლაც ამართლებს, იქიდან გამომდინარე, რომ რომ არსებობს რეკლამის მიზანმიმართულების განსაზღვრის შესაძლებლობა.

განასხვავებენ რეკლამის ეკონომიკური ეფექტურობისა და სხვადასხვა სარეკლამო საშუალების ფსიქოლოგიური ზეგავლენის მოზღდენის ეფექტურობას ადამიანზე. ეკონომიკური ეფექტურობა დამოკიდებულია ადამიანზე ფსიქოლოგიური ზეგავლენის მოზღდენის დონეზე. ფსიქოლოგიური ეფექტურობა განისაზღვრება მომხმარებლის რაოდენობის მოცუთ, სიმკვეთრითა და შთაბეჭდილებების მოზღდენის სიღრმით, რომლებიც რჩებიან ადამიანის მეხსიერებაში და იპყრობენ ყურადღებას.

სარეკლამო საქმიანობის თითქმის ყველა ფუნქციის რეალიზაცია მჭიდრო კავშირშია რეკლამის ბიუჯეტის დაფინანსების, შემუშავების და განხორციელების პრობლემასთან. სარეკლამო ბიუჯეტის განსაზღვრისათვის საჭიროა გადაწყვეტილების მიღება ორი მიმართულებით: 1). სარეკლამო ბიუჯეტის სიდიდის განსაზღვრა; 2). სარეკლამო ბიუჯეტის განაწილება.

დაბოლოს, რეკლამა ორგანიზაციას სახელის დამკვიდრებისა და საზოგადოებრივი ყურადღების მოპოვების საშუალებას აძლევს, რაც სხვა შემთხვევაში თითქმის შეუძლებელია. ნებისმიერი კომპანია ფუნქცია აუდიტორიაზე ზეგავლენის მოსახდენად, საზოგადოებრივი აზრის ჩამოსაყალიბებლად. მიზანშეწონილია სარეკლამო კამპანიის წარმოება მოხდეს იმ ტელეარხების და ა. შ. მეშვეობით, რომლებსაც საზოგადოება ანიჭებს უპირატესობას. სარეკლამო კამპანიის მიზანი უნდა იყოს: კომუნიკაციური არხების შერჩევა ოპტიმალური პარამეტრებით, კომუნიკაციური არხების მეშვეობით გადაცემული ინფორმაციის ეფექტურობის მართვა, მონიტორინგი და შეფასება.

საგამომცემლო ბაზრის კვლევის ზოგიერთი საკითხი

„ბიზნესის სასაფლაო სავსეა ვაჭრობაში მონაწილე იმ ინდივიდებით, რომლებმაც ყური არ დაუდღეს თავიანთ კლიენტებს!“

პ. ლორანჟის მიხედვით, მენეჯმენტში სტრატეგიული დაგეგმარების პროცესი უმაღლესი მმართველობითი რგოლისათვის ორგანიზაციის მართვის გადაწყვეტილების მისაღები ერთ-ერთი მძლავრი ინსტრუმენტია. მისი დანიშნულებაა, უზრუნველყოს ორგანიზაციაში ცვლილებებისა და ნოვატორობის საჭირო დონე. სტრატეგია დეტალური, ყოვლისმომცველი კომპლექსური გეგმაა და პირველყოვლისა, ორგანიზაციის მისიის განხორციელებას უწყობს ხელს; სტრატეგიული გეგმა უნდა ემყარებოდეს ყოველმხრივ გამოკვლევასა და ფაქტობრივ მონაცემებს. იმისათვის, რომ ფირმამ თანამედროვე ბიზნესგარემოში ეფექტურად შეძლოს კონკურენციის გაწევა, მან აუცილებლად მუდმივად უნდა იმუშაოს დიდძალი ინფორმაციის შეკრებასა და ანალიზზე, რომელიც შესაძლოა ეხებოდეს მის გაზრდას, ბაზარს, კონკურენციის პირობებსა და ა. შ.

რაც შეეხება სტრატეგიის ცნებას მარკეტინგში, ამ შემთხვევაშიც მას უმნიშვნელოვანესი ფუნქცია აკისრია. მარკეტინგული სტრატეგია მოიცავს მარკეტინგის ამოცანების გაცნობიერებას, მარკეტინგის გარემოს, არჩევანს ალტერნატიულ სტრატეგიებს შორის და მათ განხორციელებას. სტრატეგია გულისხმობს დასახული მიზნების მიღწევის საშუალებას, ამ უკანასკნელის განხორციელება კი მაკარტის მარკეტინგულ მიქსთან ერთად (პროდუქტი, ფასი, ადგილი, დაწინაურება) რამდენიმე სხვა ძირითად ეტაპსაც მოიცავს. თავის მხრივ, ბაზარი, მომხმარებელი, მარკეტინგისათვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი რგოლია. მისი ანალიზი კი სტრატეგიის უმნიშვნელოვანესი ნაწილია.

მარკეტოლოგიისათვის მომხმარებელი არის ცენტრალური ფიგურა. მათი ამოცანაა, მაქსიმალურად დააკმაყოფილონ მომხმარებელთა საჭიროებები და მოთხოვნილებები. მოთხოვნილება მარკეტინგის ამოსავალი წერტილია. ზოგადად ბაზარი და მისი

გამოკვლევა კი მონაცემთა სისტემატიური შეგროვება, აღრიცხვა და ანალიზია, რომელიც აუცილებელია ფირმის შედეგების განსაზღვრისათვის.

საგამომცემლო კომპანიების მომხმარებელი, იმ შემთხვევაში, თუ ორიენტირ პროდუქტად მხოლოდ წიგნს ავიღებთ, სხვადასხვა მახასიათებლით განისაზღვრება, გამომდინარე თავად წიგნის ტიპისა (ან ჟანრისა). ეს, თავის მხრივ, პროდუქტს მრავალფეროვნებას სძენს და, მომხმარებლის რიცხვს ზრდის და, იმავდროულად, მარკეტინგის მენეჯერს აძლევს საშუალებას, ისევ ბაზარზე მოახდინოს პროდუქტის ლაივრება, მისი სხვადასხვაგვარად წარმოჩენა და, შესაბამისად, ბაზრის მოცულობის გაზრდა.

ითიოეულ წიგნს, პირველ რიგში, ავტორი ქმნის, მაგრამ ამასთან ერთად საჭიროა დამატებითი „პარტნიორი“, რომელიც კონსულტაციას გაუწევს ავტორს, უზრუნველყოფს ტექსტის რედაქტირებას, დაბეჭდვას წიგნს, განახორციელებს ყველა საჭირო სამარკეტინგო თუ საზოგადოებასთან ურთიერთობის ღონისძიებას, რადგან ავტორი და მისი წიგნი მომხმარებელს გააცნოს. ფაქტობრივად, შეიძლება ითქვას, წიგნი მომხმარებლისთვის იქმნება. ხოლო, სანამ მარკეტინგის მენეჯერი პროდუქტის შექმნას დაიწყებს, პირველ ეტაპზე მომხმარებლის, ბაზრის მოთხოვნილებების ანალიზი უნდა ჩაატაროს.

ხელოვნების მარკეტინგული მოდელი ტრადიციულისგან იმით განსხვავდება, რომ პირველ შემთხვევაში მთავარ, ცენტრალურ ფიგურას, საორიენტაციო საგანს თავად პროდუქტი წარმოადგენს. მარკეტინგის ტრადიციული მოდელი კი მთლიანად ბაზარზეა ორიენტირებული. საგამომცემლო ბიზნესი თანამედროვე სახელოვნებო სივრცეში სხვა რამდენიმე სფეროსთან ერთად, ერთ-ერთ კომერციულ საქმიანობას წარმოადგენს. გამომცემლობებს, ფაქტობრივად ორმაგი მარკეტინგული ქმედების განხორციელება უწევთ: მუშაობა ორ საკმაოდ სერიოზულ ცვლადზე – პროდუქტსა და ბაზარზე. ასე მაგალითად, თუ ჩვეულებრივ, არასახელოვნებო ორგანიზაციაში ბაზრის სეგმენტები იყოფა პროდუქციის მიხედვით, კულტურულ ორგანიზაციაში ეს დაყოფა ხდება სპეციალური კლიენტურის მიხედვით. საგამომცემლო სახლები უნდა უზრუნველყოფდნენ პროდუქტისა და მომხმარებელზე ერთნაირ მუშაობას. საგამომცემლო საქმე, ვფიქრობ, რომ დამოკიდებულია არ მხოლოდ პროდუქტზე, არამედ, ასევე მომხმარებელზეც. თუმცა გამომცემელს არ უწევს ახალი პროდუქტის გამოგონება, შექმნა და ა. შ. პროდუქტი (წიგნი) განსაზღვრულია და ამ პროდუქტს უკვე

უკავია ბაზრის განსაზღვრული სეგმენტი. თუ გავითვალისწინებთ, დღეს არსებულ წიგნის მყიდველობით-მკითხველობით დონეს საქართველოში, მონაცემები საკმაოდ შემაშფოთებელია. ყველაზე წარმატებული საგამომცემლო სახლი ერთი წლის განმავლობაში საშუალოდ მხოლოდ 1000 ერთეულ წიგნს ყიდის. ეს გარკვეულწილად, შესაძლოა, თავად პროდუქტის „ბრაღიცაა“, ან, შესაძლოა, ხდებოდეს არასწორი მენეჯმენტის, არასათანადო მარკეტინგული სტრატეგიის, ან სულაც შიდა ორგანიზაციული პრობლემების შემთხვევებში.

მარკეტინგში „ბაზრის“ რამდენიმე განსხვავებული განმარტება არსებობს, მაგრამ ყველა მათგანი მოიცავს ერთ საერთო პუნქტს: ბაზარი შედგება მომხმარებელთა ერთეულებისაგან, რომელთაც მსგავსი მოთხოვნილებები აქვთ (აღსანიშნავია, რომ ეს მოთხოვნილებები ერთმანეთის მსგავსია და არა ერთნაირი). ამის მაგალითია ის, რომ, როგორც ზემოთ აღვნიშნე, წიგნის მომხმარებელი განიხილება, როგორც ბაზარი, რომელიც შედგება გარკვეული „სუბიექტებისგან“, რომელთაც აქვთ საერთო ინტერესები კითხვის მიმართ და ამ ინტერესებს გამოხატავენ იმით, რომ ისინი იძენენ წიგნებს. ინტერესი ადამიანის ცნობიერებაში მოთხოვნილებების ბიძგს აჩენს და აი, სწორედ ეს მოთხოვნილებები უნდა განსაზღვროს მარკეტინგის მენეჯერმა.

ბაზრის კვლევა, როგორც მომხმარებელთა მოთხოვნილებების განსაზღვრა, საკმაოდ საინტერესო პროცესია. კვლევის მიზანი ასეთნაირად უნდა იყოს განსაზღვრული: – ვინ არის მომხმარებელი? რას შეისყიდის იგი და რა სახის მომსახურება სჭირდება მას? ისევე როგორც ნებისმიერ ორგანიზაციას, კვლევასაც აუცილებლად უნდა გააჩნდეს დასახული მიზანი (ან მიზნები), რომ თანმიმდევრული ქმედებებით მიაღწიონ წინასწარ განსაზღვრულ მიზანს. საგამომცემლო სახლებს ნათლად უნდა ჰქონდეთ განსაზღვრული მიზნობრივი და პოტენციური მომხმარებლის მოთხოვნები, სურვილები.

ბაზრის კვლევასთან დაკავშირებული ქმედებები დიდ გამომცემლობაში შესაძლოა მარკეტინგის განყოფილებამ ჩაატაროს ან ამ განყოფილებასთან არსებულმა კვლევის კომიტეტმა, სააგენტომ ან სულაც დეპარტამენტმა. ეს სააგენტო დაკომპლექტებული უნდა იყოს სპეციალისტებით. მათ უნდა შეეძლოთ ტექნიკური ექსპერტიზის შესრულება და მონაცემთა დამუშავება. რაც შეეხება პირველად კვლევას, რაც ზემოთ უკვე ვახსენე, იგი ზორციელდება თავად ბაზარზე და გათვლილია სპეციფიკური ინფორმაციის მოპოვებაზე სპეციფიკური კითხვების საპასუხოდ. საგამომცემლო სახლები არ

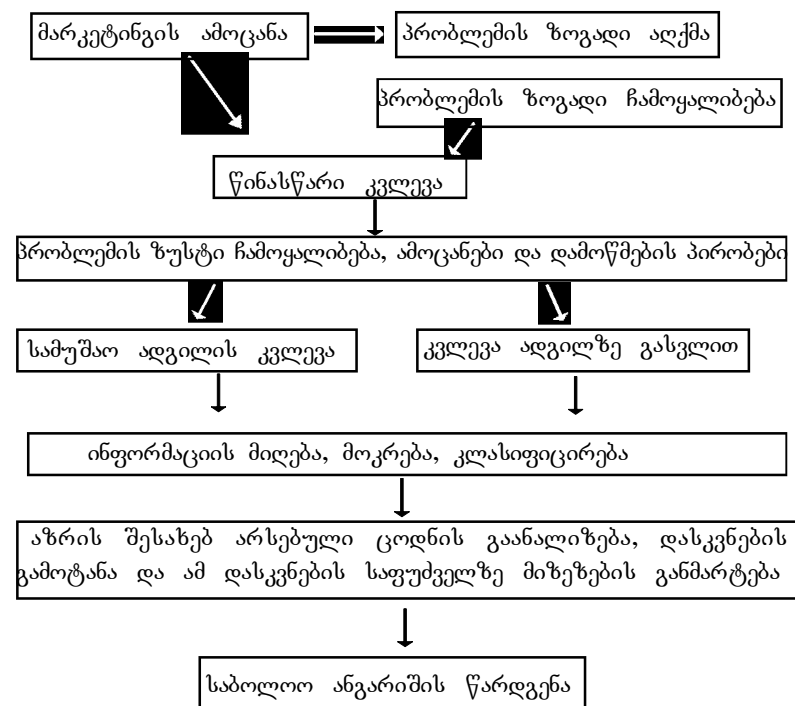
არაიან ისეთი დიდი და მასშტაბური ორგანიზაციები, რომ მარკეტინგული საქმის განსახორციელებლად, უფრო ზუსტად კი, ბაზრის კვლევის ჩასატარებლად აუცილებელი იყოს ცალკე განყოფილების გამოყოფა. ამ საქმიანობას, ვფიქრობ, რომ თავისუფლად შეასრულებს ერთი მენეჯერი და ორი ასისტენტი. მათ შეუძლიათ მიმართონ თავიანთი პროდუქტის სარეალიზაციო პუნქტებს: წიგნის მაღაზიებს, კიოსკებს, ლიტერატურულ ცენტრებს და ა. შ. მკვლევრებმა სათითაოდ უნდა გამოიკვლიონ ცალკეობით მოვაჭრეთა მყიდველთა დამოკიდებულება, აზრი არსებულ პროდუქტთან მიმართებაში. ამის გაკეთება კი საკმაოდ ადვილია: ნებისმიერ გამომცემლობას შეუძლია წიგნის გავრცელების პუნქტებში (რა თქმა უნდა, დამატებითი ანაზღაურების ან რაიმე გარკვეული ფორმის სტიმულირების შემდეგ), პროდუქტის რეალიზატორებს დაურიგოს შესაბამისი ფორმის კითხვარი, რისი მეშვეობითაც გამომცემლობას უკვე გაუჩნდება მომხმარებლის აზრის შესახებ ინფორმაციის მინიმუმი. გარდა ამ ტიპის კვლევისა, მარკეტინგის თეორიაში აზრის შესახებ ინფორმაციის მოპოვების რამდენიმე ხერხი არსებობს:

1. პირადი ინტერვიუ;
2. ინტერვიუ ტელეფონის მეშვეობით;
3. კვლევა ფოსტის მეშვეობით;
4. მომხმარებელთა სიები.

ინფორმაციის ეს ოთხი წყარო (ამას გარდა არსებობს კიდევ სხვა ხერხებიც) ხელს უწყობს იმის აღმოჩენას, თუ ვინ არიან წიგნის მყიდველები, რა მოთხოვნები აქვთ მათ და რას შეისყიდიან ისინი. თავისუფლად შესაძლებელი თითოეულის მათგანის ქართულ გამომცემლობებთან მისადაგება: პირველ ორ შემთხვევაში აუცილებელია ინტერვიუერისგან რესპონდენტის სწორად შერჩევა, შემდეგ კი გარკვეული, წინასწარ შედგენილი კითხვარით ინფორმაციის მოპოვება. საგამომცემლო ბიზნესში ინფორმაციის ამ ხერხით მოპოვება უნდა მოხდეს აუცილებლად წიგნის არსებული ან პოტენციური მკითხველიდან (მყიდველიდან). კვლევის ეს მეთოდი მეტად აპრობირებულია მსოფლიო წიგნის ბაზარზე. კვლევის კიდევ ერთი ხერხია გამოკითხვა ფოსტის მეშვეობით. თანამედროვე ტექნოლოგიები იძლევიან იმის საშუალებას, რომ გამომცემლობამ მინიმალური რაოდენობის ხარჯებით ურთიერთობა დაამყაროს რესპონდენტებთან. წერილს აუცილებლად თან უნდა ახლდეს დამატებითი ინფორმაციის მისაღები შესავსები ფორმატის კითხვარი. სასურველია, წერილს

ასევე თან ახლდეს მცირე „საჩუქარი“, მისალოცი ბარათი ან რაიმე პროდუქტის შესათავაზებელი პაკეტი (ფასდაკლება, ბონუსი და ა. შ.), ეს ყველაფერი, რა თქმა უნდა, დამატებითი მასტიმულირებელი საშუალების სახით უნდა იყოს წარმოდგენილი. გამომცემლობებს ეს არხი დროის ფაქტორის მხრივაც ძალიან წაადგება, მინიმალურ დროში შესაძლებელია საკმაო რაოდენობის მომხმარებელს გაეცნოს. არსებობს კიდევ ერთი მეთოდი იმისათვის, რომ გამოიკვლიო მომხმარებელთა აზრი — სპეციალისტთა ჯგუფი. ამ შემთხვევაში საგამომცემლო ფორმაში უნდა გამოიყოს გარკვეული რაოდენობის ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც რეგულარულად იმუშავებს კვლევით საქმიანობებზე. მათ მიერ გამოკითხვები უნდა ხდებოდეს პერიოდულად.

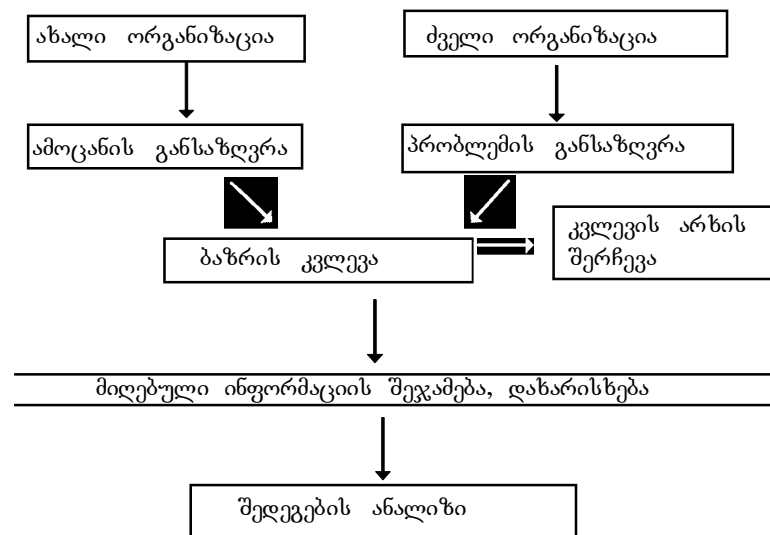
საერთო ჯამში კი მარკეტინგში ბაზრის კვლევის პროცესის აპრობირებული სტრატეგიები შემდეგნაირად შეიძლება ჩამოყალიბდეს:



ნებისმიერ საგამომცემლო სახლს ხელეწიფება ამ გრაფიკის მიხედვით დასახოს ბაზრის კვლევის სტრატეგია ან სულაც მოახდინოს ამ მარკეტინგულად მრავალნაირი ხერხის ადაპტირება თავის ორგანიზაციასთან. ნაშრომის დასასრულს შემოგთავაზებთ საგამომცემლო ორგანიზაციის ბაზრის კვლევის მინი სტრატეგიას, ანუ, იმ აუცილებელ და საჭირო ეტაპებს, რაც ნებისმიერმა ორგანიზაციამ უნდა გაიაროს, იმისათვის, რომ მიაღწიოს წარმატებას ბაზარზე, შეძლოს ჯანსაღი კონკურენციის გაწევა და, რაც მთავარია, გაზარდოს გაყიდვების რიცხვი.

პირველ რიგში, როგორც, ნებისმიერი მარკეტინგული საქმიანობის დაწყებისას, აუცილებელია ორგანიზაციამ განსაზღვროს ამოცანა. საგამომცემლო საქმიანობის ამოცანა, ლოგიკურად თუ ვიზუალურად, უნდა იყოს ბაზარზე დიდი სეგმენტის დაკავება, მომხმარებლის დიდი რაოდენობა და, შესაბამისად, ასევე დიდი რაოდენობის გაყიდული პროდუქტი. ეს იმ შემთხვევაში, თუ გამომცემლობა ახლად დაარსებულია. უკვე არსებულ ორგანიზაციას ამოცანა უკვე განსაზღვრული აქვს. ამ უკანასკნელმა ბაზრის კვლევა უნდა დაიწყოს არსებული პრობლემების აღქმით. პრობლემა შესაძლოა ბევრნაირი იყოს, ეხებოდეს პროდუქტს, ფასს, მარკეტინგული მიქსის ცვლადებს, მომხმარებელს და ა. შ. ბაზრის კვლევის სტრატეგიის დაწყება უნდა მოხდეს მომხმარებელთან, მყიდველებთან და ისევე ბაზართან დაკავშირებული პრობლემების განსაზღვრით. ორივე ტიპის (ახალი და ძველი) ორგანიზაციის სტრატეგიის მეორე საფეხური უნდა იყოს უშუალოდ კვლევა და აქვე მოხდეს კვლევის ხერხის შერჩევა, ანუ, იქნება ეს გამოკითხვა ფოსტით, ტელეფონით, მომხმარებელთან პირადი გასაუბრებით და ა. შ. უშუალოდ კვლევა უნდა მოხდეს ზუსტად გაწერილი კითხვარის მეშვეობით. მარკეტინგში ბაზრის კვლევისას დიდი მნიშვნელობა აქვს კითხვარის სწორად შედგენას. ეს კითხვარი რესპონდენტს აძლევს საშუალებას, გამოხატოს თავისი შეხედულება ორგანიზაციის, წიგნის, მიმართ, ამიტომაც, პირველ რიგში საჭიროა, კითხვების დასმისას მენეჯერი იყოს ობიექტური. უკვე არჩეული არხის ან არხების შემდეგ მენეჯერმა უნდა მოახდინოს ინფორმაციის შეგროვება, შეგროვება, დახარისხება. „სტრატეგიის“ ამ ეტაპზე, რადგან კვლევა ეხება გამომცემლობას და მის ძირითად პროდუქტს, შესაძლოა, ინფორმაციის დახარისხება მოხდეს წიგნის მომხმარებლის ასაკის მიხედვით, წიგნის ჟანრიდან ან თავად პროდუქტზე მომხმარებლის მოთხოვნილებიდან გამომდინარე.

დახარისხება შესაძლოა მოხდეს გრაფიკულად, სკალურად და ა. შ. ამის შემდეგი საფეხურია მიღებული შედეგების კლასიფიცირება და საბოლოო შედეგის (კვლევის შედეგის) გაწერა. შემდეგ, ეს შედეგები გადაეცემა მაღალი რგოლის ხელმძღვანელ-მენეჯერს. სწორედ ამ შედეგების მიხედვით უნდა მოხდეს ახალი სამოქმედო სტრატეგიის შედგენა. მეტი თვალსაჩინოებისთვის გთავაზობთ ამ „სტრატეგიის“ გრაფიკულ ვარიანტსაც:



მასლოუს „მოტივაციის თეორიის“ პირამიდის წვერის ბოლო სამი მოთხოვნილება უფრო მაღალი დონის მოთხოვნაა და მხოლოდ პირველი ორი მოთხოვნილების დაკმაყოფილების შემთხვევაში შეიძლება გაჩნდეს, ისიც არა ყველა შემთხვევაში. წიგნის შეძენა ინტელექტუალური სურვილია და, ბუნებრივია, ყველას არ უჩნდება. წიგნით ვაჭრობის შემთხვევაში ოდნავ რთულია ადამიანის მოტივირება. მით უფრო, თუ საქართველოში დღეს არსებულ წიგნის ყიდვის მიმართ დამოკიდებულებას გავიხსენებთ და რამდენიმე კვლევის მაგალითსაც მოვიყვანოთ: წიგნის სააგენტოს ოფიციალური მონაცემების მიხედვით, გაყიდვებისა და გამოცემების ლიდერი გამომცემლობა

საქართველოში „ბაკურ სულაკაურია“, რომელმაც ერთი წლის განმავლობაში წიგნის („ჩემი პირველი ზღაპრები“) 1215 ცალი ეგზემპლარი გაყიდა (!) ამ სამარცხვინო ციფრს თავი რომ ავარიდოთ, საჭიროა, გამოძეგვლობებმა ისე წარმართონ მარკეტინგული საქმიანობა, რომ მკითხველს შესთავაზონ ის, რაც მათ სურთ, შესთავაზონ მისაღები ღირებულების (თუმცა ეს უკვე ფასის დადგენის პრობლემაა) წიგნები. მკითხველის აზრის დადგენა კი მხოლოდ და მხოლოდ ბაზრის მონაცემების კვლევის შედეგად შეიძლება.

ნატალია მურჯიკენელი

მაგისტრატურა II კურსი

ხელმძღვანელი – პროფ. იური მღებრიშვილი

სტრესი ორგანიზაციაში და მისი მართვის სტრატეგიები

იაპონური მენეჯმენტის ერთ-ერთი წესის მიხედვით, ორგანიზაციის ეფექტიანობა დამოკიდებულია იმაზე, შეძლებს თუ არა ხელმძღვანელი დაეუფლოს მის თანამშრომლებში არსებულ სტრესის ენერგიას და ის წარმატების ენერგიად გარდაქმნას.

დღეს ორგანიზაციულ სტრესზე ვისაუბრებთ. შევეცდებით გავარკვიოთ, თუ რა გავლენა აქვს მას ბიზნესის წარმატება-წარუმატებლობაზე და როგორ შეუძლია კომპანიის ხელმძღვანელობას, სტრესი ისე მართოს, რომ მისი მანვე შედეგები ან გამორიცხოს ან მინიმუმამდე დაიყვანოს.

უშუალოდ სტრესის მართვაზე ოდნავ მოგვიანებით გადავალ, თავიდან კი ვუბასუხოთ ერთ მარტივ კითხვას: რა არის სტრესი?

ადამიანების უმეტესობა ფიქრობს, რომ სტრესი დაძაბულობის აღმნიშვნელი კიდევ ერთი ტერმინია. მაგრამ ეს საკმაოდ მარტივი განმარტებაა. სინამდვილეში სტრესი გაცილებით რთული და საინტერესო ფენომენია.

სტრესის შესახებ მეცნიერების ფუძემდებელია ცნობილი კანადელი ბიოლოგი ჰანს სელიე. მისი განმარტებით, სტრესი ორგანიზმის არასპეციფიკური რეაქციაა მის მიმართ წაყენებულ ნებისმიერ მოთხოვნაზე. იმისთვის, რომ ეს განმარტება გასაგები გახდეს, საჭიროა აიხსნას, თუ რა იგულისხმება სიტყვაში „არასპეციფიკური“. ორგანიზმის მიმართ წაყენებული ნებისმიერი მოთხოვნა თავისებური, ანუ სპეციფიკურია. მაგალითად, ყინვაში ადამიანი კანკალებს, რათა მეტი სითბო გამოეცხოს, სისხლძარღვები კი ვიწროვდება, რათა სხეულის ზედაპირიდან დაკარგული სითბოს რაოდენობა შემცირდეს. ეს არის ორგანიზმის სპეციფიკური რეაქციები, ანუ, სპეციფიკური ზემოქმედებით გამოწვეული სპეციფიკური ცვლილებები.

მაგრამ იმის მიუხედავად, თუ რა ცვლილებები ხდება ორგანიზმში, ყველა ამგვარ ზემოქმედებას ერთი საერთო რამ ახასიათებს: ისინი ორგანიზმისგან ითხოვს ადაპტაციას და ნორმალური მდგომარეობის აღდგენას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, სპეციფიკური ეფექტის

გარდა, ნებისმიერი ზემოქმედება ორგანიზმისგან ითხოვს არასპეციფიკური ადაპტაციური ფუნქციების ამოქმედებას და ნორმალური მდგომარეობის აღდგენას. ზუსტად ეს არის სტრესის განმარტება.

სტრესული რეაქციის თვალსაზრისით, არ აქვს მნიშვნელობა სასიამოვნოა თუ უსიამოვნო სიტუაცია, რომელიც ჩვენზე ზემოქმედებს. მნიშვნელობა აქვს მხოლოდ ადაპტაციისადმი მოთხოვნის ინტენსივობას.

სტრესის იგნორირების საფასური

დღესდღეობით, ადამიანის სიცოცხლეს, შესაძლოა, ნაკლები საფრთხე ემუქრება, მაგრამ ამის მიუხედავად, სტრესის დონე სულ უფრო და უფრო მატულობს. ახალი ტექნოლოგიებით და ახალი ინფორმაციით გამოწვეული ცვლილებების ტემპი იმდენად სწრაფია, რომ ადამიანი ამგვარ დატვირთვას ვეღარ უმკლავდება.

სტრესი თანამედროვე ბიზნისის განუყრელი ნაწილია და კომპანიის ნებისმიერი დონის თანამშრომელზე მოქმედებს. კომპანიის რიგითი თანამშრომელი განიცდის სტრესს, რადგან დაბალი ანაზღაურებით, მაგრამ დიდი დატვირთვით მუშაობს, ძალიან ბევრი მოვალეობა და გაცილებით ცოტა უფლება აქვს. შუა რგოლის მენეჯერებიც მუდმივად სტრესის პირობებში არიან – მათ უწევთ კლიენტთან ურთიერთობა, გაყიდვების მოცულობაზე ზრუნვა, რაც ფაქტობრივად ნიშნავს, რომ მათი სამუშაო ლოგიკური და ზემოქმედებითი აზროვნების (კრეატივის) გარკვეულ მონაწილეობას მოითხოვს. გარდა ამისა, ისინი ხელმძღვანელების პრეტენზიების მთავარ სამიზნესაც წარმოადგენენ. კიდევ უფრო ძლიერ სტრესშია ის, ვისაც ყველაზე მეტი პასუხისმგებლობა აკისრია – კომპანიის ხელმძღვანელობა. როგორც წესი, კომპანიის თანამშრომლებს მიაჩნიათ, რომ „მაღლა“ მყოფ დირექტორს ან კომპანიის პრეზიდენტს პრობლემები არ აწუხებს და არხეინად ცხოვრობს. სინამდვილეში კი, რაც უფრო მაღლა აღიზარ კარიერულ საფეხურზე, მით უფრო იმატებს სტრესის ინტენსივობა.

სტრესის გამო უარესდება ურთიერთობა კლიენტებთან, ასევე უშუალოდ კოლეგებს შორის, რადგან ადამიანები ადვილად გაღიზიანებადი და ნაკლებად ტოლერანტულები ხდებიან.

სტრესის ზემოქმედების ქვეშ მყოფი ადამიანები არაეფექტიან და ხშირად მცდარ გადაწყვეტილებებს იღებენ.

სტრესით გამოწვეული კადრების გადინებას მოჰყვება კომპანიის საქმიანობის შეფერხება, პროდუქტიულობის კლება და ხარჯების ზრდა (მაგ., ახალი თანამშრომლის აყვანისა და მათი ტრენინგის ხარჯები).

ზემოთ თქმული საკმარისია იმისთვის, რომ გასაგები გახდეს: გარკვეული დაძაბულობა სამუშაოზე სასარგებლოცაა და მამოტივირებელიც, მაგრამ როდესაც ორგანიზაციაში სტრესის ინტენსივობა იზრდება, ეს უკვე სერიოზული პრობლემაა, რომელსაც ხელმძღვანელობამ დროულად უნდა მიხედოს.

სტრესის სიმპტომები

რაც უფრო მალე გამოვავლენთ სტრესის ზღვარგადაცილებულ ინტენსივობას ორგანიზაციაში, მით უფრო სწრაფად შევძლებთ სიტუაციის მოწესრიგებას.

მოამზადეთ თქვენი თანამშრომლები სპეციალური ტრენინგების მეშვეობით, რათა მათ ისწავლონ და შეძლონ სერიოზული სტრესის სიმპტომების ამოცნობა საკუთარ თავში და კოლეგებში. დარწმუნდით რომ მათ იციან თქვენი მზაობის შესახებ და პრობლემების გაჩენის შემთხვევაში, მაშინვე თქვენ მოგმართავენ.

რა სიმპტომები მეტყველებს სტრესის მომატებულ დონეზე?

- პირველ რიგში, ადამიანები გრძნობენ, რომ ვეღარ უმკლავდებიან დატვირთვას;
- ისინი მუდმივად ჩქარობენ და დროის დეფიციტს განიცდიან;
- ვერ ახერხებენ კონცენტრირებას საქმეზე;
- ისინი მუდმივად დაღლილობას უჩივიან;
- ვერ ახერხებენ სამსახურებრივი პრობლემებიდან გადართვას და დასვენებას მაშინაც კი, როდესაც სახლში ბრუნდებიან
- უარეს შემთხვევაში მათ შესაძლოა სამსახურში მისვლის შიში განუვითარდეთ.

ხანდახან ხდება, რომ თვითონ ადამიანები ვერაფერს ხედავენ, სამაგიეროდ მისი თანამშრომლები ამჩნევენ გარკვეულ ცვლილებებს მის ქცევაში:

- სტრესში მყოფი ადამიანები იუმორის გრძნობას კარგავენ, უხასიათოდ არიან და ადვილად ღიზიანდებიან.
- მათი სამუშაო დღის ჩვეულებრივი რეჟიმი იცვლება: მაგალითად, გვიან მოდიან ან უარს ამბობენ შესვენებაზე.
- მათი მუშაობის ხარისხი უეცრად ეცემა.
- ისინი სულ უფრო და უფრო ხშირად აცდენენ სამსახურს ავადმყოფობის გამო.

სტრესის გამომწვევი მიზეზები და მისი შემცირების გზები

სტრესის გამომწვევი მიზეზები, პირობითად, რამდენიმე ძირითად კატეგორიად ერთიანდება.

1. სამუშაო დატვირთვასთან დაკავშირებული პრობლემები.

თანამშრომლებისთვის არაელასტიკური ამოცანების დასახვა მათ დემოტივაციას და პროდუქტიულობის დაცემას იწვევს.

2. დამატებითი სამუშაო საათები.

ზოგჯერ, გადაღებული საქმის დასრულების მიზნით, თანამშრომლებს უწევთ სამსახურში ადრე მოსვლა და გვიანობამდე დარჩენა. მაგრამ გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ რაც მეტად იდლება ადამიანი, მით უფრო უჭირს კონცენტრაცია და სამუშაოს ხარისხიანად შესრულება. ამიტომ, ასეთი დაძაბული მუშაობის შემდეგ თანამშრომელი ერთი დღით გაათავისუფლეთ, მიეცით მას საშუალება, სხვა მიმართულებით გადაერთოს.

3. მართვის სტილი.

ორგანიზაციული სტრესის ყველაზე ხშირი მიზეზია კონფლიქტი უფროსთან ან კოლეგასთან. ძალიან ხშირად ადამიანები დაშინების და აგრესიული ქცევის მსხვერპლნი ხდებიან. უფროსი, რომელიც საჯაროდ ამცირებს თანამშრომლებს ან წაახალისებს ამგვარ ქცევას მის ხელქვეითებს შორის, რისკის ქვეშ აყენებს საკუთარ რეპუტაციას და კარგავს კომპანიაში მომუშავე ადამიანების ნდობას. გასათვალისწინებელია აგრეთვე ის, რომ, რაც ერთი ადამიანისთვის სასაცილო ხუმრობად გამოიყურება, მეორესთვის, შესაძლოა, მძიმე შეურაცხყოფად იქცეს.

4. კომუნიკაციის ნაკლებობა.

ადამიანები საკუთარ მომავალზე ღელავენ და ეფექტურად ვერ მუშაობენ, თუ არ არიან ინფორმირებული ორგანიზაციაში მიმდინარე ცვლილებების შესახებ. თუნდაც ახალი მენეჯერის დანიშვნა. დროულად მიწოდებული ინფორმაცია ამშვიდებს ადამიანებს, ისინი თავს უსაფრთხოდ გრძნობენ და ჩვეულ რეჟიმში აგრძელებენ მუშაობას. აცნობეთ მათ რა გახდა ცვლილების მიზეზი და რა კუთხით შეეხება მათ ეს ცვლილება. დაუსვით თანამშრომლებს კითხვები, მოისმინეთ მათი მოსაზრებები: ისინი თავს კომპანიის ნაწილად იგრძნობენ, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის მათ მოტივაციას.

5. ოჯახური პრობლემები.

როდესაც ადამიანებს პირადი პირადი პრობლემები აწუხებს, ეს აუცილებლად აისახება მის მუშაობაზეც. ასეთ სიტუაციაში თანამშრომლის მიმართ გამოჩენილი თანაგრძნობა ეხმარება მათ, უფრო სწრაფად გადალახონ სტრესი და ცხოვრების ჩვეულ რიტმს დაუბრუნდნენ. შესთავაზეთ ადამიანებს მოკლევადიანი შევსება ან უფრო მოქნილი სამუშაო გრაფიკი.

6. მენეჯმენტის სტრესი.

კომპანიის პრეზიდენტი ან აღმასრულებელი დირექტორი, გამომდინარე თავისი თანამდებობიდან, ყოველთვის ერთგვარ იზოლაციაშია და უკვე ამის გამო ძლიერი სტრესის ქვეშ იმყოფება. ამას ემატება მასზე დაკისრებული პასუხისმგებლობის მაღალი ხარისხი და თანამშრომლების მხრიდან მხარდაჭერის ნაკლებობა (როგორც წესი, ისინი დარწმუნებულნი არიან, რომ უფროსმა ყველაზე უკეთ იცის, რა უნდა გააკეთოს ამა თუ იმ პრობლემურ სიტუაციაში).

გადაწყვეტილების მიღების პროცესი ნაკლებად სტრესულია, როდესაც პასუხისმგებლობა რამდენიმე ადამიანზეა გადანაწილებული. თუ გადაწყვეტილება მცდარი აღმოჩნდება, ამის პასუხისმგებლობაც გადანაწილდება და ერთ ადამიანს აღარ დააწევს.

„მართლობით“ გამოწვეული სტრესის შემცირების მიზნით, შეეცადეთ, მსგავს თანამდებობებზე მომუშავე ადამიანებს ესაუბროთ, მათი გამოცდილება გაიზიაროთ.

იმისათვის, რომ სტრესს გაუმკლავდეთ, თავიდან საჭიროა დადგინდეს, თუ სად იმალება სტრესის შესაძლო მიზეზები. პრობლემური „უბნის“ გამოვლენის შემდეგ თქვენ შეძლებთ, უშუალოდ იმუშაოთ ამ „უბანზე“ და თანამშრომლებს სტრესის შემცირებაში დაეხმაროთ.

სტრესის მართვის რამდენიმე მიდგომა

უმეტეს შემთხვევაში, სტრესი კომპლექსური, მრავალფაქტორიანი წარმოშობისაა, ამიტომ მისი დაძლევა შესაბამისი სტრატეგიის გამოყენებას საჭიროებს. სტრატეგიების არსენალი საკმაოდ დიდია, თუმცა, არსებობს რამდენიმე ძირითადი მიდგომა, რომელიც ადამიანს ეხმარება, მართოს სტრესი, აირიდოს ან გადალახოს მისი ნეგატიური შედეგები და მუდმივად მოიპოვოს ახალი რეზერვები საკუთარი ჯანმრთელობისა თუ შრომისუნარიანობის გასაძლიერებლად.

1. თვითშეგნება.

ამ პრინციპში მოიაზრება საკუთარი შესაძლებლობებისა და შეზღუდვების, პიროვნული ტემპერამენტისა და სტრესულ ვითარებაში ტიპური ქცევის, აგრეთვე, საკუთარი ფასეულობებისა და მიზნების ცოდნა.

რა არის საჭირო თვითშეგნებისათვის? საკუთარ თავზე დაკვირვება და გაანალიზება იმისა, თუ რომელი სტრესორები მოქმედებს თქვენზე უფრო ხშირად, და რა გემართებათ სტრესის დროს და რას აკეთებთ სტრესთან საბრძოლველად.

2. საკუთარ თავთან თანხმობა და საკუთარი შესაძლებლობების რწმენა.

ეს ორი ურთიერთდაკავშირებული ცნებაა: საკუთარ თავთან თანხმობა ნიშნავს, აღიარო სამი რამ: 1. მე ვარსებობ; 2. არ არსებობს რაიმე მიზეზი იმისა, რომ ვიყო განსხვავებული იმისგან, რაც ამჟამად ვარ; 3. მე არც „ღირსეული“ ვარ და არც „უღირსი“. საკუთარ შესაძლებლობების რწმენა ნიშნავს: 1. იცოდე რისი გაკეთება შეგიძლია და რისი არა; 2. იყო მზად ყველაფერი აკეთო შენი შესაძლებლობების ფარგლებში; 3. მუდმივად იმუშაო ამ ფარგლების გასაფართოებლად.

3. ჭკვიანური ეგოიზმი.

ჭკვიანური ეგოიზმის ფორმულა მარტივია: პირველ ადგილზე აყენებ საკუთარ ინტერესებს, თუმცა, არ ივიწყებ, რომ შენი ინტერესი გაცილებით უკეთ დაკმაყოფილდება, თუ კი სხვათა ინტერესებსაც გაითვალისწინებ.

4. რისკი.

ადამიანები, თავიანთი ბუნებიდან გამომდინარე, ცდილობენ მიაღწიონ სტაბილურობას და არ ჰქონდეთ მომავლის შიში. თუმცა, მათ, გარკვეულწილად რისკიანობაც ახასიათებთ. ჩვენ ვსაუბრობთ იმ გონიერ რისკზე, რომელიც აუცილებელია, რათა ცხოვრებისგან რაც

შეიძლება მეტი მიიღო და თავი აარიდო მოწყენილობით გამოწვეულ უარყოფით სტრესს. იმისათვის, რომ დაადგინო შენი შესაძლებლობები, უნდა გარისკო და გამოისცადო საკუთარი თავი ახალ საქმეში, ახალ ურთიერთობებში.

5. ზომიერება.

ზომიერების პრინციპი დაგეხმარებათ, თავიდან აირიდოთ ექსტრემალურობა აზროვნებაში, გრძნობებსა და ქცევაში. ექსტრემალური – ძალიან დაბალი ან ძალიან მაღალი მოლოდინების ან მუდმივი უიღბლობის განცდას აჩენს, ან მოსაბეზრებელს ზღის ცხოვრებას. ზომიერების პრინციპის არსი არის ის, რომ დაისახოთ რეალისტური და მიღწევადი მიზნები და ამოცანები, რომლებსაც ყოველდღიურად შეასრულებთ.

6. ემოციური და ქცევითი პასუხისმგებლობა.

ადამიანები, რომლებიც გრძნობენ, რომ საკუთარ ემოციებს და ქცევას ვერ აკონტროლებენ, გაცილებით ნაკლებად განიცდიან სტრესის მავნე ზეგავლენას. პასუხისმგებლობის აღების პრინციპი დაგეხმარებათ, თავად აგოთ პასუხი საკუთარ ემოციებზე, მოქმედებაზე, და მთლიანად თქვენს ცხოვრებაზე. ჰქონდეს ემოციური პასუხისმგებლობა ნიშნავს: ა. გვეროდეს, რომ თავად ქმნი შენს საკუთარ გრძნობებს და ბ. არასოდეს ადანაშაულებდე შენში გაჩენილი გრძნობის გამო სხვა ადამიანებს. ქცევითი პასუხისმგებლობა ნიშნავს, აღიარო, რომ თავად ხარ შენი ქმედების და ქცევის „ავტორი“ და არავინ გაძალეს განახორციელო ესა თუ ის ქცევა. ადამიანი, რომელიც პასუხს აგებს საკუთარ გრძნობებსა და ქცევაზე, არასოდეს აღმოჩნდება მსხვერპლის როლში და არასოდეს გამოამჟღავნებს გადამეტებულ რეაქციას სხვა ადამიანების სიტყვების ან ქცევის მიმართ. თუ ვერ შეცვლის გარემოს, იგი ყოველთვის შეძლებს შეცვალოს საკუთარი გრძნობა და განწყობა ამ გარემოს მიმართ.

7. მოქნილობა.

ამბობენ, რომ მოქნილი ხე ძლიერი ქარიშხლის დროს მოიხრება და გადარჩება, ხოლო ხისტი – გაუძლიანდება და გადატყდება. იყო მოქნილი ნიშნავს:

- იყო ღია ცვლილებების მიმართ როგორც შენს შიგნით, ასევე გარეთ.
- შეცვლილი გარემოებების შესაბამისად, შეგეძლოს შეცვალო შენი გეგმები და ქცევა.

- შეგებდეს აითვისოს აზროვნების ახალი წესი, რომელიც ცვალებად სამყაროსთან შეგუებაში დაგეხმარება.

- შეგწვევდეს უნარი, მისცე ადამიანებს საშუალება იფიქრონ და აკეთონ ის, რაც სწორად მიაჩნიათ, ხოლო თავად შენ აკეთე ის რაც შენთვისაა მისაღები.

მოქნილობა ზრდის გადარჩენის შანსებს ცვალებად გარემოში.

8. რეალობის მიღება (აღიარება).

რეალობის აღიარება ნიშნავს:

- დაეთანხმო იმას, რომ რეალობა თუნდაც უსიამოვნო, არსებობს
- მიხედუ, რომ ყველაფერი შენს გემოზე და შენს მოსაწონად ვერ მოხდება.

- გაურკვევლობა ან გაწბილება ნორმალური ცხოვრების ჩვეულებრივ ასპექტად განიხილო.

- შეეგუო იმას, რომ პიროვნული ცვლილებები შეზღუდულია. მიუხედავად, იმისა, რომ ნამდვილად შესაძლებელია ბევრი რაღაცის შეცვლა, ზოგი რამ უცვლელად დარჩება, როგორც უნდა ეცადო.

- შეეგუო იმ აზრს, რომ შეუძლებელია სხვა ადამიანების შეცვლა. მის გაცნობიერება ზედმეტ ტკივილს აგარიდებთ.

სტრესის მართვის სისტემური მიდგომის გამოცდილება

დასავლეთის ზოგიერთ ქვეყანაში შემოღებულია სტრესის მართვის სპეციალური სტანდარტები, რომლებიც სამუშაოსთან დაკავშირებული სტრესის დონის შემცირებისკენაა მიმართული. სტანდარტების შემუშავების უმთავრესი მიზანი იყო იმ ადამიანთა რიცხვის შემცირება, რომლებიც ხშირად ავადმყოფობდნენ და აცდენდნენ სამსახურს, ან კარგად ვერ ასრულებდნენ მათზე დაკისრებულ მოვალეობებს იმის გამო, რომ მაღალი დონის სტრესის ზემოქმედების ქვეშ იმყოფებოდნენ. სტრესის მენეჯმენტის სტანდარტების მიხედვით, დამქირავებელი ვალდებულია, თავის თანამშრომლებთან იმუშაოს და განუწყვეტლივ იზრუნოს სამუშაოსთან დაკავშირებული სტრესის დონის შემცირებაზე. ეს სტანდარტები, როგორც წესი, არასავალდებულოა, მაგრამ თუ სტრესის ეფექტიანი მართვა ორგანიზაციული კულტურის ნაწილი გაიზრდება, ის დიდ სარგებელს მოუტანს არა მხოლოდ კომპანიაში მომუშავე პერსონალს, არამედ მთლიანად კომპანიას.

სტრესის მართვის სტანდარტები ექვს ძირითად ასპექტს მოიცავს:

1. მოთხოვნები. იგულისხმება ისეთი საკითხები, როგორიცაა სამუშაო დატვირთვა, მუშაობის რეჟიმი და სამუშაო გარემო.

სტანდარტი: ადამიანები აღნიშნავენ, რომ მათ არ უჭირთ სამუშაო მოთხოვნების შესრულება; კომპანიაში დანერგილია პერსონალის ინდივიდუალურ პრობლემებზე რეაგირების სისტემა.

2. კონტროლი. სამუშაო პროცესის დაგეგმვა და განხორციელებაში რამდენად არის გათვალისწინებული კომპანიის თანამშრომლების აზრი.

სტანდარტი: ადამიანები აღნიშნავენ, რომ მათ აქვთ უფლება და საშუალება გამოთქვან მოსაზრება საკუთარ სამუშაოსთან დაკავშირებით; კომპანიაში დანერგილია პერსონალის ინდივიდუალურ პრობლემებზე რეაგირების სისტემა.

3. მხარდაჭერა. იგულისხმება კომპანიის, შუა რგოლის მენეჯერებისა და კოლეგების მიერ გაღებული რესურსები, წახალისება და დახმარება.

სტანდარტები: ადამიანები აღნიშნავენ, რომ კოლეგებისა და ხელმძღვანელობისგან საკმარის მხარდაჭერას და ინფორმაციას ღებულობენ; კომპანიაში დანერგილია პერსონალის ინდივიდუალურ პრობლემებზე რეაგირების სისტემა.

4. ურთიერთობები. იგულისხმება პოზიტიური სამუშაო განწყობის შექმნა, კონფლიქტების თავიდან არიდება და მიღებული ქცევის მიმართ დამოკიდებულება.

სტანდარტები: ადამიანები აღნიშნავენ, რომ მათ მიმართ არ ხორციელდება მათთვის მიღებული ქცევა (მაგ., დაშინება); კომპანიაში დანერგილია პერსონალის ინდივიდუალურ პრობლემებზე რეაგირების სისტემა.

5. როლი. ის, თუ რამდენად ესმით ადამიანებს საკუთარი როლი კომპანიის შიგნით და რამდენად უზრუნველყოფს ორგანიზაცია იმას, რომ ადამიანს ორ კონფლიქტურ როლში ერთდროული ყოფნა არ მოუხდეს.

სტანდარტი: ადამიანები აღნიშნავენ, რომ მათ ესმით თავიანთი როლი და მათზე დაკისრებული მოვალეობები; კომპანიაში დანერგილია პერსონალის ინდივიდუალურ პრობლემებზე რეაგირების სისტემა.

6. ცვლილება. როგორ იმართება დიდი ან მცირე მასშტაბის ცვლილება ორგანიზაციაში და როგორ ხდება თანამშრომლების ინფორმირება ცვლილებების პროცესში.

სტანდარტი: ადამიანები აღნიშნავენ, რომ ორგანიზაცია მათ სისტემატურად აყენებს საქმის კურსში კომპანიაში მიმდინარე

ცვლილებებთან დაკავშირებით; კომპანიაში დანერგილია პერსონალის ინდივიდუალურ პრობლემებზე რეაგირების სისტემა.

სასიამოვნო და სასარგებლო

საუბრის ბოლოს მინდა, ორგანიზაციულ სტრესთან ბრძოლისა და მისი პრევენციის კიდევ რამდენიმე პოპულარული მეთოდი ვახსენო. ამ მეთოდების გამოყენებისთვის ორგანიზაციის წინასწარი დიაგნოსტიკა ან აუდიტირება არ დაგჭირდებათ, რადგან ისინი უნივერსალურია და ამავე დროს ქმედითი.

ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული და პოპულარული მეთოდია კორპორაციული წვეულებების მოწყობა. გუნდის შეკრების თვალსაზრისით, ეს მშვენიერი ღონისძიებაა, თუმცა, მისი ორგანიზებისას უნდა გახსოვდეთ, რომ იქ, სადაც ალკოჰოლია, შესაძლოა, პრობლემები გაჩნდეს. ასე რომ, სტრესის მოხსნის ეს ძველბურთი რეცეპტი ძალიან ეფექტიანია, მაგრამ მაინც საფრთხილოა.

სტრესს ძალიან კარგად ხსნის სპორტი. კომპანია, რომელიც საკუთარ თანამშრომლებზე იზრუნებს, მათთვის სპორტულ დარბაზს თუ საცურაო აუზს მოაწყობს ან თუნდაც ტენისის მაგიდებს დააყენებს, შედეგად შრომის ნაყოფიერების 15%-იან ზრდას მიიღებს.

სტრესის პრევენციისა და შემცირების მიზნებს ემსახურება, აგრეთვე, შრომის პირობების გაუმჯობესება. იგულისხმება კარგი განათება, ოთახების განთავსება და ვენტილაცია, მოხერხებული სამუშაო ადგილი, კედლების წყნარი შეფერილობა, ხმაურის მაქსიმალური შემცირება. იმ კომპანიებში, სადაც უგულვებელყოფილი არ არის ეკონომიკის წესები, შრომის ნაყოფიერება ყოველთვის უფრო მაღალია.

ცაცა ჯორჯიაშვილი

მაგისტრატურის II კურსის სტუდენტი,
ხელმძღვანელი: პროფ. იური მღებრიშვილი

PR -ის (საზოგადოებასთან ურთიერთობის) როლი კულტურული ტურიზმის განვითარებაში

რესურსული პოტენციალის მნიშვნელობის მხრივ საქართველო ერთ-ერთი გამორჩეული ქვეყანაა, რომლის მიმართაც ინტერესი უძველესი დროიდან არსებობდა. ამის ნათელი მაგალითია თქმულება არგონავტების შესახებ.

საქართველო ევროპისა და აზიის გზაგასაყარზე მდებარეობს, შესაბამისად, სწორედ საქართველოს გავლით ხდებოდა ევროპისა და აზიის სახელმწიფოებს შორის სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობების განვითარება. ამ გზას, რომელიც ევროპასა და აზიას აკავშირებდა, ძველთაგანვე ეწოდა აბრეშუმის გზა, რომელზეც მოძრაობდნენ სავაჭრო ქარავნები, დიპლომატიური მისიები და კათოლიკე მისიონერები. იმის გამო, რომ მოგზაურობა იყო ხანგრძლივი და დამქანცველი, გაჩნდა აუცილებლობა სასტუმროს ტიპის ნაგებობების მოწყობისა.

შესაძლოა ვივარაუდოთ, რომ სწორედ აქედან იღებს სათავეს ჩვენში პირველი სასტუმრო-სახლების დაფუძნება. უფრო მოგვიანებით აღმოსავლური ტრადიციისამებრ ქალაქებში და საქარავნო გზებზე აშენდნენ ქარვასლები, სასვენები, ხანიები, სამაძლოები, იამები, ფუნდუკები და სხვა ამგვარი ტიპის ნაგებობები.

ევროპელი ვაჭრები და კათოლიკე მისიონერები თავიანთ ჩანაწერებში აღნიშნავდნენ რომ, თბილისში უფრო მეტ უცხოელს შეხვდებით ვიდრე სხვაგან სადმე (რა თქმა უნდა, საუბარია აღმოსავლეთის ქვეყნებზე).

საბჭოთა კავშირის შექმნის შემდეგ საქართველო მოკავშირე რესპუბლიკებისათვის მნიშვნელოვან კურორტულ და ტურისტულ ზონად გადაიქცა, რომელიც განთქმული იყო სამკურნალო მინერალური წყლებით, შავი ზღვის სანაპიროთი, მთის უნიკალური ჰავით და კავკასიონის ალპინისტური მარშრუტებით.

ამდენად, საბჭოთა პერიოდში საქართველოში ძირითადად ტურიზმის ორი სახე იყო ცნობილი: კულტურული ტურიზმი და

სამკურნალო ტურიზმი. XX საუკუნის 80-იანი წლებისთვის საქართველო ოთხ მილიონამდე ტურისტს მასპინძლობდა, რომელთაგანაც ძირითადი რაოდენობა კულტურულ ტურიზმზე მოდიოდა.

და მაინც, რა არის კულტურული ტურიზმი? – კულტურული ტურიზმი ფართო გაგებით ისეთ მოგზაურობას გულისხმობს რომელიც ხელოვნების, მემკვიდრეობისა და ღირსშესანიშნავი ადგილების გაცნობისკენ არის მიმართული. ხელოვნებაში იგულისხმება – გალერეები, სტუდიები, საშემსრულებლო (performing) და თვალსაჩინო ხელოვნება; კულტურულ საქმიანობაში – ფესტივალები, დღესასწაულები, რიტუალები, საღამოები და ა. შ.; ფიზიკურ მემკვიდრეობაში კი – შენობები და ბუნება.

ICOMOS-ი (the UN's International Council on Monuments and Sites) თავის საერთაშორისო კულტურული ტურიზმის ქარტიას აცხადებს, რომ: „ფართო გაგებით, ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობა ეკუთვნის ხალხს. თითოეულ ჩვენგანს კი გვაქვს უფლება და მოვალეობა იმისა, რომ გავივით, დავაფასოთ და შევინარჩუნოთ მისი უნივერსალური ფასეულობები“.

საერთაშორისო და საშინაო კულტურული ვიზიტორები განისაზღვრებიან ისეთ ვიზიტორებად, რომლებიც:

- ესწრებიან სხვადასხვა სახის კულტურულ ღონისძიებებს.
- სტუმრობენ გალერეებს, მონაწილეობას იღებენ ვორკშოპებისა და სტუდიების მუშაობაში.
- ეცნობიან მასპინძელი ქვეყნის ხელოვნებას, რეწვას, სამზარეულოს, ბუნებას, ტრადიციებს, ისტორიასა და ეთნოგრაფიას.

კულტურული ტურიზმი მოიცავს ყველა იმ მიმართულებას, რომელიც დაკავშირებულია ერის ისტორიის, კულტურის, ეთნოგრაფიის, მატერიალური და სულიერი კულტურის მემკვიდრეობის პოპულარიზაციასთან.

- ტურიზმის ეს მიმართულება, საშუალებას აძლევს ტურისტებს გაეცნონ ისტორიულ და კულტურულ მემკვიდრეობას, რითაც ჩვენს ქვეყანა ძალიან მდიდარია.

ქართველი ხალხის მრავალსაუკუნოვანი ისტორია აისახა მრავალრიცხოვან ისტორიულ ძეგლებში. ცნობილია, რომ საქართველოში 150-მდე მუზეუმი და 35 ათასი ისტორიული ძეგლია. 1994 წლიდან ოთხი მათგანი იუნესკოს მსოფლიო მნიშვნელობის ძეგლთა დაცვის სიაში შევიდა: 1. საქართველოს უძველესი დედაქალაქი მცხეთა, როგორც ქალაქი-მუზეუმი; 2. გელათის სამონასტრო

კომპლექსი (XI ს.); 3. ბაგრატის ტაძარი ქუთაისში (XI ს.) და 4. უშგულის არქიტექტურული ანსამბლი.

ამდენად ძალიან მნიშვნელოვანია თუ როგორ წარმოაჩენს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტი ქვეყნის ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ინფორმაციას საზოგადოებისთვის.

მიუხედავად იმისა, რომ ომის შემდგომი საქართველო ჯერ ეკონომიკურად და პოლიტიკურად სტაბილური არაა, დღეს ინტერესი თანამედროვე საქართველოს მიმართ როგორც მისი კულტურის, ასევე ისტორიის მიმართ, ისევ ძლიერდება უცხოელ ტურისტებში. მაგ.: საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის ინფორმაციით 2008 წლის 10 დეკემბრიდან 15 დეკემბრამდე საქართველომ უმასპინძლა იტალიური ტელევიზიის RAI UNO-ს წარმომადგენელთა 3 კაციან ჯგუფს.

აღნიშნული პრეს-ტურის მთავარ მიზანს წარმოადგენდა საქართველოს ტურისტული პოტენციალის შესწავლა და გაშუქება იტალიის ტელევიზიით.

გარდა ამისა ჟურნალისტებმა მოინახულეს და გადაიღეს ის ტერიტორიები, რომლებიც რვა აგვისტოს მოვლენების შედეგად იქნა დაზიანებული.

მათ საქართველოში ვიზიტის დროს, დაზიანებული ტერიტორიების გარდა მოინახულეს მცხეთა, კახეთი, ძველი თბილისი და სხვა ტურისტული ატრაქციები.

საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის სტატისტიკური მონაცემებით 2008 წელს (11 თვის განმავლობაში) საქართველოში ჩამოსულ ვიზიტორთა რაოდენობამ 1 200 000 მიაღწია, რაც დაახლოებით 25%-ით მეტია 2007 წელთან შედარებით.

კულტურული ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელია საქართველოში არსებული რესურსების მაქსიმალური ამოქმედება. აგრეთვე მნიშვნელოვანია ჩვენმა ქვეყანამ წამოიწყოს ფართომასშტაბიანი საერთაშორისო PR კამპანია, კულტურული ტურიზმის მიმართულების პოპულარიზაციის მიზნით, რომელიც მსოფლიოს წამყვან ტელეარხებზე და ბეჭდვით მედიაში, ორიგინალური მაღალხარისხიანი სარეკლამო რგოლებით და მასალებით განთავსდება. სწორედ ასეთი PR აქციებით თუ შევძლებთ ინფორმაციული ვაკუუმის შევსებას და საერთაშორისო საინფორმაციო სივრცეში მაღალი რეპუტაციის დამკვიდრებას. შიდა ტურიზმის

განვითარების მიზნით კი აუცილებლად მიმაჩნია ისეთი სატელევიზიო თუ რადიო გადაცემის შექმნა, რომელიც მუდმივად საქართველოს სხვადასხვა ტურისტულ ადგილებს „პრომოუშენს“ გაუწევს. მნიშვნელოვანია მომზადდეს სარეკლამო მასალები, კერძოდ კი – დაიბეჭდოს ტურისტული რუკები, საქართველოს კურორტების ჩამონათვალი ბროშურების სახით და სასტუმროებისა და სახლების guideline-ები, რომლებიც უზრუნველყოფენ როგორც ტურისტული პოტენციალის პოპულარიზაციას, ასევე მიაწვდიან საზოგადოებას ინფორმაციას ტურისტული ღირსშესანიშნაობების, მარშრუტების, სასტუმროების, კვების ობიექტების და სხვ. შესახებ. აღნიშნული ტიპის მასალა არამარტო ტურისტებისთვის იქნება გამოსადეგი, არამედ აქტუალური იქნება ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართული ადგილობრივი მოსახლეობისთვისაც. შესაბამისად, გლეხს ან ფერმერს, რომელსაც არა აქვს შესაძლებლობა რეკლამირება გაუკეთოს მის მიერ შეთავაზებულ ტურისტულ პროდუქტს (ღამის სათევს, კვებით ან ტრანსპორტით მომსახურებას და სხვ.), საშუალება ექნება მიაწოდოს სათანადო ინფორმაცია დაინტერესებულ პირებს, იქნება ეს ტურისტი თუ ტურისტული კომპანია. აგრეთვე საჭიროებას წარმოადგენს საინფორმაციო **web**-გვერდის შექმნაც.

ზემოთ ჩამოთვლილი პროექტების დაფინანსება თავდაპირველად უნდა განხორციელდეს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან და სპონსორული საქმიანობიდან. აგრეთვე სასურველია ინვესტიციების მოზიდვა სხვადასხვა ქვეყნიდან, რაშიც PR – სპეციალისტის სწორი კუთხით წარმართულ მუშაობას განსაკუთრებული როლი ენიჭება. კულტურული ტურიზმის განვითარება სახელმწიფოს თანადგომის გარეშე შეუძლებელი იქნება.

საქართველოში კულტურული ტურიზმის განვითარებას ხელს შეუწყობს სამთავრობო სტრუქტურების უფრო ფართო მასშტაბური ჩართვა პროცესის მენეჯმენტში.

– მთელი საქართველოს მასშტაბით უნდა განხორციელდეს ისეთი პროექტები, როგორიც მაგ., ტურიზმის დეპარტამენტმა შიდა ტურიზმის განვითარების მიზნით სვანეთში განხორციელა; ეს იყო „სვანეთის პოპულარიზაციის პროექტი“. აღნიშნული პროექტი შიდა ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ პირველ პროექტს წარმოადგენდა და მიზნად ისახავდა სვანეთის რეგიონში ტურისტული ნაკადის ზრდასა და ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის განვითარებისათვის პოტენციური ინვესტიციების მოზიდვას. დეპარტამენტის მიერ

მესტიასთან სოფელ კახრში, მოეწყო 150 კაციანი ტურისტული ბანაკი (Camp Town-ი), სადაც გაიმართა ახალგაზრდული მუსიკალური ფესტივალი „სვანესტი“; ამ პროექტის ფარგლებში სვანეთი 5000-მდე ქართველმა და უცხოელმა ტურისტმა მოინახულა. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ „სვანეთის პოპულარიზაციის პროექტის“ მიმდინარეობის პერიოდში დეპარტამენტის მიერ ჩატარდა აქტიური PR კამპანია: მომზადდა რამდენიმე სარეკლამო რგოლი, მომზადდა და გავრცელდა სარეკლამო ბეჭდვითი მასალა ლიფლეტებისა და სვანეთის რუკის სახით. სპეციალურად ტურისტებისათვის დამზადდა მისურები და გასადების საკიდები, რომლებზეც სვანეთის ლოგო იყო გამოსახული. ყოველივე ზემოთ აღნიშნულმა აქტიურად შეუწყო ხელი სვანეთის რეგიონში ტურისტული ნაკადის ზრდას.

საქართველოში უნდა შეიქმნას ტურიზმის ისეთი პოლიტიკა, სადაც გათვალისწინებული იქნება ოქსფორდის (United Nations Scientific and Cultural Organization) და WTO-ს (World Tourism Organization) პროგრამები, რეზოლუციები და რეკომენდაციები, რომელიც სავალდებულოა ნაციონალური მთავრობისათვის. მაგ., ისტორიის, კულტურისა და ბუნების ძეგლები წარმოადგენენ ქვეყნის ეროვნულ საკუთრებას. ამდენად, მათი გამოყენება მოითხოვს ძალზე სათუთ მოპყრობას – დევიზი: „დაიცავი – აღადგინე – ნუ დაზიანებ“, ისეთი უნიკალური ტერიტორიები, როგორიცაა – ძველი ქალაქები, საკარმიდამო სასახლე – პარკის კომპლექსი, საკულტო არქიტექტურა, ისტორიული ნაგებობები, ისტორიულ – კულტურული ძეგლები და ა. შ. კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა და მისი შენარჩუნება საქართველოს კულტურული ტურიზმის განვითარების მთავარ პრიორიტეტად უნდა მივიჩნიოთ.

უდავოა ის ფაქტი, რომ ტურიზმი ეკონომიკის უმსხვილესი სფეროა. მსოფლიო ეკონომიკაში იგი ლიდერის პოზიციას და კონკურენციას უწევს ნავთობის მოპოვებას. აქედან გამომდინარე კულტურული ტურიზმის და საერთოდ ტურიზმის განვითარებით საქართველოს ტურიზმის სხვადასხვა ტერიტორიული ერთეულისათვის გაიზრდება არა მარტო შემოსავალი, არამედ მოსახლეობას ჩამოუყალიბდება გარკვეული სიამაყის გრძნობა, რომ არსებობს რაღაც უნიკალური, რომელიც დამახასიათებელია მხოლოდ მისი კუთხისთვის და რომლის შეთავაზება შეუძლია სხვა კულტურის წარმომადგენლებისათვის;

- ამალდება მოსახლეობის ცხოვრების კულტურული ღონე.
- ბევრ ევროპულ ქვეყანაში საქართველოზე მწირი წარმოდგენა

გაანიათ. ტურისტების შემოღობვა კი გარკვეულწილად გამოიწვევს ამ ნაკლოვანების აღმოფხვრას.

– სტიმული მიეცემა ადგილობრივი კულტურული ტრადიციების შენარჩუნებას და აღორძინებას. ამ სტიმულირების წყაროდ ძირითადად უცხოელ ტურისტთა მაღალი მსყიდველობითი უნარის მქონე ბაზარი წარმოგვიდგება.

– შეიქმნება ახალი სამუშაო ადგილები.

– განვითარდება ყველა ის დარგი, რომელიც დაკავშირებულია ტურისტულ მომსახურებასთან.

– განვითარდება სოციალური და ადგილობრივი მეურნეობა (სასტუმროები, რესტორნები, სატრანსპორტო სისტემა, სუვენირების წარმოება, ხალხური რეწვა და სხვა).

– ქვეყნის ბიუჯეტში შემოვა უცხოური ვალუტა და მრავალფეროვანი გახდება ადგილობრივი ეკონომიკა, განსაკუთრებით მაღალმთიან რაიონებში, სადაც სოფლის მეურნეობა არასაკმარისად არის წარმოდგენილი და განვითარებული.

– გაიზრდება მოთხოვნა სოფლის მეურნეობის პროდუქციაზე.

– ხელი შეეწყობა იმ მიწების პროდუქტიულად ათვისებას, რომლებიც ნაკლებ ვარგისია სოფლის მეურნეობისათვის.

– ადგილობრივ მოსახლეობას ჩამოუყალიბდება კონკრეტული დამოკიდებულება საკუთარი ქვეყნის მიმართ, რაც მათ დაეხმარება ქართულ – ეროვნული ინდივიდუალობის დამკვიდრებაში. გაუჩნდებათ სურვილი მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანონ ისტორიულ – კულტურული მემკვიდრეობის დაცვაში და შენარჩუნებაში.

ყოველივე ზემოთ ჩამოთვლილი, საქართველოს საშუალებას მისცემს, არა მარტო იამაყოს საკუთარი მრავალსაუკუნოვანი კულტურით, არამედ ჩვენი ქვეყნის ეს ძლიერი სფერო აქციოს შემოსავლის და ეკონომიკური წინსვლის წყაროდ. თავის მხრივ, ადგილობრივი მოსახლეობა კულტურასთან ინტეგრირებულად იგრძნობს თავს.

ამასთან ერთად ყოველთვის უნდა გვახსოვდეს, რომ PR-ის (საზოგადოებასთან ურთიერთობის) როლი კულტურული ტურიზმის განვითარებაში ძალზე მნიშვნელოვანია, რადგან საზოგადოების მძაფრი ჩართულობის გარეშე ტურიზმის განვითარება შეუძლებელი იქნება. საზოგადოების აქტიური ჩართულობა კი შესაძლებელია მისი სხვადასხვანაირი სტიმულირებით. მაგ: „კახელი გლეხის“ რეწვის ნიმუშები და იგივე მის მიერ შექმნილი სუვენირები, არა მხოლოდ

შემოსავლის წყაროდ უნდა ვაქციოთ, არამედ გავუჩინოთ მას, მათი ლამაზად (მიმზიდველად) წარმოჩენის სურვილი ტურისტებთან მიმართებაში. ეს სტიმულირება შეიძლება მოხდეს მხოლოდ სწორი მესიჯებით. ეს კი PR-ის პრეროგატივაა.

PR – ა). ემსახურება ჩვენს სემენტურ, დაქსაქსულ საზოგადოებას კომუნიკატორისა და შუამავლის ფუნქციის შესრულებით; ხელმძღვანელობს ადამიანების ინფორმირებულობის ამაღლების პრინციპით და ცდილობს მათ შორის უთანხმოების აღმოფხვრას.

ბ). PR – ასრულებს თავის სოციალურ ვალდებულებას, გააუმჯობესოს ადამიანების კეთილდღეობა.

გ). ის ემსახურება საზოგადოებრივ ინტერესებს, საზოგადოების სხვადასხვა აზრის გათვალისწინებით. PR – უზრუნველყოფს ხელსაყრელ გარემოს, რომელშიც მოქმედებს როგორც საზოგადოება ასევე კომპანიები.

პრაქტიკულად კულტურული ტურიზმის განვითარებისათვის PR საქმიანობას წამყვანი როლი აკისრია, რადგან ეს საქმიანობა ტურისტული პროდუქტის გასაღების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ელემენტია.

PR (საზოგადოებასთან ურთიერთობა) – ტურისტულ პროდუქტსა და მომხმარებელს შორის არაპირდაპირი კავშირის ფორმაა, მისი მიზანია მიიპყროს საზოგადოების ყურადღება, გააღვიძოს მისი ინტერესი, გადასცეს დაწვრილებითი ინფორმაცია მომხმარებელს და დააინტერესოს იგი.

კულტურული ტურიზმის და საერთოდ ტურიზმის განვითარებისათვის PR – მიზნად ისახავს:

1. საზოგადოების ინფორმირებას,
- ინფორმაციის მიწოდებას ტურისტული პროდუქტის შესახებ;
- პროდუქტის იმიჯის ფორმირებას;
- ტურისტული ფირმის იმიჯის ფორმირებას;
- ფირმის მუშაობის შესახებ არსებული შეხედულებების კორექტირებას.
2. დარწმუნებას,
- სურვილის აღძვრას ტურ. პროდუქტის შესაძენად;
- დამოკიდებულების შეცვლას ტურ. პროდუქტის მიმართ;
- გაყიდვათა რიცხვის გაზრდას (ტურ. პროდუქტის გაყიდვის ხელშეწყობას);
- კონკურენციისათვის წინააღმდეგობის გაწევას (კონკურენტ

პროდუქტთან შედარებით უკეთესი რეპუტაციის დამკვიდრებას).

3. ზემოქმედებას მესხიერებაზე,

- ტურისტულ ბაზარზე ფირმისა და მისი პროდუქტის მუდმივად არსებობას და რაც მთავარია დადებითი იმიჯის შენარჩუნებას.

საინტერესოა თუ როგორ ახერხებს ერთ-ერთი ტურისტული კომპანია KALASI TOUR-ი მომხმარებელთა მოზიდვასა და დაკმაყოფილებას ადგილობრივ თუ საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე.

კომპანია KALASI TOUR-ი, რომელიც როგორც შემომყვან, ასევე გამყვან ტურიზმზე აქტიურად მუშაობს, საზოგადოების ინფორმირებას ამა თუ იმ ტურ-პროდუქტის შესახებ, ძირითადად Web-გვერდის მეშვეობით, ანუ, online PR-ით უზრუნველყოფს (www.kalasitour.ge); მომხმარებლის დარწმუნებას და მასში სურვილის აღძვრას ტურ-პროდუქტის შესაძენად, ტურისტთან უშუალო კონტაქტებით ახორციელებს; ხოლო რაც შეეხება კონკურენტ პროდუქტთან შედარებით მაღალი რეპუტაციის დამკვიდრებას კი – მომსახურების მაღალი ხარისხით ცდილობს. მართალია კომპანია სწორედ იმ ამოცანების განსახორციელებლად მიისწრაფვის, რომელსაც PR (საზოგადოებასთან ურთიერთობა) ტურიზმის განვითარებისთვის მიზნად ისახავს, თუმცა არსებობს ხარვეზები და შენიშვნები რაც სამომავლოდ გასათვალისწინებელია. მაგ: ჩვენ მიერ წარმოდგენილ კომპანიას არ გააჩნია საკმარისი ინფორმაციის მომცველი ისეთი ბეჭდვითი მასალები, როგორიცაა ფლაერები, ბუკლეტები, საინფორმაციო ფურცლები, რუკები და ა.შ. რაც ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ხარვეზს წარმოადგენს, რადგან აღნიშნული მასალა ხომ, ნაწილობრივ გარანტიას საზოგადოების ინტერესის აღძვრის ტურ-პროდუქტის მიმართ. საერთაშორისო დონეზე კომპანიის ცნობადობის ამაღლების მიზნით ურიგო არ იქნებოდა ისეთ საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენა-ბაზრობებზე მონაწილეობის მიღება, მაგ.: როგორიცაა: ITB, რომელიც ყოველ წელს გერმანიაში, ქ. ბერლინში, იმართება; ასევე WTM-ი (World Tourism Market) დიდ ბრიტანეთში და სხვა.

კომპანია KALASI TOUR-ი ძალიან იშვიათად ატარებს PR აქციებს, თუმცა მის წარმომადგენელთან გასაუბრებისას მან განგვიცხადა, რომ „PR, მართლაც, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში, თუმცა მას მაინც ფუფუნების სფეროდ მიიჩნევენ“. ასეთი მიდგომა მცდარი იქნებოდა მაშინ, როცა PR-ს ყველა ზემოთ ჩამოთვლილთან ერთად კიდევ ბევრი სხვა

მნიშვნელოვანი როლი აკისრია, მაგ., იმიჯის ფორმირების თვალსაზრისით PR-ის ფასდაუდებელი თვისება ის არის, რომ მას შეუძლია დამაჯერებელი, მაგრამ უხილავი შეტყობინებების გაგზავნა საზოგადოებისათვის.

იმიჯი – როგორც ხელოვნურად შექმნილი შეხედულება მასობრივ ცნობიერებაში გარკვეულ კეთილგანწყობილებას აყალიბებს ტურ. პროდუქტისა თუ ტურ. ფირმის მიმართ.

იმიჯის უგულვებელყოფა ტურიზმის სფეროში ყოველად დაუშვებელია, რადგან სწორედ მისი დახმარებით შეგვიძლია ადამიანის ფსიქიკის ემოციურ სფეროზე მიზანმიმართულად ზემოქმედება.

ასევე მნიშვნელოვანია მაღალი რეპუტაციის მოპოვება. მისი შექმნა დიდ დროსა და სერიოზულ კაპიტალურ დაბანდებას მოითხოვს. მაღალი რეპუტაციისა და დადებითი იმიჯის არსებობის ხელისშემწყობ ფაქტორს მომსახურების ისეთი ხარისხი წარმოადგენს, რომელიც მომხმარებელთა მოთხოვნებს შეესაბამება.

ასე რომ, ყოველთვის უნდა გვახსოვდეს, რომ საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტს იმიჯისა და რეპუტაციის შექმნაში, შენარჩუნებაში და გაძლიერებაში განსაკუთრებული როლი ენიჭება.

ხოლო, რაც შეეხება PR კამპანიის წარმოებას, მის ერთ-ერთ აუცილებელ ეტაპს ამ კამპანიის ეფექტის შეფასება წარმოადგენს. ამგვარ შეფასებას დიდი მნიშვნელობა აქვს PR სტრატეგიის კორექტული შედგენისათვის, აღნიშნულ კამპანიაზე გაწეული ხარჯების უკუგების დადგენისა და შემდგომ მუშაობის სწორი ორიენტაციისათვის.

ტურიზმში ჩატარებული PR კამპანიის ეფექტურობაზე შეგვიძლია ტურ პროდუქტის რეალიზაციის შედეგებით ვიმსჯელოთ. შედეგების მიხედვით შეფასება, რასაკვირველია მხოლოდ ამგვარი კამპანიის ჩატარების შემდეგ შეიძლება.

შეფასების პოპულარულ მეთოდს სოციოლოგიური გამოკითხვა წარმოადგენს; ამ სამუშაოების განხორციელების აუცილებელ პირობას კი – სისტემატიური, სტატისტიკური აღრიცხვა.

ამრიგად, საქართველოს ბუნების მრავალფეროვნება და კულტურულ – ისტორიული მემკვიდრეობის სიუხვე, გვაძლევს საშუალებას დავასკვნათ, რომ საქართველოს შეუძლია მსოფლიოში კულტურული ტურიზმის მძლავრი ცენტრი გახდეს, თუმცა ამის განხორციელება წარმოუდგენელი იქნება საზოგადოების ინტერესების გათვალისწინების გარეშე, PR (საზოგადოებასთან ურთიერთობა) კი ამ სფეროში სულ უფრო და უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს და განსაკუთრებულ როლს ასრულებს კულტურული ტურიზმის განვითარებაში.

არტ-ბაზარი საქართველოს გალერეებში

ბუნება მეტ-ნაკლებად აჯილდოვებს ადამიანს შემოქმედებითი ნიჭით. ყოველი ჩვენგანი ასე თუ ისე იღვწის იქითკენ, რომ მეტ-ნაკლებად გაამშვენიეროს და გაალამაზოს ეს სამყარო, შეჰმატოს მას კიდევ უფრო მეტი სილამაზე და თავისი შემოქმედებით დატოვოს კვალი ხელოვნების ამა თუ იმ სფეროში.

მაღალ შედეგს შემოქმედებაში მხოლოდ მუზა-მთაგონება არ განაპირობებს. ის ყოველდღიური ბრძოლისა და შრომის ნაყოფია და რაც იქმნება დროსა და სივრცეში თანაბარი მხატვრული ღირებულებით არ განიზომება. ყველა საუკუნეში დროის ძირითადი ესთეტიკური მიმართულებისა და მაღალი სტილის დამკვიდრება ხელოვნებაში ხდებოდა ცალკეულ შემოქმედთა ხელწერის განზოგადების საფუძველზე.

სახვითი ხელოვნება ეს ისეთი სფეროა, რომელიც საგანგებო და განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს. იგი იმ ინდივიდუალურ ურთიერთობებსა და შემფასებლებს მოითხოვს, ვისაც ხელოვნებასთან ურთიერთობის მარტო სურვილი და ინტერესი კი არ აქვს, არამედ კარგი სპეციალისტიცაა.

შემოქმედის ტალანტის წარმოსაჩენად საჭიროა მისი ნამუშევრების საჯაროდ გამოტანა და გაცნობა ფართო მასებისათვის, რომ მიიღონ რეალური შეფასება, რათა თავი დაიმკვიდრონ ხელოვნებაში და გახდეს საზოგადოებისთვის ცნობილი. ყოველივე ამისთვის კი ნამუშევრები უნდა გამოიფინოს საგამოფენო გალერეებში, თუნდაც სამხატვრო სალონებში, რომ დამთვალიერებელთა ფართო მასებისთვის იყოს თვალსაჩინო და საინტერესოდ წარმოჩენილი. ეს ყოველივე კი როგორც შემოქმედისთვის, ასევე გალერეისთვის ვერ იქნება საარსებო წყარო თუ ნამუშევრების რეალიზება შემდგომში არ მოხდება. ყოველივე ამისთვის უნდა მოხდეს გალერეების გააზრებული, შეგნებული მართვა და ხელშეწყობა არტ-ბაზრის ჩამოყალიბება-განვითარებისთვის.

არტ-ბაზარი ხელოვნების არსებობისათვის თანმდევი პროცესია და კერძო გალერეის არსებობისათვის ძალიან მნიშვნელოვანი ფაქტორი.

ხელოვნებისთვის ის იმდენად მომგებიანია, რამდენადაც მათ შეუძლიათ მოახდინონ თავიანთი შემოქმედების რეალიზება. იგი მთელ მსოფლიოში ძალიან პრესტიჟულ და შემოსავლიან ბიზნესად ითვლება. პროდუქტის არტ-ბაზარზე გატანამდე კი საჭიროა გარკვეული სამუშაოების ჩატარება.

საქართველოში არსებობს ისეთი კერძო გალერეები, რომლებიც მონაწილეობას ღებულობენ არტ-ბაზარში. თანამედროვე ქართული ხელოვნების ინფრასტრუქტურაში და ხელოვნებაში მიმდინარე პროცესებში არსებული მრავალი წინააღმდეგობის გამო, სრულად ვერ ხერხდება გალერეის პერსპექტივების განხორციელება, რაც დაკავშირებულია ქვეყნის დღევანდელ პოლიტიკურ-ეკონომიკურ და საკანონმდებლო საკითხებთან.

მე ვიყავი თბილისის რამდენიმე კერძო გალერეაში. – მაგ.: გალერეა „ჰობი“, „ვერისაჟი“, „ბაია“, „არტ-ლაინი“, „თეფლორე“, „კამეა“ და სამხატვრო სალონ „ხელოვნებაში“, რომლებიც დაკავებულნი არიან არტ-ბაზრით. გავესაუბრე იქ მომუშავე ხელოვნებამცოდნეებს და აღმოჩნდა, რომ დღეს ხელოვნების და გალერეების მუშაობაში არის პრობლემები, მათ მიაჩნიათ, რომ ჯერ უნდა იყოს ქვეყანა სტაბილური, რის შემდგომაც გალერეას გაუადვილდება თავისი დასახული მიზნების და ამოცანების განხორციელება, აგრეთვე მოიმატებს მათი დამთვალიერებლის და მყიდველის პროცენტული რაოდენობა.

გალერეის ძირითადი საქმიანობაა საგამოფენო მომსახურება. მათ სისტემატურად უნდა მოაწყონ, როგორც პერსონალური, ასევე ჯგუფური გამოფენები და აგრეთვე ითანამშრომლონ მხატვრებთან, მოქანდაკეებთან და სხვა შემოქმედებთან. გალერეამ უნდა აჩვენოს ის პროცესი, რომელიც მიმდინარეობს მხატვრობასა და საერთოდ ხელოვნებაში. ანუ, იგი ემსახურება სხვადასხვა ხელოვნების ან ხელოვნათა ჯგუფის შემოქმედების პოპულარიზაციას, აწყობს მათ ნამუშევართა ექსპოზიციებს და ეხმარება ავტორებს ნამუშევართა პოპულარიზაცია – რეალიზაციაში.

გალერეა უნდა იყოს თანამედროვე, კარგად მოწყობილ შენობაში, სათანადო განათებით. გათვალისწინებული უნდა იყოს ხედვის არე და აგრეთვე ნამუშევრებისთვის შესაბამისი პირობები, რომ არ დაზიანდეს ისინი.

ჩვენთან კი ზოგიერთი გალერეა მოკლებულია თანამედროვე სტანდარტებს. მათ არ აქვთ ხელშეწყობა. ჯერჯერობით ხელოვნების

ბაზარი არ იძლევა იმის საშუალებას, რომ ჩვენი გალერეები შეესაბამებოდეს გარკვეულ სტანდარტებს, ვინაიდან მათი შემოსავალი მხოლოდ გალერეის არსებობას თუ ჰყოფნის. საერთაშორისო სტანდარტებით გალერეის მოწყობისთვის, გალერისტმა უნდა მოიძიოს დაფინანსების სხვადასხვა წყაროები. ეს იქნება მოზიდული (სპონსორობით, მეცენატობით და ა. შ.), სახელმწიფოს მხრიდან (ნაწილობრივ) გამოყოფილი, თუ საკუთარი სახსრები. ძირითადად კერძო გალერიის მფლობელები უნდა ეცადნენ, რომ დააინტერესონ და მოიზიდონ სპონსორები, მეცენატები. გალერეის დაფინანსების ეს გზა საკმაოდ გავრცელებული და მიღებულია. ეს ყოველივე კი ხელს შეუწყობს მათი მიზნების და გეგმების განხორციელებას, წინსვლას. დღესდღეობით, როგორც ჩანს, ამ სფეროში არ გამოჩნდნენ ისეთი სპონსორები, რომლებიც დაინტერესებულნი იქნებიან საგალერეო ბიზნესის განვითარებით ან გალერისტებმა ვერ მოახერხეს მათი სათანადოდ დაინტერესება და მათთან ურთიერთობის აწყობა.

ძალზედ მნიშვნელოვანია გალერეაში ის, თუ როგორ მუშაობს გალერისტი და აგრეთვე მისი კომპეტენცია.

გალერისტობა, ეს არის საქმიანობა, რომელსაც აქვს ურთიერთობა როგორც შემოქმედებთან ასევე საზოგადოებასთან და ეს ურთიერთობა არის მრავალფეროვანი. ურთიერთობა, ერთი მხრივ, ხელოვანთან, მეორე მხრივ, კოლექციონერებთან, საკმაოდ დიდ შრომას და ცოდნას მოითხოვს. ყველა შემოქმედს სჭირდება ხელშეწყობა, ამიტომ გალერისტმა უნდა მოახერხოს ხელი შეუწყოს შემოქმედთა წარმოჩენას საზოგადოებაში. მისთვის ყველაზე ადვილი საქმეა ის, რომ რეკლამა გაუწიოს იმ ხელოვანს, რომელიც საზოგადოებისათვის უკვე მიღებულია და ცნობილი, ვიდრე იმას ვინც ნაკლებადაა ცნობილი. აგრეთვე ადვილია გალერისტისათვის იმათი რეკლამირებაც ვინც თვითონ მოსწონს და არა იმ ხელოვანების, ვისი სტილი თუ კონცეფცია მათთვის მიუღებელია, თუმცა უდაოდ ოსტატურად და მაღალ მხატვრულად შესრულებული. მაგრამ გალერისტის სამუშაო მოითხოვს, რომ ყველა ხელოვნის ნამუშევარი ერთნაირად წარმატებით გამოფინოს. მათთვის, ალბათ, უფრო სარფიანი იქნება უკვე აპრობირებულ ხელოვანზე როგორც მუშაობა, აგრეთვე მისი პრომოუშენიც.

გალერისტებმა უნდა იმუშაონ როგორც ხელოვანთა პოპულარიზაციაზე, აგრეთვე ხელი უნდა შეუწყონ მათ წარმოჩენას, იმუშაონ მათთან ერთად და დაეხმარონ მათ როგორც ნამუშევრების

გამოფენების, აგრეთვე მათ გამოფენა-გაყიდვების მოწყობაში. მან უნდა იტვირთოს პრესასა და ხელოვანს შორის შუამავლის ფუნქცია, რომ ხელი შეუწყოს ახალი, მომავალი ხელოვანის ან ხელოვანთა ჯგუფის აღიარებას, რომლითაც გაკეთდება ფასდაუდებელი საქმე, როგორც თითოეული ხელოვანისათვის, აგრეთვე ჩვენი საზოგადოებისთვისაც. უდაოდ საჭირო საქმეა, როგორც ხელოვანის ნამუშევრების ასევე თვითონ ხელოვანის დღის შუქზე გამოყვანა და გაშუქება მასშედიში, რომლის აუცილებლობა ჟურნალისტებთან ერთად გალერისტის უშუალო და განუყოფელი საქმეა. არ უნდა მოხდეს მარტო ინფორმაციის მიწოდება საზოგადოებისათვის, არამედ უნდა მოხერხდეს მათში ნამუშევრების შეძენის სურვილის აღძვრაც. ეს ყოველივე შრომატევადი და ხანგრძლივი პროცესია და მოითხოვს მუშაობის სწორედ დაგეგმვას და მის განხორციელებას.

ყურადღება უნდა გამახვილდეს იმაზეც, რომ გალერისტმა და სახელოვნებო კომისიამ არ დაუშვას დაბალი მხატვრული დონის გამოფენის მოწყობა.

საქართველოში კვალიფიციური შეფასება არ ხერხდება. არ არის ხელოვნებათმცოდნეთა სახელმწიფო საექსპერტო ჯგუფი. თუმცა ახლახან კერძო სექტორებმა ჩამოაყალიბეს საკმაოდ კომპეტენტური ექსპერტთა ჯგუფი „საქართველოს ეროვნული აკადემია“, რომელიც ჩვენი სახელმწიფოსთვის საჭირო საქმეს გააკეთებს. ხელოვანები უნდა აკმაყოფილებდნენ გარკვეულ პროფესიულ მოთხოვნილებას. სამხატვრო საბჭომ ან ექსპერტმა უნდა განსაზღვროს გამოფენისთვის მხატვრული ნამუშევრების ხარისხი და შეარჩიოს მაღალმხატვრული გემოვნებით შესრულებული ნამუშევრები.

საქართველოში არტ-ბიზნესის განვითარებას ხელს უშლის კულტურის სფეროში შესაბამისი კანონების არ არსებობა. ეს კი ერთ-ერთი ხელისშემწყოფი ფაქტორია შავი ბაზრის გაფართოების და გაძლიერების. სამწუხაროა ის, რომ ხელოვნების ნამუშევრები იბეგრება, ისე როგორც ნებისმიერი სასოფლო სამეურნეო ნაწარმი: ქათამი, კვერცხი და ა. შ., რაც ნამდვილად ხელს უშლის ხელოვნების განვითარებას. დღეს კი საქართველოში ხელოვნების ნაწარმოებს პოტენციური მყიდველი არ ჰყავს, ვინაიდან ხელოვნება ეს არის ფუფუნების საგანი და დღეს, როდესაც არასტაბილური მდგომარეობაა საქართველოში, საზოგადოების ეკონომიკური მდგომარეობაც ვერ სწვდება მას. ბიზნესმენები კი სხვა სახის პროდუქციაში ღებენ ინვესტიციებს. მათ მოსაზიდად კარგი იქნებოდა, რომ იყოს

საქართველოშიც ის საგადასახადო კანონი, რომელიც ევროპის თითქმის ყველა ქვეყანაშია და ითვალისწინებს ბიზნესმენებისთვის შეღავათების გაწევას თუ ისინი ჩადებენ ინვესტიციებს სახელოვნებო ბიზნესში.

გალერეებს უნდა ჰქონდეთ საგამოფენო, კომერციული, სარეკლამო, საშუაშალო, საქველმოქმედო საქმეების ხელშეწყობი სტატუსი და ისინი, როგორც გამონაკლისები, როგორც საზოგადოებისა და ქვეყნის სახე უნდა იყვნენ ყოველგვარი გადასახადებისგან განთავისუფლებულები, ან სახელმწიფოს მხრიდან ნაწილობრივ მაინც უნდა ზღებოდეს დაფინანსება.

შემოქმედისთვის და მისი ნამუშევრების პოპულარიზაციისთვის ძალზედ მნიშვნელოვანია და აუცილებელი უცხოეთის ქვეყნებთან კავშირი. ამით ისინი გაეცნობიან ჩვენს ხელოვნებას და გაგლენ საერთაშორისო ბაზარზე. უნდა იდებოდეს ხელშეკრულებებიც, როგორც სახელმწიფო, ასევე კერძო ტურისტულ ფირმებთან სახელმწიფოს ხელშეწყობით, რომლებიც ჩართავენ გალერეებს თავიანთ კულტურულ პროგრამაში, რისი საშუალებითაც ტურისტები გაეცნობიან ქართულ ხელოვნებას და წარმოჩინდება აგრეთვე ჩვენი კულტურაც. უცხოელი როდესაც ჩამოდის ეს იქნება კონცერნის თუ გალერეის წარმომადგენელი ან სხვა პიროვნება, რომელთაც სურთ დაათვალიერონ ქართველ ხელოვანთა ნამუშევრები და გაეცნონ მათ ღირებულებას, ამისთვის უნდა იყოს საშუალება, რომ ისინი მივიდნენ პირდაპირ გალერეებში და არ მოხდეს ისე, რომ მათ მოუხდეთ ნამუშევრებისთვის აქეთ-იქეთ სიარული, თან როდესაც არის ალბათობა იმისა, რომ ისინი წააწყდნენ მდარე ღირებულების ნამუშევრებს.

საქართველოში ჩატარებული საერთაშორისო ბაზრობა – არტ-კავკასია, ეს იყო ერთ-ერთი წინ გადადგმული ნაბიჯი, რადგან აქ საკმაოდ ფართო სპექტრი არის წარმოდგენილი, რომელსაც ეცნობიან ჩამოსული უცხოელები.

ამ ბაზრის მიზანი იყო, უპირველეს ყოვლისა, კულტურული თანამშრომლობის გაფართოება, როგორც კავკასიის რეგიონში, ასევე ევროპასა და მთელს მსოფლიოში. ამ თანამშრომლობას ხელი უნდა შეეწყო ახალი ცოდნის შემოტანასა და კულტურული დიალოგის წარმოებაში, ასევე ქსელური მუშაობის, პროფესიული კულტურის მენეჯმენტის და კულტურის პოლიტიკაზე დებატების დანერგვაში. ბაზრობა ორგანიზებას უწევს მეცნიერების, კულტურისა და

ხელოვნების დარგის პროფესიონალ მუშაკებს, პროგრამებისა და ღონისძიებების განხორციელების საკითხში.

ბაზრობა არის მათთვის ვინც დაკავებულია წარმოებით, პროდუქციით, პრეზენტაციით, რეკლამით, დაფინანსებით ან სხვა რაიმე საქმიანობით კულტურის სფეროში.

ამ სფეროს თანამედროვე დონეზე განვითარებისთვის აგრეთვე დიდი მნიშვნელობა აქვს საერთაშორისო ფესტივალებზე მონაწილეობის მიღებას, მაგრამ აქ ისევ ვაწყდებით ეკონომიკურ პრობლემებს, რადგან ამ ყოველივესათვის აუცილებელია სოლიდური თანხების მობილიზება. საქართველოს კი საერთაშორისო ბაზარზე სწორედ ამ კუთხით შეუძლია თავისი კულტურის, ხელოვნების გატანა. ბიზნესმენები თუ გაითვალისწინებენ კარგი იქნება, რომ ხელოვნება კაპიტალდაბანდების საუკეთესო სფეროა და არსებობს ე. წ. საინვესტიციო სურათები. უცხოეთში ხელოვნების ნიმუშებზე ფასები უფრო მაღლე იზრდება, ვიდრე ფასიან ქალაქებს.

აღსანიშნავია არტ-ბიზნესის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სეგმენტი – აუქციონი, რომლის მეშვეობითაც მთელს მსოფლიოში რეიტინგი სწორედ ამის მიხედვით ღვინდება. თუ რომელ აუქციონზე რა ფასად და რამდენჯერ გაიყიდა ამა თუ იმ ხელოვნის ნამუშევარი. ფასებიც ძირითადად მისი მეშვეობით ღვინდება. საქართველოში თუ გვინდა, რომ არტ-ბიზნესი განვითარდეს, უნდა მოეწეოს აუქციონები, ვინაიდან ამ აუქციონების ჩატარება უწევს ფასს ქართულ ხელოვნებას. საქართველოში კი ჯერ-ჯერობით მხოლოდ რამდენიმე დილექტანტური აუქციონი არის ჩატარებული. ეს უნდა ზღებოდეს მუდმივად.

გალერეებმა რომ განახორციელონ თავიანთი პერსპექტივები, მათ უნდა მოიფიქრონ აგრეთვე ის, თუ როგორ მოიძიონ დამატებითი თანხები. ფინანსების მოსაძიებლად, ჩემი აზრით, საინტერესო იქნება საქართველოშიც განხორციელდეს და შეიქმნას „მიკროგალერეის“ (ლონდონი) მსგავსი კომპიუტერული გალერეა, რომელიც წარმოადგენს კომპიუტერულ საინფორმაციო დარბაზებს და განკუთვნილია ნებისმიერი დამთვალიერებლისათვის. მისი პროგრამა შედგება ოთხი მაჩვენებლისაგან, რომელიც იძლევა საჭირო ინფორმაციის მიღების საშუალებას. მაგ., ტრადიციული ანბანური მაჩვენებელი „მატკვრები“ ხსნის ბიოგრაფიულ ცნობებს, რომელსაც ახლავს კოლექციაში არსებული მოცემული ოსტატის ყველა ნამუშევრის მინიატურული გამოსახულება. ასეთივე ინფორმაციას შეიცავს დანარჩენი მაჩვენებლებიც. საქართველოში რომ შეიქმნას ასეთი პროგრამა, ინტერნეტის საშუალებით,

როგორც ქართველებს ასევე უცხოელებს ექნებათ საშუალება გაეცნონ ჩვენს ხელოვნებას.

კარგი იქნება აგრეთვე თუ გაიხსნება გალერეებთან არსებული კაფე-ბარები, სადაც მიმსვლელებს ექნებათ საშუალება გაეცნონ თანამედროვე ხელოვნებას. აქედან შემოსავალი კი მოხმარდება გალერეას. აგრეთვე გაკეთდეს მასთან არსებული გამომცემლობები, სადაც საშუალება იქნება იმისა, რომ გამოუშვან ბუკლეტები, კატალოგები, ჟურნალები, წიგნები და ა. შ., მათი რეალიზაციის შემთხვევაში კი მოგება იყოს დამატებითი ფინანსური წყარო გალერეებისათვის, რომლის წყალობითაც გალერეები შეძლებენ ასე თუ ისე თავიანთი პერსპექტივების განხორციელებას.

დღეს დიდი საშიშროებაა იმისა, რომ ნიჭიერმა ხელოვანებმა დატოვეს საქართველო და ემიგრაციაში წავიდნენ – იმისთვის, რომ ეს არ მოხდეს, ქართველ ხელოვნებს უნდა შეექმნათ სათანადო პირობები.

უნდა მოწესრიგდეს საქართველოს კანონმდებლობა კულტურის შესახებ, რომ ქართველ ხელოვნებსაც გაუადვილდეთ გასვლა საერთაშორისო ასპარეზზე. სწორედ შესაბამისი კანონების არ არსებობა საქართველოში უშლის ხელს ბიზნესის მართვის დამოკიდებულებას ხელოვნებასთან.

კანონმდებლობის მოუწესრიგებლობის ბრალია ისიც, რომ იმ გალერეებში სადაც ხდება სურათების რეალიზაცია იქ მისულ უცხოელ სტუმრებს უძნელდებოდა ნამუშევრის შეძენა, რადგანაც საბაჟო სამსახური კულტურის სამინისტროსგან გაცემულ სათანადო ცნობას ითხოვს, რომლის გარეშეც ჩამოსულ სტუმარს ნაყიდი ნამუშევრის გატანა არ შეუძლია, ყოველივე ეს კი აფერხებს რეალიზაციას. ხოლო თუ ჩვენი პატარა თუ დიდი საგამოფენო გალერეა – სალონები დაკომპლექტებული იქნებიან სპეციალისტებით, მაშინ სამინისტროს ჩარევა აღარ იქნება საჭირო, ვინაიდან ისინი გადაწყვეტენ ამ საკითხს, რომელიც უპირველესი ხელშემშლელია თითოეული შემოქმედისათვის, იმიტომ რომ აღნიშნულ ოპერაციას სულ ცოტა ორი დღე სჭირდება, ამდენ ხანს კი ვერ დაელოდება ჩამოსული სტუმარ-ტურისტი.

წლების წინ ქვეყნიდან იაფად გაედინებოდა ჩვენ შემოქმედთა ნამუშევრები, რომელთა რეალური ფასი საკმაოდ მაღალი იყო, ვიდრე მათ უხდიდნენ, რაც ძალიან სამწუხაროა. ეს ბიზნესი ფაქტობრივად თვითღინებაზეა მიშვებული.

იმედს ვიტოვებ, რომ ჩვენს ქვეყანაშიც გამოჩნდებიან ე. წ. კოლექციონერ-ინვესტორები, რომლებიც თავიანთ შენაძენს უწინარესად ჯერ როგორც ხელოვნების ნამუშევარს ისე განიხილავენ და შემდეგ როგორც კაპიტალდაბანდებას. ეს ყოველივე კი არტ-ბაზრის განვითარებას შეუწყობს ხელს, რომელიც გალერეებსაც და ხელოვნებსაც წამოწევს წინ და დაეხმარება მათი იდეების, მიზნების განხორციელებაში.

რეკლამის ეფექტიანობის კვლევა

რეკლამა წარმოადგენს მომხმარებელთათვის საქონლის შესახებ ინფორმაციის მიწოდების ფორმას, რომლის მიზანია, პოპულარიზაცია გაუწიოს რეკლამირებულ ობიექტს და სტიმული მისცეს მისი გასაღების პროცესს.

ფორმები თუ ორგანიზაციები რეკლამას იყენებენ მომხმარებელთათვის ინფორმაციის მიწოდების, დარწმუნებისა და შეხსენების საშუალებად. მარკეტინგულ საქმიანობაში სარეკლამო საქმიანობა გვევლინება გასაღების ერთიანი მექანიზმის განუყოფელ ნაწილად. იგი წარმოადგენს ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ინსტრუმენტს მყიდველთა ორიენტაციის, მოთხოვნის აქტივიზაციისა და მოსახლეობის ფინანსური საშუალებების ბრუნვაში ჩართვის საშუალებას, რაც გულისხმობს რეკლამისადმი მომხმარებლის კომპლექსურ და მიზნობრივ მიდგომას.

ამასთანავე რეკლამა არა მხოლოდ ამზადებს პირობებს ბაზარზე ახალი საქონლის შესატანად და მისი გაყიდვების უზრუნველყოფას, არამედ იგი ხელს უწყობს საქონლის გასაღების თანდათანობით გაზრდას და „პიკის“ პერიოდში რეალიზაციის მაღალი დონის შენარჩუნებას.

ასე რომ, რეკლამის ეფექტიანობას არ განსაზღვრავს მხოლოდ მისი წარმატება რომელიმე ფესტივალზე, მისი შემოქმედებითი შინაარსი, მუსიკალური გაფორმება ან კადრების სილამაზე. რეკლამის მუშაობა – არმუშაობის ხარისხი ბევრად უფრო ობიექტურად და მარტივად უნდა განისაზღვროს. კარგ რეკლამად ითვლება ის, რომელიც მიზნობრივ აუდიტორიას უკეთესად დაამახსოვრებს პროდუქტს ან მომსახურებას და გაყიდის მას. სწორედ ეს არის მთავარი მიდგომა, რომლითაც დღეს ხელმძღვანელობენ როგორც წამყვანი სარეკლამო სააგენტოები, ასევე რეკლამის დამკვეთები.

დღეს საქართველოში სარეკლამო საქმიანობა ერთ-ერთ ყველაზე საინტერესო და პრესტიჟულ საქმიანობად ითვლება, ისევე როგორც ეს მთელ მსოფლიოშია მიჩნეული. სარეკლამო საქმიანობა ყველაზე სწრაფად განვითარებადი დარგია, აქ ყოველ წუთს რაღაც იცვლება,

ყველაზე მნიშვნელოვანია ტექნიკური შესაძლებლობების ზრდა რომელიც პირდაპირ კავშირშია საერთო გლობალურ განვითარებასთან.

ეფექტური სარეკლამო საქმიანობა გუნდურ ხელოვნებას გულისხმობს, გუნდის გარეშე, ანუ ადამიანური რესურსის გარეშე, რეკლამა უბრალოდ არ შედგება. ყურადღებას იქცევს ასევე ის ფაქტი, რომ პროფესიონალთა გუნდი და ახალი ტექნოლოგიები თვის თავში მოიაზრებს დიდ თანხებს და თუ ეს სფერო სიახლეებზეა დაფუძნებული, მაშინ ამ თანხების მეტობაში ზრდაც გარდაუვალი იქნება. ამიტომაცაა, რომ სარეკლამო საქმიანობა ძვირად ღირებულ სფეროდ ითვლება. რეკლამის შესაქმნელად დიდი თანხებია საჭირო, თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ამ საქმიანობას დიდი ფულიც მოაქვს.

ეფექტურმა სარეკლამო ჯგუფმა საჭიროა ყურადღება მიაქციოს შემდეგ ფაქტორებს, მაგალითად როგორიცაა: – ბაზარი, მისი შესწავლა და კვლევა. ეს საშუალებას იძლევა გავიგოთ დეტალური ინფორმაცია მომხმარებელზე, მოვახდინოთ ადრესატის სეგმენტაცია სოციო – კულტურული პარამეტრების მიხედვით. რათა მაქსიმალურად დაკმაყოფილებული იყოს მისი მოთხოვნილებები და ინტერესები.

აქედან გამომდინარე ისმება ორი კითხვა:

1. არსებობს თუ არა მოთხოვნა კონკრეტულ პროდუქტზე ან მომსახურებაზე?

2. თუ არსებობს ასეთი მოთხოვნა, მაშინ მოსახლეობის რა კატეგორიაში და რა შეფუთვით იქნება მასზე მოთხოვნა?

ეფექტურ სარეკლამო კამპანიას, უპირველეს რიგში, რაც უნდა ახსოვდეს ეს, – მომხმარებელია, რადგან რეკლამა მომხმარებლისთვის კეთდება და ბუნებრივია, რომ ინტერესის მთავარი ობიექტიც ისაა. რეკლამის შექმნა და მომხმარებლის სხვადასხვა ფენებისთვის გათვლა შრომატევადი საქმეა, რადგან ამისთვის ბევრი გარემო ფაქტორების გათვალისწინებაა საჭირო.

ადამიანი ყოველდღიურად საკმაოდ დიდი მოცულობის სარეკლამო ინფორმაციას იღებს. რეკლამის ძირითადი მიზანი კი რაც შეიძლება მოკლევადიან პერიოდში გაყიდვებისა და კომპანიების მოგების ზრდაა, რაც რეკლამის მხრიდან მომხმარებლის ახლო სამომავლო ქცევაზე ზემოქმედების პირდაპირი შედეგი უნდა იყოს.

გარდა მომხმარებელთან დაახლოებისა, ფართომასშტაბიანი რეკლამა გვამცნობს რაღაც დადებითს, კომპანიის შესაძლებლობაზე,

პოპულარობასა და წარმატებაზე. რეკლამის საჯაროობიდან გამომდინარე, მომხმარებელში ჭარბობს ტენდენცია, რეკლამირებული პროდუქტები განიხილონ, როგორც უფრო სანდო.

აქედან გამომდინარე ვასკნით, რომ **რეკლამის ეფექტიანობის შეფასების** ძირეული ნაწილი მომხმარებელთა ქცევის სრულყოფილად აღქმა და გაცნობიერებაა. რისი მიზანიცაა მომხმარებლის ცხოვრების არსისა და ინტერესების შესწავლა. მომხმარებლის კულტურული მოთხოვნილებებისა და მისი კულტურული ღონის შესწავლასთან ერთად შესწავლილ უნდა იქნას ასევე მათი დაინტერესების მოტივები, ხოლო ცალკეული პიროვნებების დაინტერესების მიზეზების ამოხსნის შემდეგ შეიძლება მომავალი სარეკლამო კამპანიის შინაარსის განსაზღვრაც.

თუ არ ფლობთ საკმარის ინფორმაციას მომხმარებელთა ქცევის შესახებ, შეიძლება დიდი რისკის წინაშე აღმოჩნდეთ. რეკლამის შექმნამდე დანამდვილებით უნდა იცოდეთ, ვინ არის თქვენი მომხმარებელი, ინფორმაციის მისაღებად მედიის რა წყაროებს იყენებს ყველაზე ხშირად, როგორია მისი ცხოვრების სტილი, რითი შეიძლება მისი ყურადღების მიპყრობა და რა მოტივები ამოძრავებს პროდუქტის ყიდვისას.

თუმცა არსებობს იმის რისკიც, რომ რეკლამა მიიპყრობს ყურადღებას, მაგრამ ის არ ასოცირდება მიზნობრივი აუდიტორიის ცხოვრების სტილთან და ფასეულობებთან. ასეთმა რეკლამამ ადამიანებში შეიძლება გაღიზიანებაც კი გამოიწვიოს. ხშირ შემთხვევაში, ასეთი საფრთხე ნათარგმნ ან სხვაგვარად ადაპტირებულ რეკლამებს ემუქრება. **რეკლამის ეფექტიანობის კვლევა** თავიდანვე, რეკლამის შექმნამდე უნდა შეძლოს, რათა მინიმუმამდე დაიყვანოთ პოტენციურად არაეფექტიანი რეკლამების გაშვების რისკი.

ეფექტურმა სარეკლამო სააგენტოებმა მუდმივად უნდა იფიქრონ ახალ იდეებზე და პროექტებზე, რათა მუდმივად იყვნენ მოწოდების სიმაღლეზე. პაუზა ამ საქმეში დისკვალიფიკაციას ნიშნავს. ნათქვამია: – დიდი ხნით დაკეტილ ონკანს რომ გახსნი, დაჟანგული წყალი მოდის... ასე რომ, სარეკლამო კამპანია სულ უნდა ცდილობდეს, განუწყვეტლივ ვითარდებოდეს, დაიმკიდროს თავისი ადგილი ბაზარზე. მით უმეტეს, ქართული სარეკლამო ბაზარი არც ისე ათვისებულია, რომ ნემსის ჩასაგდება ადგილი აღარ იყოს.

აქედან გამომდინარე ვერწმუნდებით, რომ **ეფექტიანობაზე ორიენტირებული სარეკლამო ჯგუფი** მუდმივად უნდა იყოს

სიახლეებზე აგებული. თუმცა ფიზიკურად უნდა იყოს, მუდმივად უნდა აკონტროლოს თითოეული მოქმედება, რათა აღებულ გეზს არ გადაუხვიოს.

გრძელვადიან პერსპექტივაში, სარეკლამო კამპანიების უმეტესობა ცდილობს, ბაზრის განვითარებასთან ერთად, მომხმარებელთან უზრუნველყოს ხანგრძლივი და მდგრადი ურთიერთობები. ასევე არამართო გავლენა იქონიოს მომხმარებლის ქცევაზე, არამედ აქციოს ეს ქცევა ჩვევად. შედეგად კომპანია იძენს ერთგულ მომხმარებელს.

მომხმარებლის დაკმაყოფილებისათვის მხოლოდ პროდუქტისა თუ მომსახურების მაღალი ღონე საკმარისი აღარ არის – აუცილებელია ფასეულობათა ისეთი სისტემის დამკვიდრება, რომელიც ახლოს იქნება მიზნობრივი სეგმენტის ფასეულობებთან. რიგ შემთხვევაში, ეს მოითხოვს ზეგავლენის მოხდენას მომხმარებელთა აღქმაზე, რაც რეკლამისა თუ საზოგადოებასთან ურთიერთობის პროგრამების საშუალებით ხორციელდება.

საერთოდ **ეფექტური რეკლამის კონცეფცია** გამომდინარეობს იქიდან, რომ რეკლამამ უნდა შესთავაზოს მომხმარებელს არა მხოლოდ პროდუქტი, არამედ ცხოვრების წესი და აზროვნება, ის რაც განსაზღვრავს ყიდვას. ამით მყიდველი გარკვეული პროდუქტის შეძენით განეკუთვნება, ან ცდილობს განეკუთვნოს, საზოგადოების გარკვეულ ფენას, ისწრაფვის ისეთი ცხოვრების წესისაკენ, რომელზედაც ის ოცნებობდა.

სარეკლამო კამპანიების ავტორები სთავაზობენ მომხმარებელს გარკვეულ ფასეულობებს, შეხედულებებს, აზრს და ზემოქმედებას ახდენენ არჩევანზე. ამრიგად, ისინი მონაწილეობენ საზოგადოების ქცევის შეცვლაში და, აქედან გამომდინარე, თანამედროვე კულტურის ფორმირებაშიც. სავარაუდოდ თუ კი ყველა სარეკლამო ჯგუფი ამას გაითავისებს და მთავარ მიზნად დაისახავს, არ დაიშურებს გამოცდილებასა და პროფესიონალიზმს, მაშინ კულტურული ცხოვრება ბევრად უფრო მრავალფეროვანი, ფასეული, დინამიკური და მდიდარი იქნება, ამით საინტერესო ცხოვრების სტილისაც შემოგვთავაზებენ.

ეფექტური სარეკლამო კამპანია შეიძლება განხორციელდეს რეკლამის გავრცელების სხვადასხვა საშუალებებით, რომელსაც კომპანია მიზანდასახულად გამოიყენებს იმიტომ მიხედვით, თუ ვის უნდა მიმართოს, როგორი სახის აუდიტორიას, ვიწრო თუ ფართო მასებს. უმეტეს შემთხვევაში გამოიყენებენ ინფორმაციის მასობრივ საშუალებებს, როგორიცაა: ტელევიზია, რადიო, ბეჭდვითი მედია –

გაზეთი, ჟურნალი, ინტერნეტი – ელექტრონული მედია, ბილბორდებით და ა. შ.

ცხადია, რომ კომპანიას კარგად უნდა ჰქონდეს შემუშავებული პოლიტიკა. თუ სად განთავსდება მისი რეკლამა? რა სიხშირით გავა? ერთმანეთს შეუთავსებს თუ არა ერთდროულად რამდენიმე რეკლამის გავრცელების საშუალებას, თუ რომელიმე ერთ კონკრეტულზე აიღებს ორიენტირს.

სარეკლამო სტრატეგიის დაგეგმვისას გასათვალისწინებელია, შემდეგი ოთხი ძირითადი ფაქტორი:

1. შეტყობინება მკაფიოდ განსაზღვრულ მიზანს უნდა ისახავდეს.
2. შეტყობინება მიმართული უნდა იყოს გარკვეული აუდიტორიისაკენ და მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები, რომელთა მეშვეობითაც მოხდება მათი გამოქვეყნება, ამ აუდიტორიაზე ყველაზე ეფექტურად უნდა ახდენდეს ზემოქმედებას.
3. შეტყობინებაში შეთავაზებული უნდა იყოს რაღაც უპირატესობა: ამგვარი რამ პუბლიკისთვის სიახლეს და მიმზიდველს უნდა წარმოადგენდეს.
4. შეტყობინება თავისი მანერითა და ტონით სავსებით უნდა შეესაბამებოდეს იმ კონკრეტულ აუდიტორიას, რომლისთვისაც იგზავნება ეს შეტყობინება.

თუკი სარეკლამო ჯგუფს განსაზღვრული აქვს მაინც და მაინც ადამიანთა ვიწრო წრეს მიმართოს, მაშინ ის ირჩევს რეკლამის სხვა ფორმებს, მაგ: პრეზენტაციას, პრესკომფერენციებს, სარეკლამო ფურცლების გავრცელებას, კატალოგებს, პლაკატებს, საინფორმაციო მასალის ფოსტით გაგზავნას და ა. შ.

ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპია განისაზღვროს, რეკლამის გაშვების შემდგომ, წარმატებულობის თუ წარუმატებლობის ხარისხი. რეკლამის ლექსიკონში ყველაზე მნიშვნელოვანი სიტყვაა ტესტირება. კონკრეტულ გარემოში წარმატების მიღწევისთვის აუცილებელია, პროდუქტმა მომხმარებლის ტესტი გაიაროს და **რეკლამის ეფექტიანობის ტესტირებაც** ჩატარდეს.

ძნელია ის სტიმულები ამოვიცნოთ, რომელზეც მომხმარებელი რეაგირებს. რეკლამის შემდგომი ტესტირება არამარტო გამართლებული, არამედ აუცილებელი პროცედურაა.

შესაძლოა, ძალიან მოსწონს კომპანიას თავისი რეკლამა, მაგრამ ამას გაცილებით ნაკლები მნიშვნელობა აქვს, ვიდრე იმას, თუ რამდენად მოსწონს რეკლამა მომხმარებელს. სწორედ მან, პროდუქტის შეძენისას ფულის გადახდის გზით, ყველაზე მკაფიოდ უნდა განსაზღვროს რეკლამის წარმატებულობის თუ წარუმატებლობის ხარისხი. ამ ხმების რაოდენობა რეკლამის ყველაზე ზუსტი საზომია და რეკლამაც სწორედ მათი მაქსიმალური რაოდენობის მოპოვებისთვის არის გამიზნული.

ეფექტურმა სარეკლამო კამპანიამ წარსულის გამოცდილებისა და მისი ანალიზის საფუძველზე შესაძლებელია რეალურ სურათთან ახლოს პროპორციის გამოყვანა შემდგომ, რაც შემდგომი მოქმედებისთვის საკითილდღოდ გამოადგება. თუ წინა პერიოდის ინფორმაცია და წარსულის გამოცდილება არ არსებობს, მაშინ უნდა ჩატარდეს კვლევა იმის გასარკვევად, თუ რა არის საჭირო ეფექტური გაყიდვების მიზნების მისაღწევად.

რეკლამის ეფექტიანობის კვლევა შეიძლება ჩაატაროს თვითონ სარეკლამო კომპანიაში არსებულმა სათანადო დანაყოფებმა ან გარედან მოწვეულმა კვლევითმა კომპანიამ. მაგრამ აუცილებელია, რომ კვლევების შედეგების ანალიზის პროცესში აქტიურად ჩართულნი იყვნენ რეკლამის დამკვეთი, დამამზადებელი და სხვა ობიექტურად დაინტერესებული მხარეები. თუმცა სერიოზული კვლევების გარდა საჭიროა რეკლამის სპეციალისტებმა სათითაოდ მოახდინონ საკუთარი მუშაობის შეფასება, იმის მკაფიო ფორმულირება, თუ კონკრეტულად რას მოელოდნენ და რა მიიღეს, ასევე საჭიროა სარეკლამო ჯგუფმა ისწავლოს შეცდომებისა და წარუმატებლობის მაგალითზე პრობლემის გამოვლენა და მის საწინააღმდეგოდ ახალი ნაბიჯების დასახვა.

დღეს მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში რეკლამა ხელოვნებისა და მეცნიერების ნაზავადაა მიჩნეული, დღეისთვის დარწმუნებით შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ უახლოეს მომავალში **რეკლამის ეფექტიანობა** ისეთივე სტანდარტული ცნება გახდება, საქართველოსათვისაც, როგორც ეს სხვა განვითარებულ ქვეყნებშია მიღებული და მისი გამოყენების საჭიროება ეჭვს არ გამოიწვევს. ქართულ ტელევიზორცეში **არაეფექტიანი რეკლამის** ასეთი მაგალითებიც არსებობს, როდესაც კომპანია ვერ აცნობიერებს თავისი რეკლამის წარუმატებლობას და დიდი ხნის განმავლობაში განაგრძობს მის გაშვებაზე ხარჯის გაწევას. ისეც ხდება, რომ სარეკლამო რგოლი მიზნობრივი აუდიტორიის გაღიზიანებას იწვევს, რის

შედგება წარმატების მისაღწევად გაწეული ხარჯი, სინამდვილეში, კომპანიისთვის ზარალის მომტანია.

არსებობს მარტივი ჭეშმარიტება: რაგინდ კარგი იყოს რეკლამა, რაგინდ მყარი ემოციური საფუძველი ჩაილოს პროდუქტის შეფუთვაზე, პირველ ადგილზე ყოველთვის თავად პროდუქტი თუ მომსახურებაა. რეკლამის სპეციალისტის მიზანია ისეთი მოლოდინის ჩამოყალიბება, რომელიც რეალური პროდუქტის შეძენის შემდეგ გამართლდება. წარმატებული სარეკლამო კომპანია ცუდ პროდუქტს უფრო მალე ჩაძირავს. ის უფრო მეტ ადამიანს გააგებინებს, რომ პროდუქტი ცუდია, – სარეკლამო საქმის დიდოსტატის ვილიამ ბერნბახის ეს მოსაზრება დღესაც აქტუალური და ზუსტია.

თუ პროდუქტი უვარგისია, მომხმარებელი მას ხელმეორედ არ იყიდის. მაშასადამე, ყველა სარეკლამო ჩავარდნა არ შეიძლება მხოლოდ არაეფექტიან რეკლამას დაბრალდეს. წარუმატებლობის მიზეზი, რიგ შემთხვევაში, თავად პროდუქტიდან მომდინარეობს, თავად პროდუქტია წარუმატებელი.

წარმატებული პროდუქტი არ არის მხოლოდ ფუნქციურად გამართლებული და ხარისხიანი. ეს წინაპირობა უკვე მინიმალურ მოთხოვნადაც კი იქცა. მთავარი სხვაა – პროდუქტი აქტუალური უნდა იყოს, ის ადამიანის რაიმე პრობლემას უნდა წყვეტდეს, მისი შეძენა რაიმით უნდა აიოლებდეს მყიდველის ცხოვრებასა თუ მდგომარეობას და მასში დამატებით ფსიქოლოგიური ან ეკონომიკური სარგებელიც უნდა იყოს ჩადებული. ამ პირობების შესრულება რთულია და პროდუქტის პოტენციური მომხმარებლის, მისი ფსიქოლოგიის და მოთხოვნილებების, მისთვის გადასაწყვეტი პრობლემის სრულყოფილ ცოდნას მოითხოვს. ყოველივე ამას კი ისევ და ისევ წინასწარი კვლევების ჩატარების აუცილებლობამდე მივყავართ.

არც ის უნდა დავივიწყოთ, რომ ძვირად ღირებული რეკლამა ყველა პროდუქტს არ სჭირდება. ამგვარი რეკლამა თქვენს კომპანიას და მის პროდუქტს ელიტურ იერს უქმნის. თუ პროდუქტი ამ იმიჯს არ შეეფერება, მისი ყიდვისას მომხმარებელს შეუსაბამობის განცდა ექმნება – მას ჩამოუყალიბდება მოლოდინი, რომელიც არ გამართლდა.

საერთოდ რეკლამის პრიორიტეტი მისი ლაკონურობა და სწრაფი შედეგია. რეკლამის სპეციალისტს კი ძალზედ რთული მისია აკისრია, მან რეკლამის პატარა ჩარჩოებში უნდა მოათავსოს უამრავი რამ. მას ამ მისიის პროფესიონალურ დონეზე შესრულებაში ეხმარება

კრეატიულობა. კრეატიულობა – ადამიანის ის ნიჭია, ის უნარი, რომლითაც იგი ახალი ან ორიგინალური იდეების და თვალთახედვების გენერირებას ახდენს. დამტკიცებულია, რომ აუდიტორია უკეთ აღიქვავს, იგებს და იმახსოვრებს იმ ინფორმაციას, რომელსაც შემოქმედებითად აწოდებენ.

1. ფ. კოტლერი, „მარკეტინგის საფუძვლები“, 2006.
2. მ. სეთური, „რეკლამა მარკეტინგის სისტემაში“, 1997.
3. ი. კინწურაშვილი, „მარკეტინგი“, 2007.
4. ჟურნალი „ბიზნესი“, №1, მარტი, 2007, გვ. 60-65.

ლიკა ყუფარაძე
მაგისტრატურის II კურსი,
ხელმძღვანელი: პროფ. იური მღებრიშვილი

PR-რეკომენდაციები კინოფესტივალ „სესილისთვის“

თანამედროვე საზოგადოების განვითარების უმთავრეს განსაკუთრებულობას წარმოადგენს კულტურების ურთიერთშეღწევის პროცესი, რომელმაც საერთაშორისო ხასიათი XX-XXI საუკუნეებში მიიღო. კულტურების შეღწევა ხდება მისი წარმომადგენლების ურთიერთობის, ანუ კონტაქტების შედეგად. კულტურათაშორისი კომუნიკაციები ჩვეულებრივ განიხილება, როგორც სხვადასხვა ადამიანური კულტურების წარმომადგენლების ურთიერთობა.

ნამდვილი კულტურული ფასეულობების პროპაგანდისა და განმტკიცების საქმეში უმნიშვნელოვანესია კინოფესტივალების როლი. ფესტივალურმა მოძრაობამ, რომელიც ჩაისახა XX საუკუნის პირველ ნახევარში, მოიპოვა ფართო პოპულარობა და ახლა წარმოადგენს როგორც სპეციალისტების, ასევე ხელოვნების ამ სახეობის თაყვანისმცემლების დიდი ყურადღების საგანს.

თბილისში არსებული კინოფესტივალი „სესილი“ ხელს უწყობს კულტურათაშორისი ურთიერთობის განვითარებას. მისი მეშვეობით ხდება საერთაშორისო კავშირების დამყარება, სხვადასხვა ქვეყნის რეჟისორებს ეძლევათ საშუალება ერთმანეთი გაიცნონ, გაეცნონ ერთმანეთის კულტურას, გაუზიარონ თავიანთი გამოცდილება, რაც უპირველეს ყოვლისა ჩვენსაირ განვითარებად ქვეყნებს წინსვლაში დაეხმარებათ და მოგვცემს საშუალებას ვაჩვენოთ საქართველო მთელს მსოფლიოს და ვიხილოთ მთელი მსოფლიო ჩვენთან.

ინფორმაციაზე მუშაობა ნებისმიერ ორგანიზაციაში ბევრ ასპექტს მოიცავს. PR ადგენს იმას, თუ როგორ მიაწოდებს საკუთარ თავს თქვენი ორგანიზაცია, ტოვებს რა თავის კვალს ყველაფერზე მის შესახებ რასაც არ უნდა ამბობდეთ. PR თავის ასახვას პოულობს თქვენი საინფორმაციო მუშაობის ყველა ასპექტში – სარეკლამო, საპოპულარიზაციო მოღვაწეობაში, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებთან და თანამშრომლებს შორის ურთიერთობებში.

ეცადეთ საზოგადოებას ისე მოეკიდოთ, როგორც ძვირფას სტუმრებს და თქვენი მოწვევა გააკეთოთ მკაფიოდ და დამაჯერებლად.

ეცადეთ იგი ისე შეადგინოთ, რომ სტუმრები მიხვდნენ სად იწვევენ მათ, რა დროს ელიან და რა საბაბით. მაგრამ ჯერ დარწმუნდით, რომ თქვენ მართლაც მზად ხართ სტუმრების მისაღებად. ეს უმთავრესია PR-ში.

კინოფესტივალ „სესილის“ იდეებისა და მიზნების განსახორციელებლად აუცილებელია PR კამპანიის გატარება, რაც უპირველესად თავისი პროდუქტის წინააღმდეგობის საშუალებას მისცემს, როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო ბაზარზე. ყველა PR კამპანია დაკავშირებულია გარკვეულ სახსრებთან, მაგრამ წარმატებული PR-კამპანია სრულიად ანაზღაურებს გაწეულ ძალისხმევასა და ხარჯებს.

კინოფესტივალ „სესილის“ PR კამპანია.

კინოფესტივალ „სესილის“ PR კამპანია უნდა ჩატარდეს შემდეგი სქემის მიხედვით:

- სიტუაციის გამოკვლევა. პირველადი და მეორადი მარკეტინგული გამოკვლევა.
- სიტუაციის ანალიზი.
- დემოგრაფია. სამიზნე ჯგუფის შერჩევა და მისი ძირითადი მახასიათებლების განსაზღვრა.
- ფსიქოგრაფია. მნიშვნელოვანი გარემოცვის ანალიზი (პოტენციური მოკავშირეები და მოწინააღმდეგეები) და მათთან მუშაობის ტაქტიკის შემუშავება.
- მიზნის დასახვა (რეალურად რისი მიღწევა შეგვიძლია სიტუაციის ანალიზის შედეგების და ხელმისაწვდომი რესურსების გათვალისწინებით).
- ცოდნა. ურთიერთობა. საქციელი. კამპანიის საერთო სტრატეგიის შემუშავება (რა საშუალებებს გამოვიყენებთ).
- გეგმის დაწერა, მაჩვენებლების და მოსალოდნელი შედეგების განსაზღვრა. გადასაცემი შეტყობინების ფორმულირება
 1. როგორ ვთქვათ?
 2. რა სახით გადავცეთ?
 3. რომელი არხებით გადავცეთ?
- შემუშავებული შეტყობინების ტესტირება (ფოკუს-ჯგუფი, სიღრმისეული ინტერვიუ).
- კამპანიის განხორციელება
- კამპანიის ეფექტურობის შეფასება (საბოლოო გამოკვლევის ჩატარება შედეგების გაზომვის მიზნით).

კინოფესტივალ „სესილის“ PR კამპანიის დაგეგმვა.

PR კამპანია იწყება რეალური პრობლემის განხილვით, რომელიც გამოიკვეთა სიტუაციისა და ფესტივალის ინტერესების შესწავლის შედეგად. ჩვენ შემთხვევაში რეალური პრობლემა მდგომარეობს სპონსორების მოზიდვასა და საზოგადოების ინფორმირებაში.

PR კამპანიის გატარებისას დიდი მნიშვნელობა აქვს გარე კომუნიკაციის და ორგანიზაციის შიდა ურთიერთობების ჰარმონიულ და ზუსტ ურთიერთქმედებას. გარე და შიდა ჰარმონია მიიღწევა ორგანიზაციული კონსულტირების მეშვეობით. ეს არის სიტუაციის კომპლექსური შესწავლა და ორგანიზაციის საქმიანობის შედეგების გაუმჯობესების საშუალებების შემუშავება. საორგანიზაციო კონსულტირების მთავარი ელემენტია ფსიქოლოგიური მუშაობა ფესტივალის ხელმძღვანელთან. მეორე შემადგენელი – მოღვაწეობის ორგანიზაცია: ტექნოლოგიური ჯაჭვის კორექცია, ვალდებულებების გადანაწილება. მესამე ნაწილი – მუშაობა პერსონალთან: კვალიფიკაციის ამაღლება, კოლექტივის ატმოსფერო და მიზნობრივი მითითებები, თითოეულის ინდივიდუალური განსაკუთრებულობები და მათი ოპტიმალური შერწყმა საქმეში წარმატების მისაღწევად.

გარე ტექნოლოგიები გამიზნულია მოსახლეობასთან, ხალხის დიდ ან პატარა ჯგუფებთან მუშაობაზე, შიდა – ორგანიზაციის კოლექტივებთან მუშაობაზე გარე ღონისძიებების (რეკლამა ან PR კამპანია მასმედიაში) დახმარებით.

შემდგომ უნდა მოხდეს ამოცანის სწორი დასახვა. ამოცანა კარნახობს ტექნოლოგიების არჩევას: იქნება ეს მასმედიასთან მუშაობა, მეწარმეებთან ინდივიდუალური ან კორპორატიული მუშაობა თუ სხვა, მაგრამ უკვე პირველი ნაბიჯები იძლევა შედეგს, რომელმაც შეიძლება გავიძულოს დასახული ამოცანის, ტექნოლოგიების ნაკრების და სხვა ინსტრუმენტების გადახედვა. სიტუაციის ანალიზი და შეფასება აუცილებელია საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამუშაოს ყველა ეტაპსა და ყოველ მომენტში.

მსჯელობების პროცესში იბადება PR კამპანიის კონცეფცია, ანუ, პრობლემის ფორმულირება იმ სახით, რომლითაც ის უფრო ზუსტად და სრულად იქნება აღქმული ყველას მიერ, და მისი გადაწყვეტის გზები.

აუცილებელია ორგანიზაციის ძლიერი და სუსტი მხარეების, შესაძლებლობების და წინააღმდეგობების განსაზღვრა.

დეტალური დაგეგმარება – წარმატების საწინდარია. ქმედებების ეტაპობრივი დაგეგმვა უნდა დაიწყოს კამპანიის მიზნის წინასწარი ფორმულირებით და აუდიტორიის განსაზღვრით.

კინოფესტივალის PR კამპანიის საფუძველს წარმოადგენს საკომუნიკაციო პროგრამა მოსახლეობის იმ ჯგუფებთან, ორგანიზაციებთან და პიროვნებებთან, რომლებსაც შეუძლიათ რეალურად სიტუაციაზე გავლენის მოხდენა.

საკომუნიკაციო პროგრამის მიზნება – პრობლემაზე ყურადღების მიქცევა, გადაწყვეტის გზების შეთავაზება, მაქსიმალური რაოდენობის კომპეტენტური ორგანიზაციებისა და პირების პრობლემის განხილვისა და გადაწყვეტისკენ მოწოდება. ამისათვის ფესტივალ „სესილიმ“ შეიძლება გამოიყენოს კომუნიკაციის ყველა მისაწვდომი საშუალება:

- ინდივიდუალური – ტელეფონი, ფაქსი, ფოსტა, ელექტრონული ფოსტა;

- მასობრივი – ბეჭდვითი (გაზეთები, ჟურნალები, პლაკატები) და ელექტრონული (რადიო, ტელევიზია, საინფორმაციო სააგენტოები, ინტერნეტის ქსელი);

- შერეული – ფლაიერებისა და გაზეთების პირდაპირი დაგზავნა მისამართებზე.

შემდეგ აუცილებელია ღონისძიებების გეგმა შეთანხმებულ იქნეს PR კამპანიის ყველა მონაწილესთან და განისაზღვროს ყოველი ეტაპის შესრულებაზე პასუხისმგებელი პირები:

1. ფინანსური რესურსების მოძიება.
2. მოსახლეობასთან შეხვედრები.
3. პუბლიკაციები ბეჭდვით მასმედიაში.
4. გადაცემები ელექტრონულ მასმედიაში.
5. კამპანიის მსვლელობის შესახებ მასმედიისა და სხვა ორგანიზაციების, მათ შორის საზღვარგარეთის და საერთაშორისო, ინფორმირება.

და სხვა.

აუდიტორიის მხრიდან გაგება და სათანადო რეაქცია, როგორც წესი, არ მიიღწევა პირველივე ჯერიდან. საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის უმთავრესი პირობა – პროგრამებისა ან კამპანიის უწყვეტობა და ხანგრძლივობაა.

ფესტივალ „სესილის“ PR კამპანიის შემუშავება.

PR კამპანიის შემუშავება უნდა მოხდეს შემდეგი ეტაპების გავლით:

1. სიტუაციური ანალიზი PR კამპანიის დაწყებამდე.
 - კამპანიის ამოცანების, პრობლემების აღწერა: ეს არის პირველი ნაბიჯი კამპანიის თემის, მისი დანიშნულების და კიდევ იმის გასაგებად თუ რისთვის ტარდება იგი.
 - მნიშვნელოვანი გარემოცვის ანალიზი: კეთდება სხვადასხვა პიროვნებების და ორგანიზაციების ანალიზი, რომლებსაც ასე თუ ისე კავშირი აქვთ კინოფესტივალის კამპანიასთან;
 - სამიზნე ჯგუფების განსაზღვრა: პირველადი (ისინი, ვისზეც იქნება მიმართული ძირითადი ზემოქმედება) და მეორადი (ისინი, ვისი მეშვეობითაც იქნება მიმართული ძირითადი ზემოქმედება).
 - საერთო მიზნის დადგენა: ანალიზის შედეგებზე დაყრდნობით შესაძლებელია კამპანიის საერთო მიზნის ფორმულირება.
2. წინასწარ იმიჯის, სახის, იდეის შემუშავება. ეს არის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტი კამპანიის შემუშავებაში. ძალზედ მნიშვნელოვანია წინასწარ იმიჯის აზრის მკაფიო ფორმირება, რომელიც გამოხატავს სიტუაციას და ჩვენს მიდგომას მის შესაცვლელად.
3. სამიზნე ჯგუფების წარმოდგენების, დამოკიდებულებების, საქციელების ანალიზი. ის ტარდება იმისათვის, რომ მერე სამიზნე ჯგუფებისთვის შემუშავდეს ადეკვატური შეტყობინებები.

თუ კი გსურთ, რომ რომელიმე ადამიანებმა თქვენს კულტურულ ღონისძიებაში მიიღონ მონაწილეობა, ჭკვიანურია თუ კი ეცდებით ჯერ უფრო ახლოს გაიცნოთ ისინი. თქვენ იმ ადამიანების ინტერესების უფრო დაწვრილებითი ცოდნა გესაჭიროებათ, რომლებიც უკვე იღებენ მონაწილეობას თქვენს პროგრამებში. როდესაც მათ უკეთ გაგებას დაიწყებთ, მათთან დამაკავშირებელი ოპტიმალური საინფორმაციო არხების პოვნას შეძლებთ, უკეთესად შეიგრძნობთ, თუ რა იზიდავს მათ და რა ახდენს მათზე განმზიდავ ზემოქმედებას და, რაც მთავარია, შეძლებთ მათი მსგავსი სხვა ადამიანის პოვნას. ეს არის ის, რასაც ბიზნესში მარკეტინგული გამოკვლევა ეწოდება; სწორედ ამას აკეთებენ ორგანიზაციები, გამოავლენენ რა თავის პოტენციურ მომხმარებელს ბაზარზე პროდუქტის წინასწარ აღიქვად. ეს აუცილებელია თუნდაც იმისთვის, რომ კინოფესტივალმა „სესილი“ შეძლოს

სპონსორების მოძიება. მთელი თქვენი საინფორმაციო მოღვაწეობა გამიზნული უნდა იყოს როგორც ამჟამინდელ, ისე მომავალ აუდიტორიაზე. აუცილებელია თქვენი აუდიტორია კარგად იცოდეთ, რათა დახვეწოთ თქვენთან არსებული პროგრამები და შექმნათ ახალი.

4. შეტყობინებების შემუშავება. ანალიზის საფუძველზე უნდა შეიქმნას შეტყობინებები სხვადასხვა სამიზნე ჯგუფისთვის. ეს შეტყობინებები ერთი მხრივ, უნდა გამოხატავდეს წინასწარ იდეას, სახეს და იმიჯს, მეორე მხრივ, – უნდა ეყრდნობოდეს მოცემული საკითხის შესახებ სამიზნე ჯგუფების წარმოდგენების, დამოკიდებულებების და საქციელების ანალიზის შედეგებს, ასევე ამ ჯგუფში მისაღებ „ენას“. რეკომენდირებულია თითოეულ სამიზნე ჯგუფზე თავისი შეტყობინებების შემუშავება, რომლებიც პასუხობენ გარკვეულ ამოცანებს.

5. შეტყობინებების წინაწარვის არხებისა და ინსტრუმენტების განსაზღვრა და შემუშავება. ამ სტადიაზე განისაზღვრება შეტყობინებების წინაწარვის მეთოდები, ასევე ინფორმაციის გადაცემის არხები და ინსტრუმენტები. ისინი უნდა იყვნენ სამიზნე აუდიტორიების ადეკვატური. წინასწარ იმიჯი შეტყობინებებსა, არხებსა და მათი წინაწარვის ინსტრუმენტებთან ერთად წარმოადგენს კამპანიის სტრატეგიას.

6. PR კამპანიის რესურსების ანალიზი. მოცემული სტადია სასარგებლოა მაშინ როცა რესურსები შეზღუდულია, ანუ, სწორედ კინოფესტივალ „სესილისთვის“, ვინაიდან მას არა აქვს სახსრები მასშტაბური კამპანიების ჩასატარებლად. ასეთი ანალიზი საშუალებას იძლევა გავიგოთ – რეალურია თუ არა იმ კამპანიის ჩატარება, რომელიც ჩავიფიქრეთ. პრობლემების აღმოჩენის შემთხვევაში რეკომენდირებულია ნაბიჯების ტექნოლოგიის დახმარება წინამდებარე ნაწილში.

7. PR კამპანიის სამუშაო გეგმის შედგენა. როდესაც განსაზღვრულია კამპანიის სტრატეგია და რესურსები, შესაძლებელი ხდება ღონისძიებების სტანდარტული კალენდარული გეგმის შემუშავება მისი რეალიზებისთვის.

შეტყობინებების წინაწარვისთვის სასარგებლოა კინოფესტივალ „სესილიმ“ გაითვალისწინოს შემდეგი ინსტრუქციები:

1. ამოიწერეთ, რომელ სამიზნე ჯგუფებზე იქნება მიმართული თქვენი PR კამპანია.

2. განსაზღვრეთ თითოეული სამიზნე ჯგუფის მიხედვით ამოცანები, რომლებიც უნდა შეასრულოთ კამპანიის მსვლელობის დროს.

3. შეიმუშავეთ თითოეული სამიზნე ჯგუფისა და PR ამოცანისთვის შესაბამისი შეტყობინება, რომელსაც მიიტანთ სამიზნე ჯგუფამდე PR ამოცანების შესრულებისას.

4. აღწერეთ თითოეული შეტყობინების წინსვლის მეთოდები (საინფორმაციო არხები და წინწაწევის ინსტრუმენტები).

5. გააანალიზეთ შეტყობინების წინწაწევის შემუშავებული სტრატეგიის ეფექტურობა, შეიტანეთ აუცილებელი კორექტივები, თქვენი ორგანიზაციის რეალური შესაძლებლობებიდან გამომდინარე.

სამიზნე ჯგუფების მოსალოდნელი ქმედებები წარმოადგენს გარკვეული ინფორმაციის – შეტყობინების მათთან მიტანის შედეგს. შეტყობინება როგორც მინიმუმ მოიცავს:

- შინაარსს (რა ვთქვით);
- სტრუქტურას (როგორ ვთქვით);
- ფორმას (როგორ გამოვხატოთ იდეა).

შეტყობინების შინაარსი.

გინაიდან შეტყობინება ყოველთვის მიმართულია არა უსახო მასაზე, არამედ კონკრეტულ ადამიანებზე, სასურველია დავადგინოთ რომელმა წამქეზებელმა მოტივებმა შეიძლება გამოიწვიოს სასურველი საპასუხო რეაქცია.

არსებობს ასეთი მოტივების სამი ტიპი:

1. რაციონალური მოტივები. ამ შემთხვევაში თქვენი გზავნილი უნდა შეესაბამებოდეს კონტაქტური აუდიტორიის წარმომადგენლების პირად სარგებელს.

2. ემოციური მოტივები. შეტყობინება ხალხში უნდა იწვევდეს გარკვეულ გრძნობებს: შიშს, სიბრალულს, სირცხვილს, სიყვარულს, სიამაყეს, სიხარულს.

3. ზნეობრივი მოტივები. შეტყობინება უნდა იყოს მიმართული სამიზნე აუდიტორიაში სამართლიანობის გრძნობის, პატიოსნების შეგრძნების გამოჩენაზე.

შეტყობინების სტრუქტურის პროექტირებისას სასარგებლოა გადაწყდეს შემდეგი:

1. გაკეთდეს თუ არა შეტყობინებაში მკაფიო დასკვნა თუ მივანდოთ ეს აუდიტორიას?

2. ჩამოვაცალიბოთ მხოლოდ მომხრეობის არგუმენტები თუ შევთავაზოთ კონტრარგუმენტები?

3. როდის მოვიყვანოთ ყველაზე მოქმედი არგუმენტები – შეტყობინების დასაწყისში თუ ბოლოში?

4. ჩავრთოთ თუ არა ცნობილი ადამიანების ციტატები?

5. მოვიყვანოთ თუ არა სტატისტიკური მონაცემები?

6. დავამატოთ თუ არა ცხოვრებისეული მაგალითები?

საკომუნიკაციო არხები არის კამპანიის ერთ-ერთი საპასუხისმგებლო მომენტი. ყველაზე საუკეთესო შეტყობინებაც კი, რომელიც მიმართულია კარგად შესწავლილ სამიზნე აუდიტორიაზე, შეიძლება არ იყოს ეფექტური იმის შედეგად, რომ უბრალოდ არ იქნა მიღებული ან გაგზავნილი იყო იმ არხების მეშვეობით, რომელსაც არ ენდობა სამიზნე აუდიტორია, ან გამოყენებული იყო ინფორმაციის (კომუნიკაციის) გავრცელების ისეთი არხები, რომლებიც საერთოდ ვერ აღწევნენ თქვენი სამიზნე აუდიტორიის წარმომადგენლებამდე. შეტყობინების გავრცელების საშუალების არჩევის დროს კინოფესტივალ „სესილიმ“ უნდა გაითვალისწინოს აუდიტორიის სასურველი მომცველობის, შეტყობინების გამოჩენის სიხშირის და მისი აუდიტორიაზე ზემოქმედების დონე.

პირადი კომუნიკაციის არხები არის ყველაზე ეფექტური. მასში მონაწილეობას იღებს ორი (ან მეტი) ადამიანი, რომლებიც უშუალოდ ურთიერთქმედებენ პირადი საუბრის, აუდიტორიასთან ურთიერთობის, ტელეფონზე საუბრის, პირდაპირი ეთერის დროს.

აღსანიშნავია ის, რომ, როგორც წესი, მასაში იდეები შეაქვთ აზრის ლიდერებს (ამასთან სხვადასხვა კლასისა და ჯგუფებისათვის ლიდერი სხვადასხვაა). ამიტომ მიმართვის ეფექტურობა იქნება უფრო მაღალი თუკი, ის იქნება აზრის ლიდერებზე გამიზნული, ხოლო ისინი თავად მიაწვდიან შეტყობინებას დანარჩენებს.

არაპირადი კომუნიკაციის არხები. ეს არის ინფორმაციის გავრცელება პირადი კონტაქტისა და უშუალო უკუკავშირის უქონლობის პირობებში. ზშირად ქვემოთ მოყვანილი მეთოდების გამოყენება აადვილებს პირად კომუნიკაციას.

სპეციფიკური ატმოსფერო. ეს არის ორგანიზაციის მიერ სპეციალურად შექმნილი გარემო, რომელიც ხელს უწყობს ორგანიზაციის მიმართ დამოკიდებულების წარმოშობასა და განმტკიცებას.

მოკლენური ხასიათის ღონისძიებები. მათ მიეკუთვნება პრეზენტაციები, პრესკონფერენციები, სპეციალური ღონისძიებები, ორგანიზაციის ან რაიმე ახალი პროგრამის, გამოფენის და ა. შ. გახსნასთან დაკავშირებით.

მასობრივი და არჩევითი (სპეციალიზებულ აუდიტორიაზე გათვლილი) ზემოქმედების საშუალებები. პირველ რიგში, ეს არის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები, პლაკატები, საფოსტო რეკლამები და სხვ.

არსებობს მოსაზრება, რომ PR მენეჯერსა და მედიის წარმომადგენელს სხვადასხვა ინტერესები გააჩნიათ, ხოლო PR მენეჯერისთვის აუცილებელია სწორი მიდგომა გამოიყენოს ჟურნალისტებთან ურთიერთობაში. ყურადღება მახვილდება შემდეგ საკითხებზე:

- PR მენეჯერისთვის პრიორიტეტულია მედიის ნდობის მოპოვება და შენარჩუნება, რაც ხშირად PR მენეჯერის პიროვნულ თვისებებზეა დამოკიდებული. მედიამ უნდა დაინახოს, რომ PR მენეჯერი არის პროფესიონალი და ორგანიზაციის საქმიანობაში კარგად ჩახედული ადამიანი, რომელიც ყოველთვის მზად არის მათ დახმარება გაუწიოს და ინფორმაციის მოპოვებაში შეუწყოს ხელი.

- ჟურნალისტის კონკრეტულ შეკითხვას კონკრეტული პასუხი უნდა გაეცეს, თუმცა ამავე დროს საჭიროა სიფრთხილე, ყველა სიტყვის აწონ-დაწონვა, რათა არ გაჟღერდეს ის, რაც არ გვაწყობს. ჟურნალისტები ხშირად არ არიან კომპეტენტურნი ყველა სფეროში, ამიტომ აუცილებელია მათთან მჭიდრო თანამშრომლობა, დეტალური და ზუსტი ინფორმაციის მიწოდება, რათა მათ კარგად დაინახონ საკითხის არსი და შესაბამისად გააშუქონ ესა თუ ის მოვლენა.

- აუცილებელია მუდმივი კავშირი მედიასთან, მუდმივად უნდა ადევნო თვალყური მედიის და კონკრეტული ჟურნალისტების საქმიანობას. ჟურნალისტმა უნდა იგრძნოს, რომ შენ გაინტერესებს მისი საქმიანობა და მის სტატიებს კითხულობ.

- როგორც ბევრ სხვა სფეროში აქაც წამყვანია პირადი კავშირები და ახლოდღობური ურთიერთობები. ამიტომ რაც უფრო კარგად იცნობ ჟურნალისტებს, მათ ყოველდღიურ ცხოვრებას და ინტერესებს, მით უფრო იოლად შეგიძლია წარმატებული თანამშრომლობა დაამყარო.

- ჟურნალისტებს ხშირად აღიზიანებთ, როცა PR მენეჯერი მათ არ ეხმარება პირველ პირთან კავშირის დამყარებაში, რაც ყოველთვის

სულაც არ შედის PR მენეჯერის მოვალეობაში. ნებისმიერი გაუგებრობის დროს მომგებიანია ღია დამოკიდებულება და გულახდილობა.

- PR მენეჯერმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ ჟურნალისტები შეზღუდული დროის პირობებში მუშაობენ, ამიტომ ინფორმაცია ყოველთვის დროულად უნდა მიაწოდოს.

- ჟურნალისტს ისევე სჭირდება PR სპეციალისტთან ურთიერთობა, როგორც PR მენეჯერს ჟურნალისტთან, ანუ, PR ჟურნალისტისთვის მთავარი დასაყრდენი უნდა იყოს!

- PR მენეჯერიცა და ჟურნალისტიც ცდილობს გარკვეული ინფორმაციის საზოგადოებისთვის მიწოდებას, მაგრამ ჟურნალისტებს ხშირად დამალული ინფორმაცია აინტერესებთ და სენსაციას ეძებენ, PR მენეჯერი კი ცდილობს ინფორმაცია უფრო რბილ და მისაღებ ფორმებში მიაწოდოს საზოგადოებას.

პრესისთვის უნდა შეიქმნას პრესპაკეტი. ის გამოიყენება – პრესკონფერენციების, გამოფენების, და სხვადასხვა სპეციალური ღონისძიებების დროს. მისი ამოცანაა – მასმედიას მიაწოდოს დეტალური ინფორმაცია მიმდინარე ღონისძიების შესახებ.

პრესპაკეტში შესაძლებელია მოვათავსოთ:

- პრესრელიზი,
- ორგანიზაციის ბროშურა,
- ღონისძიების პროგრამა,
- საპატიო სტუმრების სია,
- განცხადება პრესისათვის,
- წლიური ანგარიში,
- პრესკონფერენციაზე გამომსვლელობა ავტობიოგრაფიები.

ანუ ყველაწარმოებული დოკუმენტი, რომელიც ხელს შეუწყობს მასმედიას აღწეროს მიმდინარე ღონისძიება.

პრესრელიზი უნდა შეიქმნას კინოფესტივალის ჩატარებამდე რამდენიმე ხნით ადრე. სტატიისგან განსხვავებით პრეს-რელიზი არის მოკლე შეტყობინება, რომელიც ითხოვს საგრძნობლად მცირე დროსა და ძალას მის დასაწერად.

პრესრელიზების დაგზავნის საბოლოო მიზანს წარმოადგენს კომპანიის გარკვეული იმიჯის ფორმირება და შენარჩუნება ფართო საზოგადოების თვალში.

ახლა მოკლედ განვსაზღვროთ ის, თუ რა უნდა დაიწეროს

პრესრელიზში: ინფორმაცია და არა რეკლამა. ზოგჯერ მათი განსხვავება რთულია, მაგრამ არსებობს მინიშნება: ინფორმაცია – არის „მონაცემი არა იმის შესახებ თუ რას ყიდით, არამედ იმის შესახებ, თუ როგორ ცხოვრობთ.“ პრესრელიზი ჩვეულებრივ იწერება არა სალაპარაკო, თხრობით, არამედ ტელეგრაფულ, უსახო მანერაში, რაიმე სიახლის, მოვლენის საბაბით, რომელთაც ჰქვია საინფორმაციო საბაბი. აქედან გამომდინარე პრესრელიზის შინაარსი, როგორც წესი, დაკავშირებულია დროის გარკვეულ პერიოდთან.

განვიხილოთ თუ როგორ უნდა დაიწეროს პრესრელიზი. მისი ძირითადი შემადგენლებია:

- სათაური,
- რეზიუმე,
- ძირითადი ნაწილი,
- საკონტაქტო რეკვიზიტები,
- მონაცემები ფირმის შესახებ,
- მონაცემები პროდუქტის, მომსახურების შესახებ.

არსებობს სხვადასხვა კომპანიები, რომელთაც შეეძლიათ მიაწოდონ თქვენი პრესრელიზები ან შეუკვეთონ ეს მომსახურება.

დღეს არსებული PR კომპანიები, PR საზოგადოება თუ ცალკეული, ინდივიდუალური „PR-შეკები“ საკუთარი, პიროვნული ეთიკის კოდექსის მიხედვით მოქმედებენ. გარკვეულწილად, ცალკეულ შემთხვევებში, ეს ამართლებს კიდევ, მაგრამ არის სიტუაციები, როდესაც შინაგანი ღირებულებები ხშირად წინააღმდეგობაში მოდის საერთაშორისო პრაქტიკაში არსებულ ღირებულებებთან. ამიტომ ყველა PR კომპანიამ, PR საზოგადოებამ თუ ცალკეულმა „PR-შეკმა“ უნდა გაითვალისწინოს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სფეროში პროფესიული ქცევის ევროპული კოდექსი (ლისაბონის კოდექსი).

მაცურებლის პრობლემა აკადემიურ თეატრებში

თეატრის დაარსების პერიოდში (XVIII–XIX საუკუნეებში) იყო ადგილი, სადაც ქართულ სიტყვას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭებოდა; ეს იმ პერიოდში, როდესაც რუსიფიკაციის პირობებში ქართული დრამატურგიის სცენაზე გადმოტანა და ქართველი მსახიობების მშობლიურ ენაზე მეტყველება მაყურებლებისთვის უმნიშვნელოვანესი მოვლენა იყო. დროთა განმავლობაში შეიცვალა ვითარება, ისტორიულ-სოციალური ფონი, შეიცვალა თეატრის ბედიც.

ქართულ თეატრს სრულიად უნიკალური ისტორია აქვს. ჩემი კვლევის ობიექტი თეატრის ისტორიის კვლევა არ არის. ნაშრომში თანამედროვე ქართულ თეატრში, კონკრეტულად კი აკადემიურ თეატრებში, მაყურებლის დასწრების პრობლემაზე გავამახვილებ ყურადღებას.

გასული საუკუნის 90-იანმა წლებმა ბევრი გაჭირვება და ქაოსი მოიტანა საქართველოში, სამოქალაქო დაპირისპირების შემდეგ, მართალია თბილისში შედარებით სიმშვიდემ დაისადგურა. ეს ის პერიოდია, როდესაც საქართველოს ტერიტორიული მთლიანობა დაირღვა, ქვეყანაში მძიმე სოციალური ვითარებაა.

ამ პერიოდში თბილისში იქმნება პირველი სარდაფის ტიპის თეატრი (რეჟისორები: ლევან წულაძე და ოთარ ეგაძე). ყველაფრისგან გადაღლილმა, დაბნეულმა და დათრგუნულმა მოსახლეობამ სარდაფის თეატრი შეიყვარა, უფრო მეტიც, სარდაფის თეატრში გაჩნდა ანშლაგები, ამ დროისათვის ქართულ თეატრში ესოდენ დავიწყებული ცნება. სპექტაკლების უმრავლესობა სარდაფის თეატრში იყო თანამედროვე სინამდვილის ამსახველი, კომედიური ჟანრის. კომედიური სპექტაკლის ზილვისას მაყურებელი თავისუფლდება მძლავრად დატვირთული უარყოფითი მუხტისაგან.

2000 წლისათვის, როდესაც თბილისში მოქმედ ყველა დიდ თეატრში (რუსთაველის, მარჯანიშვილის, შემდეგ კინომსახიობთა) სარემონტო სამუშაოების გამო რეპერტუარი შეწყდა, მაყურებელი ძირითადად სარდაფის თეატრებით საზრდოობდა, ამავე პერიოდში

ექსპერიმენტების მოყვარულმა ავთო ვარსიმაშვილმა დააარსა ახალი თეატრი: „თავისუფალი თეატრი“, რომლის პირველმა წარმოდგენამ „კომედიატებმა“ მოკლე ხანში საოცარი პოპულარობა მოიპოვა და დღემდე არ კარგავს მაყურებელს.

თეატრალურ სარდაფში მხოლოდ სპექტაკლები არ იდგმებოდა, აქ ეწყობოდა პიესების კითხვები, ლიტერატურული საღამოები. დღესდღეობით თეატრალური სარდაფი ვაკეში დახურულია, რუსთაველზე კი იშვიათადაა პრემიერა, არც პიესების კითხვებია და არც ლიტერატურული შეხვედრები. შესაძლოა ეს იმის გამო მოხდა, რომ სარდაფის მაყურებელი დაუბრუნდა აკადემიურ თეატრებს, ან სულაც იმის გამო, რეპერტუარია არასწორად შერჩეული. მიხეილ თუმანიშვილი ამბობდა: „თეატრის სიცოცხლისუნარიანობა მაქსიმუმ 10 წლით განისაზღვრება, ამის შემდეგ თეატრმა აუცილებლად უნდა დაიწყოს ახალი ფორმების, სტილისა და ტენდენციების ძიება, მას ახალი სისხლი უნდა გადაესხას, თუ უნდა, რომ თავი გადაირჩინოს.“ როგორც ხედავთ, მიზეზი თვალსაჩინოა. სარდაფის თეატრმა ზუსტად 10 წელიწადში საკუთარი შესაძლებლობები ამოწურა და მისმა დამაარსებლებმაც ისევ აკადემიურ თეატრებს მიაშურეს.

საინტერესოა, რა დახვდა მონატრებულ თეატრებში ქართველ მაყურებელს. შესაძლოა, გარემონტებული შენობა, რეკლამა, ლამაზად გაფორმებული აფიშა ან თეატრის web-გვერდი. მაგრამ თეატრის მთავარი პროდუქტი სპექტაკლია, ყველაზე დიდი წარმატება კი ანშლაგია. ანშლაგია რუსთაველის თეატრში „კავკასიურ ცარცის წრეზე“, როდესაც გენიალურ მსახიობს, რამაზ ჩხიკვაძეს ვარსკვლავი გაუხსნეს. ბილეთებიც წარმოდგენამდე ბევრად ადრე გაიყიდა, რიგებიც იდგა სალაროსთან, ეს მაშინ, როცა მისი ღირებულება სტანდარტულ ფასს ბევრად აღემატებოდა. მართალია, „კავკასიური ცარცის წრე“ გენიალური სპექტაკლია, მსოფლიომ აღიარა და უკვე 30 წელზე მეტია სცენიდან არ ჩამოსულა. ანშლაგი, შესაძლოა, უფრო იმან განაპირობა, რომ ვარსკვლავების გახსნაზე სიარულიც მოდად იქცა (!). ეს მაშინ, როცა რუსთაველის თეატრში მოიხსნა სრულიად გენიალური სპექტაკლი „გოდოს მოლოდინში“ ძალიან მარტივი მიზეზის გამო, მას მაყურებელი არ ჰყავდა (!). როდესაც გააყენელის „სტიქისზე“ თითზე ჩამოსათვლელი ბილეთების რაოდენობა იყიდება, ამის მიზეზიც აშკარაა, ასეთ სპექტაკლებს მაყურებელი აღარ ჰყავს. აშკარაა, რომ აუცილებლად ვარსკვლავის გახსნა, საზეიმო

საღამო ან ჯეოსტარი უნდა გადიოდეს რუსთაველის თეატრში იმისათვის, რომ დარბაზი შეივსოს.

ბოლო დროს სრული დატვირთვით მუშაობს რუსთაველის თეატრის ექსპერიმენტული სცენა, სადაც, გარდა სპექტაკლებისა, საინტერესო შეხვედრები და იმავე პიესების კითხვებიც იმართება. ეს სასიცოცხლოდ აუცილებელი მოვლენაა ნებისმიერი თეატრისთვის, აქ დარბაზი ყოველთვის სავსეა თეატრალური საზოგადოებით, ეს შეხვედრებზე გასაგებია, მაგრამ სპექტაკლზე ბილეთების რაოდენობის გაყიდვის მიხედვით აქაც საგანგაშო მდგომარეობაა, არადა რა საინტერესოა, რომ იმავე ექსპერიმენტულ სცენაზე დასწრების მხრივ ნამდვილი რეკორდი დაამყარა რეალითი შოუ „დასის“ წარმოდგენებმა, განსაკუთრებით შოუს სატელევიზიო მიმდინარეობის პროცესში, ანუ, ტელევიზია ჩვენთან ისევ საოცრად პოპულარულია, უფრო მეტიც ტელევიზიას არ ჰყავს ბადალი. თუ კარგად დააკვირდებით, არცერთ გადაცემაში, მცხუნვარე სატელევიზიო დროს, არავინ ლაპარაკობს რომელიმე კონკრეტულ სპექტაკლზე, მის ღირებულებებზე, იმაზე, რომ ეს ნამდვილი აღმოჩენაა და შეუდარებელია, რომ ამ სპექტაკლის დადგმით რაღაც ახალი დაიწყო ქართული თეატრის ისტორიაში...

ძალიან კარგი საყურებელია რუსთაველი თეატრში თითქმის ერთი წლის წინ დადგმული სპექტაკლი „მოხუცი ჯამბაზები“, სადაც ბრწყინვალე მსახიობები: მედეა ჩახავა, გურამ საღარაძე, კახი კაცსაძე თამაშობენ. პრემიერამდე იყო ბევრი სიუჟეტი ტელეეთერში, ინტერვიუები პრესაში, პრემიერის შემდგომ უშუალოდ სპექტაკლს გადაცემებიც კი მიეძღვნა, ყველა წარმოდგენამდე რამდენიმე დღით ადრე ყველა ბილეთი გაყიდულია, რა თქმა უნდა, ეს არ არის რიგითი სპექტაკლი, მაგრამ რეკლამამ მაინც იმუშავა, ზოგიერთ რიგით სპექტაკლს ამის ნახევარი PR რომ ჰქონდეს, იქნებ აღარ იყოს სპექტაკლის გადადების საშიშროება ზოგჯერ სამი ან ოთხი გაყიდული ბილეთის გამო.

ნებისმიერ ინტერნეტ გამოკითხვაში, ფორუმებზე, რეიტინგის თვალსაზრისით ავთო ვარსიმაშვილის „თავისუფალი თეატრი“ ლიდერობს, მისი სიძლიერე ალბათ იმაშია, რომ ეს არის ერთადერთი თეატრი დღესდღეობით საქართველოში, რომლის რეკლამას ყველაზე ცნობილი არხის ეთერში დღის განმავლობაში რამდენიმეჯერ მოისმენთ, იქ არის სპექტაკლები თანამედროვე თემატიკაზე, თავისი ახალგაზრდა მსახიობებით, ბუნებრივი მოვლენების (თოვლი, წვიმა) სცენაზე უხვი ჩვენებით, დარბაზში ატირებული მაყურებლით

„ოთხი წლის წინ, 1997 წლის 31 მარტს, როდესაც ვხსნიდი „თეატრალურ სარდაფს, პირველ სპექტაკლზე მოსულ მაყურებელს ვუთხარი, რომ ვხსნი თეატრს, რომლის დევიზიც იქნება „დე, ცუდი, ოღონდ ბევრი!“ იმ პერიოდში თეატრები პრაქტიკულად ჩაკეტილი იყო ახალგაზრდა რეჟისორებისათვის, ამიტომ მინდოდა, გამეხსნა ისეთი თეატრი, სადაც ბევრი ახალი დადგმა გაჩნდებოდა. ჩემ მიერვე მოგონილმა დევიზმა წელიწად-ნახევარში ჩიხში მომაქცია, მე გადავიქციე ძალიან ბევრი უნიჭო სპექტაკლისა და მათი დამდგმელების პროდიუსერად, რის გამოც ღვეტოვე ჩემს მიერვე დაარსებული თეატრი. დღეს, 2001 წლის 31 მარტს, ზუსტად ოთხი წლის თავზე, მე ვხსნი კიდევ ერთ თეატრს, რომლის დევიზიც იქნება „სჯობს ცოტა, ოღონდ კარგი!“ ეს იქნება „თავისუფალი თეატრი“ თავისუფალი მაყურებლისათვის, სადაც გზა მხოლოდ ნიჭიერ შემოქმედებს მიეცემათ,“ – ეს ავთო ვარსიმაშვილის სიტყვებია, ის ყველაზე კარგი მენეჯერია თავისი თეატრისა. მან შეძლო, გაეკეთებინა თეატრი, სადაც სულ ანშლაგებია, ჰყავს თავისი მსახიობები, რომელთაც ყველაზე კარგად იცნობს და ყველაზე კარგად იცის.

ბევრს დავობენ პროფესიონალები ამ ბოლო დროს მარჯანიშვილის თეატრის რეპერტუართან დაკავშირებით, არადა ფაქტია, რომ სწორად წარმართულმა მენეჯმენტმა, კარგმა რეკლამამ, კონტაქტებმა თეატრს მაყურებელი დაუბრუნა, მაგრამ აქ სხვა რამეა პრობლემა და ეს მართლაც რეპერტუარია, თეატრისა, რომელსაც ძალიან დიდი ისტორია და წარმატებები აქვს.

კოტე მარჯანიშვილის სახელობის სახელმწიფო აკადემიური თეატრი თითქმის რვა ათეული წელია მოღვაწეობს. ამ ხნის განმავლობაში ჩამოყალიბდა, თვალსაჩინოდ გამოიკვეთა თეატრის სახე, მისი მოქალაქეობრივი პოზიცია, ხასიათი, სტილი, ტრადიცია და მთლიანად შემოქმედება. დღეს მარჯანიშვილის თეატრში დიდ სცენასთან ერთად მოქმედებს მცირე სცენა ე. წ. „თეატრი სხვენში“, სადაც ძირითადად ახალგაზრდა რეჟისორები ცდიან თავის შესაძლებლობებს. დიდი პოპულარობით სარგებლობს ლევან წულაძის (თეატრის სამხატვრო ხელმძღვანელი) ბოლო დროს დადგმული ისეთი გახმაურებული სპექტაკლები, როგორებიცაა: „ქაქუცა ჩოლოყაშვილი“ და „პიგმალიონი“. სიუჟეტები, სტატიები, პროფესიონალთა რეცენზიები არც ერთ მათგანს არ დაჰკლებია, მაგრამ არც თუ საიმედო.

თეატრმცოდნეებისათვის დამაბნელებელი არაა „ქაქუცა ჩოლოყაშვილი“, მიუხედავად თავისი პატრიოტული პათოსისა და მარჯანიშვილის თეატრის სალაროსთან ბილეთის რიგში მდგარი ახალგაზრდებისა. თუკი მართლაც დარბაზი გაივსება და იმ დარბაზიდან ადამიანი ისეთივე გამოვა, როგორიც შევიდა არაფერი მასში არ შეიცვლება მაშინ რა დანიშნულება აქვს თეატრს? ვაცინოთ, ვიხარხაროთ, თუ მარტო ვიტიროთ? ალბათ, უნდა შევიმეცნოთ.

დღეს სერიოზული პრობლემების წინაშე დგას ქართული დრამატურგია. ახალგაზრდა დრამატურგებს პიესები თაროებზე უძველდებათ, თანამედროვე საზღვარგარეთულ დრამასთან ზომ საერთოდ ძალიან მწყვრალად ვართ. სარეპერტუარო პოლიტიკა ქართულ თეატრებში უდავოდ რთული თემაა, არადა ყველა თეატრში უნდა არსებობდეს კონკრეტული შტატი ამ მიმართულებით, უფრო სწორად პროფესიონალთა ჯგუფი, რომელიც კითხულობს ახალ პიესებს, როგორც ქართულს, ასევე უცხოურს, იცის რა ხდება თანამედროვე ევროპულ თეატრში, და ა. შ.

აუცილებელია, თეატრებში, თავად თეატრის ინტერესებიდან გამომდინარე, ტარდებოდეს გამოკითხვები მაყურებლებს შორის, გამოკითხვების შედეგად, ნათელი გახდეს, თუ რა ტიპის მაყურებელი დადის ამა თუ იმ თეატრში, რა სიხშირით, რა მოსწონს, ან, პირიქით, რაზე არ მოვა არასოდეს. აღსანიშნავია ისიც, რომ თეატრის მენეჯერი უნდა იყოს პროფესიონალი კულტურის მენეჯერიც. თეატრის მენეჯერმა უნდა დასახოს სტრატეგიული გეგმა, ასევე კომპანიის შიდა მონაცემებს გადახედოს ხშირად.

მენეჯერს შეუძლია გამოიყენოს ბილეთების სალაროს ან მომხმარებლის მიერ წარმოდგენილი ანგარიშებიდან ამოღებული ცნობები. ბილეთების სალაროდან მიღებული ცნობები შესაძლებლობას აძლევენ თეატრის მენეჯერს დასახოს გეგმა კონკრეტული ღონისძიებების გაყიდვებისა. შეადაროს გასული წლების გეგმას, და თუ მოთხოვნილება იქნება გადაწყვიტოს რა ღონისძიებების გატარებაა საჭირო ერთ ან რამდენიმე ცვლადთან დაკავშირებით მარკეტინგულ მიქსში. მაგალითად, თუ გაყიდვების ღონე რამდენიმე კვირის მერე მორიგი ღონისძიებების ჩატარების შემდეგ მუდმივად იკლებს, მაშინ მიზანმიმართულად სწორედ ამ პერიოდში უნდა გაიზარდოს ბიუჯეტი დაწინაურებისთვის, რათა შევინარჩუნოთ ან გავზარდოთ დასწრების მაჩვენებელი.

კლიენტების სია, აბონემენტების მფლობელები, იქნება ის კომერციული თუ არაკომერციული – არის საინტერესო ინფორმაცია.

აუცილებელია ასევე საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერი იყოს პროფესიონალი. მისი მეშვეობით უნდა ხდებოდეს საზოგადოებასთან ურთიერთობა – ინფორმაციის გაცვლა – კომუნიკაცია. მასზეა დამოკიდებული წარმატება ან წარუმატებლობა. მასმედიასთან ურთიერთობის ჩამოყალიბებაშიც დიდი წვლილი უნდა მიუძღვოდეს საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერს, მნიშვნელოვანია სპექტაკლის პრემიერის დრო და თარიღი გავრცელდეს საზოგადოებაში მასმედიის საშუალებით, უნდა დაიგეგმოს ისეთი PR კამპანია, რომ საზოგადოების დიდი ნაწილი დაინტერესდეს და არ იყოს ეს საზოგადოების გარკვეულ ფენაზე გათვლილი.

მარტო ვარსკვლავების გახსნით შორს ვერ წავალთ. ქართულ თეატრს სჭირდება ბევრი მაყურებელი, მაყურებელს – კარგი სპექტაკლი, კარგ სპექტაკლს – პიესა, პროფესიონალი გუნდი და ბევრი შრომა, რაც, ჩემი აზრით, ისეთ შედეგს მოიტანს, რომ აკადემიურ თეატრებში აღარ იქნება მაყურებლის პრობლემა და დიდი იმედი მაქვს ყველა სპექტაკლი ანშლავით ჩაივლის.

სათეატრო მენეჯმენტში ასევე საკმაოდ მნიშვნელოვანია თავად შიდა ორგანიზაციული სტრუქტურა, რომელიც, ერთი მხრივ, საკმაოდ რთული რგოლია. აქ, ერთი მხრივ, ყურადღება გასამახვილებელია შემოქმედებით სექტორზე, ასევე დიდი ყურადღება სჭირდება ტექნიკურ სექტორსა და საერთო, ადმინისტრაციულ სექტორს. პირველი მათგანი, ფაქტობრივად, თეატრალური მოღვაწეობის მთავარი პრინციპია და მოიცავს ყველაფერს, რაც დაკავშირებულია თეატრის სამხატვრო ხელმძღვანელობასთან, რეპერტუართან, მსახიობებთან და ა. შ. ტექნიკური სექტორი ესაა სპექტაკლების ტექნიკური მომზადება, განათება, რეკვიზიტი, ხმის რედაქტირება. ხოლო, რაც შეეხება ადმინისტრაციულ სექტორს, ესაა საბუღალტრო, კომერციული სამსახურები.

თეატრი, იმისათვის, რომ მან წარმოადგინოს ერთი სპექტაკლი, საკმაოდ რთულ და საინტერესო გზას გადის, ამას თეატრალური მოღვაწეობის საწარმოო ციკლი ეწოდება და შედგება ისეთი ეტაპებისაგან, როგორებიცაა განსაზოგადებული სპექტაკლის თემატიკის შერჩევა, დადგმისთვის მომზადება, სპექტაკლისათვის მომზადება, „ასპექტების შეკრა“, მარკეტინგული გეგმა, პრემიერა და ანალიტიკური სამუშაო პრემიერის შემდეგ. როგორც ხედავთ,

ერთი სპექტაკლის დასადგმელად უამრავი სამუშაოა ჩასატარებელი, უამრავი ადამიანის მიერ. პირველი რამდენიმე სტადია შემოქმედებით-ტექნიკურ ე. წ. „განყოფილებებს“ ეხებათ და მისი მართვაც მხოლოდ შემოქმედებს და ტექნიკურ სპეციალისტებს შეეძლებათ. რაც შეეხება მარკეტინგულ გეგმასა და საინფორმაციო-სარეკლამო მასალის მომზადებას, ეს უკვე მენეჯმენტ-მარკეტინგის სამსახურის პრეროგატივაა და ამ ნაწილსაც ისეთივე სასიცოცხლო ფუნქცია აკისრიათ, როგორიც თავად სპექტაკლის შემოქმედებით მხარეს. არ აქვს მნიშვნელობა, რის გამო არ მოხდება მაყურებლის სპექტაკლზე დასწრება, უგემოვნო, არაღირებული წარმოდგენის გამო, თუ არასწორი მარკეტინგული სტრატეგიის ან არასათანადო მენეჯმენტის გამო. რეზულტატი მაინც ერთი იქნება – თეატრს არ ჰყავს მაყურებელი და ეს საკმაოდ მნიშვნელოვანი პრობლემაა. თეატრის მომხმარებელი ხომ თავისთავად მაყურებელია. მომხმარებლის გარეშე დარჩენილი სახელოვნებო პროდუქტი კი სრული კრახია კულტურის მენეჯმენტისათვის.

თუმცა, ოპტიმისტები თუ ვიქნებით, არ არსებობს გადაუჭრელი პრობლემა. მე თუ მკითხავთ, ამისათვის სულაც არაა საჭირო დიდ ოპტიმისტური განწყობა. ამისათვის საჭიროა ელემენტარული პრაქტიკული და თეორიული ცოდნა მარკეტინგსა და მენეჯმენტში. სათეატრო მენეჯმენტის წარმართვისას, პირველ რიგში, აუცილებელია, შიდა ორგანიზაციული პრობლემების მოგვარება. ნებისმიერ ორგანიზაციაში ერთი ნაბიჯი წარმატებისკენ უკვე გადადგმულია, თუ მოგვარებულია სტრუქტურის პრობლემა, თუ სწორადაა ფუნქციები გადანაწილებული და თუ ხელმძღვანელი რგოლი ახერხებს ყველა განყოფილებაზე მმართველობით ე. წ. „თვალყურის დევნებას“. ეს იმას ნიშნავს, რომ ორგანიზაციაში ნებისმიერი ქმედება იქნება ადეკვატური და შესაბამისი, ასევე იქნება კონტროლირებადი და მიზანმიმართული. სტრუქტურის სწორად ჩამოყალიბების შემდეგ თეატრს უკვე შეეძლება შემოქმედებით საქმიანობასთან ერთად მარკეტინგულ გათვლებსა და PR კამპანიებზეც იფიქროს. პირველ რიგში, აუცილებელია, ზოგადად მასის, როგორც ბაზრის შესახებ ინფორმაციის რაიმე, თუნდაც ნებისმიერი ხერხით მიღება. აუცილებელია კონკურენტუნარიანი სხვა თეატრების პროგრამა-სტრატეგიების ზედმიწევნითი შესწავლა იმისათვის, რომ მოცემულმა თეატრმა შეინარჩუნოს ინდივიდუალურობა, სტილი, სტატუსი და მკაცრად განსაზღვრული ადგილი ბაზარზე. გარდა ამისა, საჭირო

და ისევ აუცილებელია სარეკლამო კამპანიები, ურთიერთობა მასობრივი ინფორმაციის გამავრცელებელ საშუალებებთან და მჭიდრო კონტაქტი მომხმარებელთან. თეატრს შეუძლია, შექმნას „მუდმივი მაყურებლის“ კლუბი, სადაც გაწევრიანებულებს საშუალება ექნებათ ფასდაკლებით ან მოსაწვევებით დაესწროს პრემიერებს, სპექტაკლებს. მერწმუნეთ, უფრო მნიშვნელოვანია, დარბაზი იყოს მაყურებლით სავსე და მათ ბილეთები ჰქონდეთ შეძენილი ნახევარფასად, ვიდრე, პრემიერაზე იყოს მხოლოდ რამდენიმე ათეული ადამიანი, ძვირადღირებული ბილეთებით. ყოველივე ზემოთ ჩამოთვლილი საშუალებების სწორად გამოყენებისა და, პლუს ამას, სხვა სპეციფიკური ღონისძიებების გატარების შემდეგ, მერწმუნეთ, საქართველოში არსებულ თეატრებს მაყურებლის პრობლემა ნამდვილად აღარ შეექმნებათ.

მენეჯმენტის ზოგიერთი პრობლემა თანამედროვე ხელოვნებაში

თანამედროვე ეპოქა სოციალურ-პოლიტიკური, ეკონომიკური, ეკოლოგიური და კულტურული სფეროების შოკური ცვლადობით მიმდინარეობს. საზოგადოებაში იცვლება პრიორიტეტები, მათი წარმატებული განხორციელების საშუალებები. პრაგმატულმა იდეებმა კონკრეტული მიმართულებები და მიზნის მიღწევის სრულად განსაზღვრული გზები გამოკვეთა, რომელთა შორის უპირველესი ადამიანის გავლენის სფეროებში შედწევა, ძალაუფლების მოპოვება, შემოსავლისკენ სწრაფვა, მატერიალური უზრუნველყოფის მიღწევა იქცა.

ამ პროცესების ფონზე შეუმჩნევლად დაიწყო და მიმდინარეობს ადამიანის დეჰუმანიზაცია, მისი კულტურული იდენტურობის აღმოფხვრა. უამრავ პრობლემათა ნაკადში მოქცეული ადამიანი ვერ იაზრებს, რომ კულტურის კრიზისი აპირობებს საზოგადოებაში აზროვნებისა და შესაბამისად ყოფიერების მრავალ პრობლემას.

კულტურა ზოგადი ცნებაა და მოიცავს კაცობრიობის მატერიალურ და სულიერ სფეროს, მიღწევებს ორივე მიმართულებით, საზოგადოების განვითარებისა და მიღწევების, მემკვიდრეობითი პრინციპის გამოყენებისა და ევოლუციის ჩათვლით. ამ ორი სახეობის გამიჯვნა შეუძლებელია მათი ორგანული კავშირის გამო, რადგან იდეის მატერიალური ხორცშესხმა სწორედ ცოდნის, ნიჭის მატერიალიზებაა. სულიერი კულტურის ობიექტური განსხეულებაც მატერიალური საშუალებების დახმარებით მიმდინარეობს, ე. ი., კულტურის ნებისმიერი საგანი (მოვლენა) მატერიალურისა და სულიერის ან პირიქით სულიერისა და მატერიალურის ხორცშესხმული ერთობლიობაა.

სულიერი კულტურა მოიცავს შემეცნების სფეროს, სულიერ შემოქმედებას, რელიგიას, მითოლოგიას, ფილოსოფიას, შემეცნებას, ზნეობას, აღზრდას, განათლებას, სამართალს, მეცნიერებას, ლიტერატურას, ხელოვნებას.

კიდევ უფრო დავაკონკრეტოთ: ხელოვნება-ლიტერატურა, თეატრი, კინო, სახვითი ხელოვნება, მუსიკა, ქორეოგრაფია, საცარკო ხელოვნება ადამიანის შინაგანი სამყაროსა თუ გარეგნული მშვენიერების

სრულყოფილების, ცხოვრების იდეალურ სტანდარტებამდე მიღწევის, რაფინირების საშუალებად მოიაზრებოდა და მოიაზრება, მაგრამ დღეს მხოლოდ გონების, რაციონალური პრიორიტეტებით დაკავებულ საზოგადოებაში მხოლოდ ნაწილობრივ, ზედაპირულად ან ზერელედ ხდება მისი გამოყენება, შემოქმედებითობა, ემოციურობა, ინტუიციისადმი ყურადღების მიპყრობა.

ცხოვრების დღევანდელი სტილი, რიტმი, ადამიანს არ სძენს ქცევის, ყოფითი კულტურის ძირითად მიმართულებას, კომუნიკაციის ანბანურ ცოდნას. ზოლო თუკი იგი ფლობს ამ თვისებებს, მისი რეალიზაციის საშუალებას.

ყოველ საზოგადოებრივ-ეკონომიკურ ფორმაციას კულტურის თავისი ტიპი ახასიათებს, ამა თუ იმ ფორმაციის შეცვლა უპირობოდ იწვევს კულტურის ტიპის ცვლილებასაც. როგორც წესი ეს არ უნდა ნიშნავდეს განხეთქილებას, კავშირის გაწყვეტას, რღვევას, მით უფრო ძველის განადგურებას. საუკუნეებით დასტურდება, რომ ახალი ფორმაცია აუცილებლობის გამო, გამორჩევით იღებს წინა ფორმაციის კულტურულ მიღწევებს. შემოქმედება ზომ ძირითადად ტრადიციას ეყრდნობა, აგრძელებს ან ემიჯნება მას.

როგორ აისახება თანამედროვე ცივილიზაციასა და მსოფლიო სახელოვნებო კულტურაში ყოველივე ზემოაღნიშნული. რა ცვლილებებსა და პრობლემათა რიგს მოიცავს ზოგადად დღევანდელი ხელოვნება, რა სირთულეთა გადალახვა უხდება მას და ამ კონტექსტში ქართულ ხელოვნებას, მის ცალკეულ დარგებს.

უპირველესად თეატრის პრობლემატიკას შევეხებით. ეს არც თუ ისე ადვილია იმ ფაქტის გამო, რომ ყოველ ქვეყანაში არსებული ძირითადი პოლიტიკური კლიმატი გავლენას ახდენს ყოველდღიური ცხოვრების ყველა ასპექტზე, მათ შორის თეატრზეც, რომელიც, როგორც ზოგადად ხელოვნება, საზოგადოების „სარკეს“ წარმოადგენდა ყოველთვის. იმ რეალობის გათვალისწინებით, რომ მსოფლიოში ეკონომიკურ-პოლიტიკური კრიზისი და დაძაბულობა თანდათან მძაფრდება, საქართველოში დამატებით ომის შემდგომი და მუდმივად ახალი კონფლიქტების აფეთქების სიტუაცია კიდევ უფრო ართულებს თეატრების ჩვეულ, აპრობირებულ, გასული საუკუნის ძალზე წარმატებულ ცხოვრებას.

მენეჯმენტი კულტურის დაწესებულებაში თანამედროვეობის მოთხოვნაა, რომელიც აუცილებელია კულტურული პროდუქციის

წარმოების აქტიურობის განვითარებისა და მაყურებლის კულტურული მოთხოვნილებების ჩამოსაყალიბებლად.

კულტურის ნონპროფიტული ნაწილი, რომლის შემადგენლობაშიც თეატრი მოიაზრება (მუნიციპალური თეატრები), მთელ მსოფლიოში ფინანსდება სახელმწიფო ბიუჯეტიდან, სხვადასხვა ფონდიდან, სპონსორული საქმიანობიდან, მეცენატობიდან. კულტურას ხელმძღვანელობს კულტურის სამინისტრო, რომელიც ყველა ცივილურ ქვეყანაში მაკორდინირებელ ფუნქციას ასრულებს და თავის მენეჯმენტს მიმართავს კულტურის სტრატეგიის დადგენისა და დაგეგმვისაკენ, კონკრეტული ქვეყნის არამატერიალური და მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობისა და საზოგადოების მენტალიტეტის გათვალისწინებით; აქედან გამომდინარე, ადგენს პრიორიტეტთა სისტემას და მიზანმიმართულად ახორციელებს თავის მენეჯმენტს; მაგრამ ყოველთვის ასე როდი ხდება.

კულტურა კომერციულ დარგთა შორის არ განიხილება, ისევე როგორც სპორტი, ჯანდაცვა, განათლება. თუმცა მიუხედავად ნონპროფიტულობისა მას გააჩნია მცირე კომერციული სექტორი. რომლის მენეჯმენტი და მარკეტინგი ისევე მუშაობს, როგორც სხვა კომერციულ სექტორში. მას გარკვეული წვლილი შეაქვს ეკონომიკაშიც, რადგან ქმნის სამუშაო ადგილებს, გააჩნია თავისი ავტონომიური ბაზარი – საგრძნობი საინვესტიციო პოტენციალით. აქვე უნდა დავძინოთ, რომ კულტურა და ხელოვნება სოციალურად მომგებიანია საზოგადოების მთავარი ღირებულებების აკუმულირებისა და ტრანსლირებისთვის.

ბიზნესისა და მენეჯმენტის თანამედროვე ტექნოლოგიები: რეკლამა, PR, პერსონალთან მუშაობა, კორპორაციული კულტურის ფორმირება შეუძლებელია სოციალურ-კულტურული მოღვაწეობის ტრადიციული ფორმების გამოყენების გარეშე.

ყველა ზემოთ აღნიშნული ტექნოლოგია საჭიროა და აქტიურად გამოიყენება თანამედროვე ხელოვნების ყველა დარგში.

შოუ-ბიზნესი ზოგადად კულტურული მომსახურების სფეროს ერთ-ერთი მიმართულებაა. თუ მას არ ახლავს ბიზნესის ცნება, მაშინ იგი საქველმოქმედო ხასიათისაა და მისი დაფინანსება ხდება ან სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ან მუნიციპალიტეტიდან. იმ შემთხვევაში როდესაც შოუს აქვს კომერციული ღირებულება მაშინ ის შოუ-ბიზნესის კატეგორიაში გადადის, რომელსაც აქვს კომერციული ღირებულება და აუცილებლად მოგება უნდა მოუტანოს მის

მწარმოებელს. მის ღირებულებას იხდის მომხმარებელი (მაყურებელი). სხვაგვარად რომ ვთქვათ, სანახაობა იგივე პროდუქტია და იგი მომგებიანად უნდა გაიყიდოს ბაზარზე. ასეთი შედეგის მისაღწევად საჭიროა ეფექტური მენეჯმენტი და მარკეტინგი, რომლის ფორმულა ასე გამოიხატება – მოძებნეთ (ან შექმენით) მოთხოვნილება და დააკმაყოფილეთ იგი. რაც უფრო მაღალმხატვრული იქნება პროგრამა და მისი გაფორმება მონაწილეთა ჩათვლით, მით უფრო მეტი იქნება შოუს ღირებულება-ფასი.

თუ გათვლილი იქნება შოუს მოწყობის ყოველი ნიუანსი და ეფექტურად იქნება წარმოდგენილი მენეჯმენტი და მარკეტინგი, ანუ, შესწავლილი იქნება საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფის მოთხოვნილება და ინტერესები, სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა /დიფერენცირებული მიდგომა სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფთან / მით უფრო მომგებიანი და ეფექტური იქნება შოუ-ბიზნესი, რასაც ადასტურებს კიდევ მისი პოპულარობა და აუდიტორიის ყველაზე უფრო მრავალრიცხოვანი და მრავალფეროვანი წარმომადგენლობა მსოფლიო ვარსკვლავთა მონაწილეობით დაგეგმილი და წარმატებით განხორციელებული პროექტებით.

რაც შეეხება სათეატრო ხელოვნებას, დღეს რთულია ისაუბრო თეატრების მართვის რაიმე სისტემასა და ორგანიზებაზე. პრიორიტეტთა გამოკვეთის შემდეგ კულტურის სამინისტრომ მჭიდრო ურთიერთკავშირი უნდა დაამყაროს ქვეყნის ხელმძღვანელობასთან, ვინაიდან მთელი რიგი საკითხის მოგვარება სახელმწიფოს მმართველობითი ორგანოების თანადგომის გარეშე წარმოუდგენელი იქნება.

სახელმწიფო თეატრებში, რომლებიც კულტურის სამინისტროს მიერ ფინანსდება, ფინანსები ნაწილდება გარკვეულ პროექტებზე და ისეთ უტილიტარულ საჭიროებებზე, როგორიცაა თეატრის შენობის შენახვა – განათება, მცირე შეკეთება, კომუნიკაციებისა და წარმოების სხვადასხვა რგოლების რესურსების შეძენა და ძირითადად სახელფასო ფონდის შენარჩუნება. რომელშიც მაინც ხდება გარდღევა (შეფერხება). რადგან თეატრის თანამშრომელთა და მსახიობთა, ანუ დასის, შემადგენლობა ერთად (მიუხედავად პერიოდული გადახარისხებისა და შემცირებებისა, ვგულისხმობთ მუდმივად დასაქმებულ პირებს) მრავალრიცხოვანია, ამის გამო ძალიან მცირე თანხა რჩება ახალი სპექტაკლების განხორციელებისთვის. ამ პრობლემის გადაწყვეტა დამოკიდებულია უკვე მხოლოდ და მხოლოდ თეატრის

ადმინისტრაციის მოხერხებაზე და ისიც ყოველ ცალკეულ შემთხვევაში კონკრეტული დამფინანსებლის (სპონსორის) მოძიებაზე, ან გარკვეული პერიოდის განმავლობაში მუდმივი მეცენატის გამოჩენაზე. ამის მოხერხება თუ მოუხერხებლობა თვალნათლივ აისახება სპექტაკლის დადგმის ხარისხზე.

გვხვდება განსხვავებული სვლაც. მაგალითად, საქართველოში შესაძლებელია, რომელიმე რეჟისორმა თვითონ იპოვოს თავისი პროექტის დამფინანსებელი და წინადადებით მიმართოს სასურველ, ამ შემთხვევაში ცნობილ თეატრს, მისთვის სპექტაკლის დადგმის უფლების ნებართვაზე. თუკი პროექტი დაინტერესებს თეატრის სამხატვრო საბჭოს, ამ შემთხვევაში იწყება მუშაობა შეთავაზებულ პროექტზე, რომლის მიმდინარეობის ანგარიშს, პერიოდულად რეპეტიციებზე დასწრებით ამოწმებენ სამხატვრო საბჭოს წევრები ან უპირატესად თეატრის სამხატვრო ხელმძღვანელი. მხოლოდ დადებითი შეფასების, საინტერესოდ განხორციელებული შედეგის აღმოჩენისას ეძლევა მუშაობის გაგრძელების საშუალება პროექტის წარმომდგენ რეჟისორს სპექტაკლის დასასრულებლად, რომელიც შემდგომ იკავებს შესაბამის ადგილს თეატრის მიმდინარე რეპერტუარში. აღსანიშნავია ისიც, რომ სახელშეკრულებო სისტემა არ ითვალისწინებს ამ შემთხვევაში თანამშრომლობის აუცილებელ გაგრძელებას.

სამსახიობო ხელოვნების პრობლემები არანაკლებ აქტუალურია განხილულ კონტექსტში. მსახიობი ყველაზე მეტადაა დამოკიდებული შექმნილ ვითარებაზე და ყველაზე მეტად განიცდის უხილავი თუ ხილული პერიპეტიების შედეგებს საკუთარ თავზე. საზღვარგარეთ მსახიობთა უმრავლესობა მცირე ანაზღაურების გამო იძულებულია, სხვა თეატრშიც იმუშაოს ძირითადის პარალელურად, უფრო მაღალი ანაზღაურების მისაღებად, რაც შემდგომ იწვევს ძირითად თეატრებში მის გაუცხოებას, ფრაგმენტულ დაკავებას ან მის ნაცვლად სხვა მსახიობის მოწვევას (თეატრისთვის იძულებით) და დამატებითი ანაზღაურების გამოყოფას მისთვის.

საქართველოში ეს ტენდენცია ოდნავ სახეცვლილია. პერიფერიიდან თუ დედაქალაქიდან მსახიობები თავად ეძებენ ასპარეზს პოპულარობის მიღწევისთვის. უმრავლესობა მაქსიმალურად ცდილობს ტელეეკრანზე რომელიმე შოუ-პროგრამაში მოხვედრას წამყვანის, მონაწილის – სარეკლამო რგოლში დაფიქსირების სახით. წარმატების შემთხვევაში ზოგიერთი მათგანი საავტორო გადაცემასაც ამზადებს და მიჰყავს

კიდეც, შემდეგ ეტაპზე შესაძლებელია იგი პროდიუსერადაც მოგვევლინოს. ძირითად თეატრში მათი მონაწილეობა, რამდენიმე სპექტაკლში მაინც ხერხდება. აქ სხვა ხასიათის პრობლემა იჩენს თავს, რომელიც ნიჭიერ ადამიანთა ჟანრობრივ თუ ზოგადად საშემსრულებლო შტამპებად იქცევა.

თეატრების უმრავლესობას არ აქვს „ცნობადი“ და თანმიმდევრული რეპერტუარი. ერთ დღეს წარმოდგენილ კლასიკურ პიესას შეიძლება მოჰყვეს სრულიად გაუგებარი, არაფრის მთქმელ პიესაზე შექმნილი უმნიშვნელო სპექტაკლი, რაც აბნევს არა მხოლოდ თეატრის მაყურებლებს, არამედ მის თანამშრომლებსაც. შედეგად, ძალიან მცირე თეატრები ახერხებენ მსოფლიოში აღიარებული თანამედროვე დრამების წარმოდგენის ტენდენციის განხორციელებას. სიახლისადმი თავის არიდების მიზეზადაც ფინანსური, ეკონომიკური კრიზისი სახელდება, რადგან თეატრს არ მოეპოვება თანხა, რომელიც უნდა გამოეყოს თანამედროვე ავტორებს ახალ პიესაზე მუშაობის ანაზღაურებისთვის ან თანამშრომლობის ჰონორარისთვის. არსებობს იშვიათი გამონაკლისიც, ზოგიერთ ქვეყანაში ესა თუ ის თეატრი ახერხებს დადგას მსოფლიოში უკვე განმავრუებული, ცნობილი დრამები.

ჩვენ ქვეყანაშიც ანალოგიურ პრობლემათა გამო იგრძნობა სარეპერტუარო პოლიტიკის გაურკვევლობა. შერჩევისას არათანმიმდევრობა, პროექტის ავტორი, რომელიც თავად აფინანსებს თეატრისადმი შემოთავაზებულ, მისთვის საინტერესო პიესას, უფლებამოსილია თავად შესთავაზოს თეატრს მისი გადაწყვეტის ხერხები და შერჩეულ მსახიობთა კანდიდატურა. ამ შემთხვევაში ხელმძღვანელობა მკაცრად ვერ მიუთითებს მას მთელი დასისთვის საინტერესო სხვა პიესაზე. რეპერტუარის მრავალფეროვნებისთვის თანხმდება მის აზრს, ეს ან ამართლებს, ან – არა. ხელოვნების ამ სფეროში წინასწარ ვერ განჭვრეტ სპექტაკლის წარმატება-წარუმატებლობის საკითხს, რადგან საბოლოო პასუხს მხოლოდ მაყურებლის დასწრება ხდის თვალსაჩინოს.

თეატრისა და მაყურებლის პრობლემა უდაოდ საინტერესოდ ასახავს დროისა და გარემოს ზემოქმედებას ხელოვნებაზე ზოგადად და კონკრეტულად ამ დარგზე. მაყურებელი, თანამედროვე საზოგადოების ის წარმომადგენლობაა, რომელიც „შეისყიდის“ ან უგულბებელყოფს თეატრის პროდუქციას. თავის მხრივ, თეატრი ყოველთვის როდი ითვალისწინებდა ან ითვალისწინებს მაყურებლის ან, უხეშად რომ ვთქვათ, „ბაზრის“ მოთხოვნას. ამ შემთხვევაში

თეატრი უბრალოდ ცარიელდებოდა თანდათან და სპექტაკლი იხსნებოდა. უარეს შემთხვევაში ზოგიერთი თეატრი იხურებოდა.

ეკონომიკური კრიზისი საზოგადოების მძიმე გამოცდას წარმოადგენს. სხვადასხვა ასაკის, ანუ თაობათა, სხვადასხვა თვალსაზრისისა და გემოვნების, განსხვავებული ინტელექტისა და მისწრაფების მქონე ადამიანთა ეს ჯგუფები, სხვადასხვა მოთხოვნით ერთიანდებიან ან გამოირჩევიან ერთიმეორისგან. თვით ხელოვნების სანახაობრივ დარგებსაც თავისი ჯგუფი (მაყურებელი) აძლევს სასიცოცხლო ძალას.

უახლოეს პერიოდში თეატრმა ორჯერ განიცადა მძიმე დარტყმა. გასული საუკუნის მიერ ტელევიზიის აღმოჩენით, დღეს კი საყოველთაო კომპიუტერიზაციით, რომ არაფერი ვთქვათ კაცობრიობის სხვა ინტერესებზე და მის პერიოდულ, ეტაპობრივ ან მოულოდნელ ცვლილებებზე.

საქართველოში, ისევე როგორც მსოფლიოში, ტელევიზიამ „მოიპარა“ მაყურებელი. ჩაკეტა ისინი საკუთარ სახლებში და მიაჯკვკა ეკრანს. ურთიერთობაშიც შეიტანა კორექტივები. დღეს-დღეობით მუშაობის, გართობის, ურთიერთობის, ინფორმაციის მოპოვების ყველაზე ადვილი და მოხერხებული საშუალება კომპიუტერია. ხოლო ადამიანის ურთიერთობა თეატრთან, მისმა მოუცლელობამ ან პირიქით უსაქმოდ (უმუშევრად და უსახსროდ) დარჩენამ განაპირობა. ამას ემატება კონკრეტულად საქართველოში ყველა სფეროში ჩატარებული რეფორმა. რესტრუქტურიზაციის პრობლემა შეიჭრა თეატრშიც და ათწლეულების განმავლობაში მოღვაწე მსახიობთა მთელი თაობა გაიყოლა, რომლებიც „ახალგაზრდა ნაკადად“ ცნობილმა მსახიობებმა ჩაანაცვლეს.

ბუნებრივია ამ თაობის გასვლამ ასპარეზიდან გამოიწვია მაყურებლის კონტინგენტის შეცვლა და უფროსი თაობის მაყურებლის ინტერესის დაკარგვაც საპასუხოდ. ახალგაზრდა თაობის მსახიობთა გულშემატკივრები ძირითადად პრემიერებზე ავსებენ თეატრს. მათ გვერდით წარმოდგენილნი არიან ნათესავ-მეგობრები და ახლობლები, შემდგომ გარკვეული პროცენტი იმ მაყურებლისა, რომელიც ბილეთების შეძენის მსყიდველობითი უნარით გამოირჩევა. მოგვიანებით კი რთული ასახსნელია ანშლაგების პრინციპი, რადგან ერთი და იმავე სპექტაკლის სანახავად ერთ დღეს მოდის მაყურებელი, რიგით მეორე სპექტაკლზე კი იგი არ ჩანს.

საინტერესოა მორიგი პრობლემა, რომელიც ჟანრობრივ მოთხოვნილებას შეეხება. აშკარად დომინირებს ინტერესი კომედიისადმი. შემდეგ ისტორიული პიროვნებების, ეროვნული გმირების ცხოვრების ამსახველი პიესებისადმი – ეს ისევ საქართველოში. ზოგადად კი ფესტივალებისადმი, სადაც თავს იყრიან ცნობილი დასები და ვარსკვლავები. მაგრამ მათი ზილვის საშუალება უპირატესად – საზოგადოების შეძლებულ ნაწილს აქვს.

ზემოთ შევხეთ მსახიობთა პრობლემას, მაგრამ არ აღგვინიშნავს ის, რომ ტელევიზიამ თეატრს არა მხოლოდ მაყურებელი, არამედ მსახიობებიც წაართვა. სატელევიზიო სერიალებში მოხვედრა ან ტელეფილმებში თამაში პოპულარობის უზრუნველყოფის გარკვეულ გარანტიად იქცა. შემოსავლის წყარო აღმოჩნდა სხვა ქვეყნების ფილმებისა და სერიალების გახმოვანებაც და სატელევიზიო მუსიკალურ შოუ-პროგრამებში მონაწილეობა. ზოგიერთმა პრაგმატულად მოაზროვნე მსახიობმა პოლიტიკურ სარბიელზე გადაინაცვლა და პოლიტიკური გადაცემების აქტიურ მონაწილედ იქცა.

აშკარად ნელ-ნელა დავიწყებას მიეცა იმ მსახიობთა სახელები, რომლებიც თეატრში მუშაობის მიუხედავად ნაკლებად დაკავებული ადმოჩნდნენ მიმდინარე რეპერტუარში. ისინი გარკვეული სატელევიზიო ტენდენციის გამო იშვიათად ან სულ არ ჩნდებიან ტელეეკრანზე. ამ საკითხთან მიმართებით სამაგალითოა ევროპის ქვეყნების მიერ შენარჩუნებული პრინციპი, ხანდაზმულ მსახიობთა შესაბამისი ასაკის როლებზე მიწვევით. რომ აღარაფერი ვთქვათ ათწლეულებით გაჩერებულ ქართულ კინემატოგრაფზე და ამის გამო სრულიად იგნორირებულ კინომსახიობთა მთელ კოპორტაზე.

პრობლემატურად გამოიკვეთა შემდეგი ტენდენციაც. ტელეარხების ახალმა გადაცემებმა, რომელთა უმრავლესობა გასართობი ტიპის შოუს წარმოადგენს გზა გაუხსნეს არაპროფესიონალ ახალგაზრდებს და მათ უგემოვნო გადაცემებს.

სწორედ ამ იაფფასიანი შოუს მაყურებელთა გემოვნებას დაექვემდებარა ქუჩის საკონცერტო სანახაობების გამართვა. ხოლო ტელეეკრანზე დაბალი ხარისხის ტელესერიალებმა უსაქმოდ დარჩენილი საზოგადოების უმრავლესობის ცნობიერებაზე მიიტანა იერიში და დამატებით წაართვა მაყურებელი ქართულ თეატრს.

დასცემს თუ არა ეს ტენდენცია სამსახიობო ხელოვნების მიღწევების ღონეს? – ნაწილობრივ, – აუცილებლად. ეს გემოვნება, მაყურებელთა ამ ტიპის მოთხოვნა, დიდ თეატრებშიც აღწევს და

მათი მოზიდვის მიზნით, როგორც საზღვარგარეთ, ასევე ქართულ თეატრშიც არა ერთი კომპრომისული სპექტაკლი ჩნდება.

შეიქმნა კერძო, მცირე თეატრები, რომლებიც საკმაოდ კარგად ართმევენ თავს სპექტაკლისთვის გაწეული ხარჯების ამოღებას. უამრავი პატარა თეატრი ალტერნატიული თეატრების ცნებით, რომლებიც ხან დროებით ფუნქციონირებენ და ქრებიან, ან ცნობილ ფესტივალებზე ახერხებენ მხოლოდ მონაწილეობის მიღებას თავისი სპექტაკლის წარმოდგენით.

საზღვარგარეთ მათ კრიტიკოსები დიდ ყურადღებას არ უთმობენ, მაგრამ ეს სულაც არ მოქმედებს მათ რეიტინგზე და პოპულარობაზე. მსგავსი ვითარებაა საქართველოში, კონკრეტულად ახალგაზრდებში უაღრესად პოპულარულ სარდაფის თეატრში, რომლის სპექტაკლებს, თამამად შეიძლება ითქვას რამდენიმეჯერ ესწრება ერთი და იგივე მაყურებელი, რომელმაც მისი სამხატვრო ხელმძღვანელის აკადემიურ თეატრში პარალელური მოღვაწეობის გამო შეავსო მარჯანიშვილის თეატრიც.

შესავალში აღნიშნულ პრობლემათა რიგში სამწუხაროდ შესანიშნავად თავსდება თანამედროვე სახვითი ხელოვნება, ქართული კინემატოგრაფი და ა.შ. თუმცა ეს უკანასკნელი (ვგულისხმობთ კინემატოგრაფს) თითქოს იწყებს უკვე გამოცოცხლებას და საერთაშორისო ასპარეზზე წარმატებულ გასვლას.

რაც შეეხება სახვით ხელოვნებას, მხატვართა აზრით, ხალხი და მხატვრობა აშკარად დაშორდა ერთმანეთს. სახელმწიფოებრივი მიდგომა ამ მიმართულებითაც ითხოვს ყურადღების მიქცევას. დაიხურა სახელმწიფო საგამოფენო დარბაზები, მათ მაგივრად ბევრი კერძო გალერეა ფუნქციონირებს. პერსონალური გამოფენის მოწყობაზე, რასაც ადრე მხატვართა კავშირი არეგულირებდა, დღეს თავად მხატვარი ზრუნავს. ფინანსურად ეს ძალიან დიდ ხარჯებთანაა დაკავშირებული. გამოიძებნა ალტერნატიული გზა, რამდენიმე მხატვრის გაერთიანებით, თუნდაც ერთი დღით ამა თუ იმ დარბაზის დაქირავების და მათთვის სასურველი, ბოლო დროს შექმნილი სურათების გამოფენისათვის, რომელიც, თავის მხრივ, სულაც არ არის საკმარისი ფართო საზოგადოებისთვის საკუთარი შემოქმედების გასაცნობად.

გამოფენა-გაყიდვაზე იშვიათად იყიდება მათი ნამუშევრები. ჭეშმარიტ მხატვრულ პროდუქციას მასა მოღურ ტენდენციებს ამჯობინებს, არა და იგი არც კი ფლობს ზუსტ ინფორმაციას სახვითი ხელოვნების კანონების განვითარებასა და ზოგადად

პროფესიონალიზმზე. აღიარებულ და ცნობილ მხატვართა ნაწარმოებებს კონკურენციას უწევს სალონური ტიპის პოპულარული მხატვრობა. პროდუქციის საზღვარგარეთ გატანაც ამ ნიშნით მიმდინარეობს ძირითადად. მატერიალურად შეჭირვებულ ოსტატებს ჯაბნიან მოხერხებული და მოქნილი ახალბედები. ამდენად, ისინიც იძულებულნი ხდებიან საბაზრო ეკონომიკის, მასის გემოვნების დაკვეთით შევსებული კომპრომისი დაუშვან ან დატოვონ სამშობლო და საზღვარგარეთ ეძებონ დამკვეთებისა და გადარჩენის საშუალებანი.

პრობლემა ასე გამოიხატება, ხდება პოპულარულის და არა პროფესიონალურის ძიება.

უდიდეს ატრიბუტს, ფინანსურ საფუძველთან ერთად, რომელსაც მხატვარი საჭიროებს, წარმოადგენს თავდაჯერებულობა, საკუთარი საქმიანობისადმი რწმენა და იმის ცოდნა, რომ საუკეთესო ფრომოუშენი ეყრდნობა კარგად, სიფრთხილით დაგეგმილ, ხანგრძლივ პროგრამას, რომელიც კეთილსინდისიერ კოლექციონერებთან პერსპექტიულ თანამშრომლობას დაეყრდნობა.

დღესდღეობით არსებობს ახალი ტექნოლოგიები, რომლებიც ეხმარებიან მხატვრებს მათი შემოქმედების ფრომოუშენში. DVD დისკები ეფექტურად წარმოადგენს მხატვრის ნაშრომს და შესაძლოა გამოყენებული იქნას გამოფენის ჩასაწერად, სხვა ნამუშევრებთან შედარებისთვის ან სხვა მიზნებისთვის. ეს ხარჯთ-ეფექტური საშუალებაა მხატვრისა და მისი შემოქმედებითი სტუდიის (სახელოსნოს) წარსაადგენად, მხატვრის მუშაობის პროცესის ჩასაწერად და განსაკუთრებულ ნამუშევრებზე მისი უფლებამოსილების დასამტკიცებლად. DVD მშვენივრად ეხმარება ფრომოუშენს, ვინაიდან მაყურებლის ინტერესსა და ყურადღებას იპყრობს. ასევე არ უნდა დაგავიწყდეს, რომ დიდ მანძილზე კომუნიკაციის დასამყარებლად ფაქსი და ინტერნეტი საკმაოდ მოსახერხებელია. საბედნიეროდ, ეს ახალი ტექნოლოგიები, საშუალებას აძლევს ერთნაირად მოაზროვნე მხატვრებს მოაწყონ მნიშვნელოვანი გამოფენები, კატალოგებში შეიტანონ თავიანთი ნამუშევრები და დაამყარონ ინდივიდუალური კონტაქტები. იმ შემთხვევაში თუ მხატვარი იკისრებს საკუთარი ბაზრის შექმნის პასუხისმგებლობას და საკუთარი ნამუშევრების გაყიდვას, ის შეინარჩუნებს საცალო ფასის დილერის წილს. მიუხედავად იმისა, რომ სამხატვრო ბაზარი უხვადაა შევსებული და კონკურენცია საკმაოდ მაღალია, ნამუშევრების გაყიდვა დაუძალავი მცდელობის შედეგად მაინც შესაძლებელია.

ყოველივე შემოთქმული არ გამორიცხავს იმის აუცილებლობას, რომ გაირღვეს საქართველოში არსებული ვაკუუმი და ცივილიზებული ქვეყნების შესაბამისად, შეიქმნას სამხატვრო გალერეების სისტემური ქსელი, რომელთა მეშვეობითაც მუდმივი კონტაქტი დამყარდება მსოფლიო ბაზარზე ცნობილ გალერეებთან. ეს შესაძლებლობას მისცემს ქართველ მხატვრებს, რომ მათი შემოქმედება მუდმივი ყურადღების საგნად იქცეს ცნობილი უცხოელი კურატორებისა და დილერებისთვის. ამის გარეშე ევროპისა და ამერიკის სერიოზულ სამხატვრო გალერეაში მოხვედრა (მცირე გამონაკლისის გარდა) თითქმის შეუძლებელია.

უკეთეს შემთხვევაში, სასურველი იქნებოდა, ამ პროცესში სახვითი ხელოვნების მენეჯერების ჩართვა, ვინაიდან ისინი კარგად არიან გათვითცნობიერებულნი მარკეტინგზე ორიენტირებულ ინდუსტრიაში, რომელიც კომერციაზე ფოკუსირებასა და ალღოს მოითხოვს, მხატვრობის ინტერესების გათვალისწინებასთან ერთად. მაგრამ როგორც ზემოთ აღინიშნა, მატერიალური პრობლემა ამ მხრივაც სერიოზულ ბარიერს წარმოადგენს.

განხილულ პრობლემათა გააზრება და მათი გადაწყვეტის გზების ძიება, უპირველესად, ხელოვნების სახელმწიფოებრივი ზრუნვის საგნად ქცევის აუცილებლობას გვკარნახობს. მეტი ყურადღების გამახვილებას, ახალი პროგრამების შედგენას და მათი შეთავაზების აუცილებლობას კულტურის სამინისტროებისა და თავად თეატრების ადმინისტრაციული ხელმძღვანელების ერთობლივი ძალისხმევით.

უამრავი ფესტივალი, შემოქმედებითი გაცვლითი პროგრამა, კულტურის ბაზრობა უდაოდ საინტერესო ნაბიჯია ადამიანის დეჰუმანიზაციის, სულიერი დაკნინების პროცესის შესაჩერებლად. მაგრამ ცალკეული ღონისძიებები არ კმარა კაცობრიობის უძველესი კულტურის გადარჩენისთვის, რომლის ერთ-ერთი პირველი ასახვის ფორმა თეატრია.

თეატრის ყურადღება უნდა მიექცეს პროფესიონალ მენეჯერთა მოწვევას, თავის მხრივ კი მათ კომპეტენციაში შედის მაყურებელთა მოზიდვის ფორმების შეცვლა, მათი სურვილების მხედველობაში მიღებით. ამისთვის კი შესაძლებელია გამოყენებულ იქნეს კითხვარები, რომლებიც გამოიკვლევენ თანამედროვე მაყურებლის ინტერესებს და ამის მიხედვით შეადგენენ რეპერტუარს და ა. შ. მაგრამ თეატრისთვის ამ შემთხვევაშიც საჭიროა დამატებითი ფინანსები და კრიტიკული მიდგომა მიღებული ინფორმაციისადმი.

ფინანსური მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად შესაძლებელია სააბონენტო სისტემის შემოღება, რაც ერთნაირად ხელსაყრელი იქნება როგორც მაყურებლისთვის, რომელიც ფასდაკლებით შეძლებს წარმოდგენებზე დასწრებას, ისე თეატრებისთვის, რომლებიც ერთიანად აიღებენ დიდ თანხას. ეს ფორმა აპრობირებულია ევროპის ქვეყნებში და საკმაო პოპულარობით სარგებლობს, რადგან მათთვის პრემიერაზე დასწრება გაცილებით ძვირად ღირებული სიამოვნებაა ვიდრე, წინასწარ აბონემენტის შეძენა, რომელიც ამ გზით უზრუნველყოფს პრემიერებზე დასწრებას.

სასურველი იქნება ქართული კულტურის ზმირი მონაწილეობა საერთაშორისო კონკურსებსა და სხვა ღონისძიებებში მისი პოპულარიზაციის მიზნით.

ვინაიდან თანამედროვე საქართველოში არსებული სტატიკური გარემო და ეკონომიკური კრიზისი საფრთხეს უქმნის კულტურული ორგანიზაციებისა და ზოგადად ხელოვნებისა და კულტურის არსებობას, აუცილებელია შეიცვალოს მთელი სისტემა, შემუშავდეს კულტურისა და ხელოვნების დახმარების სახელმწიფო პოლიტიკა, მაღალ დონეზე განხორციელდეს ხელოვნების მენეჯმენტი და მარკეტინგი.

ინტერნეტ ტექნოლოგიები მარკეტინგში

გლობალური ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების განვითარების პროცესები ძალიან დინამიკურია, და მისი შესაძლებლობები მასშტაბურად ვითარდება. თუ ათიოდე წლის წინ სიტყვა ინტერნეტი ყველასათვის უცხო იყო, ახლა ის ერთ-ერთი ძირითადი საშუალებაა საჭირო ინფორმაციის მისაღებად. ძნელია მოიძებნოს რომელიმე კომპანია ანდა ორგანიზაცია, რომელიც არ არის წარმოდგენილი გლობალურ ქსელში, რადგან ზმირ შემთხვევაში ის ერთადერთი საშუალებაა მომხმარებელთან ურთიერთობისათვის. ინტერნეტის გამოყენებამ მარკეტინგულ საქმიანობაში შეიძლება დიდი მოგება და ეკონომია მოუტანოს კომპანიას. ეს დაკავშირებულია ინტერნეტის მოხმარების მოქნილობასა და კომფორტულობასთან, რომელიც არა მარტო კომპანიის/ორგანიზაციისათვის არის მოხერხებული, არამედ მომხმარებლისთვისაც. მაშასადამე ინტერნეტის როლი მარკეტინგში დღითიდღე იზრდება.

მარკეტინგის მიზნები კულტურაში ორიენტირებულია პირველ რიგში აუდიტორიის შესწავლაზე და გაზრდაზე, პროდუქტის პოპულარიზაციაზე. ინტერნეტ-ტექნოლოგიები კი აყალიბებს ახალ, აქტუალურ და ზმირ შემთხვევაში მარტივ გზებს მარკეტინგული საქმიანობისათვის.

ინტერნეტი უნიკალურ მახასიათებლებს ფლობს ტრადიციული მარკეტინგული ინსტრუმენტებისგან განსხვავებით. ერთ-ერთი მისი დამახასიათებელი თვისება, ინფორმაციის სწრაფი მიწოდება და განმტკიცებაა.

მარკეტინგში ინტერნეტ-ტექნოლოგიების გამოყენების დადებითი მხარეებია:

– მოხერხებულობა – მომხმარებელს შეუძლია 24 საათის განმავლობაში გაეცნოს ინფორმაციას კომპანიის ან მის მიერ წარმოებული პროდუქტის შესახებ.

– ინფორმაცია – მომხმარებელს შეუძლია შედარებითი ინფორმაციის მოძიება.

– სისწრაფე – მომხმარებელს შეუძლია სწრაფად შეუკვეთოს და შეიძინოს პროდუქცია ან მომსახურება.

– კონფიდენციალურობა – მომხმარებელს შეუძლია ინკოგნიტოდ იმოქმედოს.

მეორე მხრივ, მარკეტინგში მომუშავეთაც აქვთ გარკვეული უპირატესობები:

– საბაზრო პირობებთან სწრაფი მორგება – მენეჯერს შეუძლია შეცვალოს პროდუქტი, ფასი და ა. შ.

– ნაკლები ზარკები – რეკლამა ინტერნეტში ბევრად იაფია, ვიდრე მასობრივი ინფორმაციის გავრცელების საშუალებებში.

– ურთიერთობის მოწყობა – მარკეტინგის მენეჯერებს აქვთ უფრო მეტი ურთიერთობა მომხმარებელთან – იღებენ, აანალიზებენ მათ შეკითხვებს, შემოთავაზებებს და შენიშვნებს.

– აუდიტორიის მოხვეჭა – მარკეტინგის მენეჯერები იკვლევენ მომხმარებელს და სწავლობენ სამიზნე აუდიტორიას.

აგრეთვე ორგანიზაცია იღებს გარკვეულ უპირატესობებს:

– მომხმარებლის ზრდა – კომპანია მიზნად ახალი ბაზრის/მომხმარებლის სეგმენტაციას ისახავს.

– ყურადღების მიპყრობა – კომპანია/ორგანიზაცია მიისწრაფის მომხმარებლის გაფართოებისაკენ და მათი ყურადღების მიპყრობისაკენ.

– რეაგირების დონის ზრდა – კომპანია/ორგანიზაცია ცდილობს მუდმივად უპასუხოს მომხმარებლის მოთხოვნებს.

– ახალი მომსახურებები („სერვისები“) – კომპანია/ორგანიზაცია მომხმარებელს სთავაზობს სიახლეების ინტერნეტის საშუალებებით.

რა თქმა უნდა, მარკეტინგში ინტერნეტ-ტექნოლოგიების გამოყენებას თვისობრივი ნაკლოვანებებიც გააჩნია. როგორც წესი, მომხმარებლის და კომპანიის ურთიერთობა ორივე მხრისათვის მომგებიანი უნდა იყოს. მაგრამ, ყოველთვის ასე არ ხდება. მაგალითად, მარკეტინგული კვლევები ხშირად წარმოებს ინტერნეტის საშუალებით e-mail-ის გამოყენებით, და ეს მომხმარებელი აღიქვას როგორც მის პირად ცხოვრებაში შეჭრას.

ინტერნეტ-რეკლამა სარეკლამო საქმიანობას სულ სხვა მიმართულებას აძლევს: ინტერნეტის საშუალებით შეიძლება რეალურ დროში განათავსო ნებისმიერი ინფორმაცია კომპანიის ან პროდუქტის შესახებ, რომლებიც მიზნობრივ აუდიტორიაზეა გათვლილი.

რეკლამის ერთ-ერთი ხერხია ინფორმაციის განთავსება web-გვერდზე. ეს ხდება ბანერების, ელექტრონული წერილების და ა. შ.

საშუალებით. სხვადასხვა ინსტრუმენტების გამოყენება ხდება ორგანიზაციის მიერ ამორჩეული სარეკლამო ამოცანების შესრულების მიხედვით.

web-გვერდის შექმნისას პირველ რიგში კომპანიის მოთხოვნები უნდა იქნეს გათვალისწინებული. web-გვერდზე სრულყოფილი ინფორმაცია უნდა იყოს კომპანიის და მისი პროდუქტის ან მომსახურების შესახებ. მომხმარებელი ან პარტნიორები web-გვერდს უკავშირებენ თავიანთ მოთხოვნებს: იგი 24 საათის განმავლობაში ხელმისაწვდომი უნდა იყოს, რათა შეიძლოს ყოველთვის დაკავშირება. ინტერნეტის მეშვეობით მომხმარებელი ცდილობს პირდაპირი დიალოგი ჰქონდეს პროდუქტის მწარმოებელ კომპანიასთან. როგორც კი კომპანია ხსნის თავის web-გვერდს ამავე დროს უნდა აყალიბებდეს მომხმარებელთა მხარდაჭერის ელექტრონულ ცენტრს. მომხმარებელი თვლის, რომ კომპანია ვალდებულია ნებისმიერ წარმოქმნილ კითხვაზე პასუხი დაუყოვნებლივ გაეცეს და შეუძლია ნებისმიერი პრობლემის წარმოქმნისას მიმართოს კომპანიას.

აუცილებელია გავითვალისწინოთ web-გვერდის სანავიგაციო და საძიებო სისტემები, ისინი მოხერხებული უნდა იყოს. web-გვერდის გაფორმება უნდა ეყრდნობოდეს კომპანიის ლოგოს და სტანდარტებს. სანამ სარეკლამო კამპანიას წამოიწყებს კომპანია, აუცილებელია დასრულდეს web-გვერდის შექმნა და მიღწეულ იქნას სრულყოფილი ფუნქციონირება.

web-გვერდის შექმნის შემდგომ ეტაპზე უნდა გავითვალისწინოთ მისი საერთო საძიებო სისტემებში მოხვედრა, ასევე უნდა მოხდეს პარტნიორ კომპანიებთან შეთანხმება მათ web-გვერდებზე კომპანიის გვერდის ბმულის მოხვედრა. ამავე დროს შეიძლება ინფორმაცია web-გვერდის შესახებ განთავსდეს სხვა ტრადიციულ საინფორმაციო წყაროების საშუალებებში (გაზეთი, ჟურნალი, რადიო და ა. შ.).

აქედან გამომდინარე web-გვერდის სარეკლამო კამპანია ინტერნეტის მომხმარებელთათვის შემდეგ ღონისძიებებს უნდა შეიცავდეს: საძიებო სისტემებში მისი რეგისტრაცია და უფასო ბმულების web-კატალოგებში, ბმულების სხვა სერვერებზე და ფაილანი რეკლამების სხვა პოპულარულ web-გვერდებზე განთავსება. საზოგადოებასთან ურთიერთობა – მიმართულია საზოგადოებასთან ურთიერთობისაკენ, რომელიც აუცილებელია კომპანიის მიმართ მომხმარებლის დადებითი დამოკიდებულების ჩამოყალიბებისათვის. კომპანიამ არამარტო პროდუქტის იმიჯი უნდა შეიმუშავოს მიზნობრივი

აუდიტორიისათვის, არამედ უნდა ცდილობდეს აუდიტორიის გაზრდას. PR დაეხმარება კომპანიას პოპულარობის მოხვეჭაში, კომპანიის დადებითი იმიჯის ჩამოყალიბებაში და სწორი სარეკლამო კამპანიის ჩატარებაში.

ინტერნეტში PR კამპანიის ღონისძიებებს შეიძლება მივაკუთვნოთ: პრესრელიზები, მასმედიასთან მიმართვა, აუდიტორიასთან მიმართვა კონფერენციების საშუალებით.

დღესდღეობით ინტერნეტი არის საუკეთესო საშუალება მარკეტინგული კვლევების ჩასატარებლად, რომელიც საშუალებას იძლევა ინფორმაცია ოპერატიულად იქნეს მოპოვებული და ამით უფრო დიდი აუდიტორია მოიცვას. ასეთი გამოკითხვები აუცილებელია ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის გასაფართოებლად და ბაზრის ცვლილებებთან სწრაფი ადაპტირება, აგრეთვე სარეკლამო კამპანიის დაგეგმარებასთან.

ინტერნეტის მეშვეობით მარკეტინგული კვლევების ჩატარებით შეიძლება მოვიპოვოთ ბაზრის კვლევების შედეგები არა მარტო ჩვენ, არამედ – სხვა ქვეყნებში, კომპანიის წარმოებული პროდუქტის ღირებულება მსოფლიოში, მოიძიოს ნებისმიერი ალტერნატიული პროდუქტის, მომსახურების და მათი მწარმოებელი კომპანიების შესახებ ინფორმაცია. აგრეთვე შეიძლება მოხდეს პარტნიორი კომპანიების მოძიება.

კომპანიის საქმიანობის წარმოება შეუძლებელია აუდიტორიის/ მომხმარებლის მოთხოვნების უწყვეტი კონტროლის გარეშე, რომელიც მუდმივად იზრდება და ვითარდება. მენეჯერებმა აუცილებელია მოიპოვონ აუცილებელი ინფორმაცია.

აგრეთვე ინტერნეტი არის ეფექტური საშუალება რეკლამის წარმოდგენისათვის. ერთი მხრივ, ეს დაკავშირებულია სარეკლამო ობიექტზე ინფორმაციის მაქსიმალური რაოდენობით მიწოდებასთან, მეორე მხრივ, საუკეთესო საშუალებაა აუდიტორიისათვის საჭირო ინფორმაციის მიწოდება სხვადასხვა სახით – ტექსტის, გრაფიკის, ხმის, ვიდეო გამოსახულებების საშუალებით. და კიდევ მომხმარებელს ინტერნეტის სპეციფიკიდან გამომდინარე შეუძლია თვითონ აკონტროლოს და ამოირჩიოს ინფორმაციის მოპოვება, ამასთან მომხმარებელი ერთვება სარეკლამო ობიექტის კარგად შესწავლის პროცესში.

ინტერნეტი, როგორც სარეკლამო ინსტრუმენტი განსხვავდება ტრადიციული რეკლამის გავრცელების საშუალებებისგან. რეკლამის

სახეები განსხვავდება კომპანიის მიზნებისა და ამოცანების მიხედვით. გამოიყოფა რეკლამის ორი ძირითადი სახეობა: საიმიჯო და მასტიმულირებელი რეკლამა. საიმიჯო რეკლამა კომპანიის დადებითი სახის შექმნისთვისაა განკუთვნილი, ხოლო მასტიმულირებელი რეკლამა უფრო გავრცელებულია. მისი ძირითად მიზანს მოთხოვნების სტიმულირებაა. ორივე სახის რეკლამა უნდა გათვალისწინებულ იქნას web-გვერდის შექმნისას.

დღევანდელ დღეს ინტერნეტში დიდი რაოდენობის ინფორმაციაა წარმოდგენილი, მათ შორის რომელიმე ორგანიზაციაზე, სხვადასხვა ანალიტიკური და ფინანსური ინფორმაცია, პოლიტიკის და ეკონომიკის სიახლენი და უამრავი სხვა. ორგანიზაციათა უმრავლესობას, მიუხედავად მიმართულებებისა, აქვს თავისი წარმომადგენლობა ინტერნეტში (web-გვერდი), სადაც კომპანიის მოღვაწეობის, შეთავაზებების, მოთხოვნების შესახებ ინფორმაციაა წარმოდგენილი. აქედან გამომდინარე ინტერნეტით წარმოებული კვლევა საუკეთესო გზას წარმოადგენს. სხვა კვლევებისგან განსხვავებით ასეთი სახით ჩატარებული კვლევა საშუალებას იძლევა სასურველი ინფორმაცია საკმაოდ ოპერატიულად და დიდი მოცულობით შეითვისოს ორგანიზაციამ. ეს ასევე აუცილებელია კომპანიის საქმის წარმოების სტრატეგიის განვითარებისათვის, ბაზრის ცვლილებებზე სწრაფი რეაგირებისა და სარეკლამო საქმიანობის წარმოებისათვის.

ინტერნეტი – მარკეტინგის მხოლოდ ერთ-ერთი იარაღია, ანუ, კიდევ ერთი მარკეტინგული არხი ორგანიზაციის საერთო მარკეტინგულ კომპლექსში. ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა უკვე ზოგადად მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს (მასმედიის) აუდიტორიას უტოლდება, ამიტომ აუცილებელია განვსაზღვროთ მარკეტინგული სტრატეგიის განვითარებისას, არის თუ არა ინტერნეტის მომხმარებელი ჩვენი მთლიანი აუდიტორიის გარკვეული ნაწილი და რამდენად ადვილია მომხმარებელთა ინტერნეტის მეშვეობით მოზიდვა. ინტერნეტი ძალიან დიდ გავლენას ახდენს მსოფლიოში ინფორმაციის გავრცელებაზე. როგორც სოციალური მოვლენა – ინტერნეტი – გლობალური საკომუნიკაციო საშუალებაა, რომელიც უზრუნველყოფს ტექსტურ, გრაფიკულ, აუდიო თუ ვიდეო ინფორმაციის გაცვლას და ხელმისაწვდომობას ტერიტორიული თუ ნაციონალური საზღვრების გარეშე. ეს არის კვლევის ეფექტური ინსტრუმენტი, რომელიც ხელს უწყობს ვაჭრობის და ბიზნესის

აუდიტორიასთან ურთიერთობას. ინტერნეტის განვითარებასთან ერთად სწრაფად იცვლება მმართველობითი მიდგომა ბიზნესსა და მარკეტინგში, რომელიც მისი ერთ-ერთი ნაწილია.

სადოქტორო პროგრამა

კულტურის პოლიტიკა და კულტურის მენეჯმენტი

-
1. მ. დრაგიჩევიჩ-შეშინი, ბრანიმირ სტოიკოვიჩი, „კულტურა მენეჯმენტი ანიმაცია, მარკეტინგი“, თბილისი, 2007.
 2. ნ. იმნაიშვილი, „კულტურული მომსახურების სისტემის მენეჯმენტი და მარკეტინგი“, გამომცემლობა „ხელოვნება“ თბილისი, 2005.
 3. Allan Banks, „Clarion Call“, Vol I, Issue I, Copyright 1994 by the Classical Realism Journal.

ნინო აზმაიფარაშვილი
დოქტურანტურის I კურსი
ხელმძღვანელები - პროფ. იური მღებრიშვილი,
პროფ. ლევან ხეთაგური

მენეჯმენტის როლი კულტურის გლობალიზაციის პროცესებში

1. გლობალიზაცია – მოვლენა.

გლობალიზაციის გაგება, როგორც მოვლენის, კაცობრიობის განვითარების თანამდევ პროცესებთან ერთად, ადრეული ხანიდან იწყებს თავისი ნიშნების გამოვლენას. ეს პროცესი არ ვითარდება შემთხვევით და სპონტანურად. გლობალიზაცია ხანგრძლივი დროის ისტორიული პროცესების შედეგია, განვითარების ტემპების ზრდისა და შემცირების მონაცვლეობით, რომელიც თან სდევს სამეცნიერო – ტექნიკურ პროგრესს.

ჩვენს ეპოქაში გლობალიზაციის ისტორიული პროცესი იღებს სწრაფად მიმდინარე ხასიათს და თითქმის ზგავს ემსგავსება, რომელიც წალეკვით ემუქრება იმას, რასაც თავის სტიქიაში მოაქცევს და ერთ მთლიანობაში აერთიანებს ყველაფერს. ეს ბევრი ობიექტური მიზეზით შეიძლება აიხსნას. მათ შორის ერთ-ერთი მიზეზი სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის სწრაფი ტემპით განვითარებაა.

მეცნიერების და ტექნიკის გაუმჯობესება, რაც ასევე კომუნიკაციების სწრაფ განვითარებასაც იწვევს, ადამიანთა ჯგუფებს შორის ინტეგრირების პროცესებს აჩქარებს. ეს მიგრაციულ დენადობას უწყობს ხელს, რომელიც ამ ჯგუფისთვის დამახასიათებელი სხვადასხვა წეს-ჩვეულებების, კულტურის, ცხოვრების წესის და სხვა ელემენტების გადამტანია. ამიტომ მეცნიერების განვითარება გლობალიზაციური პროცესების დაწყების ერთ-ერთი წინაპირობაა.

ადრე ისტორიულად, სამხედრო პირები, ვაჭრები, ქვეყნების მეთაურები, სახელმწიფო მოღვაწეები და იმპერატორები თუ მონარქები ცვლიდნენ იმ პერიოდის გლობალურ პოლიტიკას. დღეს კომუნიკაციის, ტრანსპორტირების და კომპიუტერული ტექნოლოგიების უპრეცედენტო განვითარებამ პროცესებს ახალი სტიმული მისცა. გლობალური მობილური კაპიტალი რეორგანიზებას ახდენს, რაც, თავის მხრივ, ასუსტებს ნაციონალურ პოლიტიკას. ჩნდება ახალი ბაზრები და

სიმდიდრე. ეს ნიშნები შეიმჩნევა გლობალიზაციის მთავარ განსაკუთრებულობებად.

გლობალური პროცესები თითქმის ყოველთვის მიმდინარეობდა, თუმცა სხვადასხვა ტემპითა და ხარისხით. დღეს თანამედროვე მსოფლიოში ტემპები მაქსიმუმს უახლოვდება, რომლის ხარისხის დადგენა და შესწავლა მუდმივი პროცესია.

ისმის კითხვა: მომავალში როგორ შეიცვლება მსოფლიო პოლიტიკა და როგორ იმოქმედებენ გლობალური ორგანიზაციები?

1.1 ცივილიზაციური განსაკუთრებულობები და წინააღმდეგობები.

XX საუკუნის ბოლოს გლობალიზაციის პროცესების გადრმავეასთან დაკავშირებით წინა პლანზე წამოვიდნენ ცივილიზაციური განსაკუთრებულობები და წინააღმდეგობები. ერთი ცივილიზაციის განვითარება სხვა რამდენიმე ციკლით შეიძლება აღინიშნოს. ზოგიერთი ცივილიზაცია შეიძლება არსებობდეს მთელი ისტორიული პერიოდის აღმავლობისა და დაღმავლობის მონაცვლეობით. მსოფლიო ცივილიზაციების შენაცვლება და მოდიფიცირება ლოკალური ცივილიზაციის დინამიკაში ხდება. ერთ-ერთი – ხდება ლიდერი, მეორე – კარგავს ლიდერობას, მესამე – მსოფლიო პროგრესის ახლო, ან შესაძლოა, შორეულ პერიოდშიც კი აღმოჩნდეს. ცივილიზაციათა შორის ურთიერთობები, მათი დაჯახების ხელშემშლის აუცილებლობა და შესაძლებლობა და მათი გადასვლა პარტნიორობაში XXI საუკუნის მთავარი პრობლემა ხდება.¹

ცივილიზაციის მომავლისა და მისი ურთიერთქმედების პერსპექტივების პროგნოზირებისას ზოგიერთი ავტორი გლობალიზაციის ტენდენციებს სხვადასხვა დემოგრაფიულ, ეკოლოგიურ, ტექნოლოგიურ, ეკონომიურ, გეოპოლიტიკურ და სოციო-კულტურულ შრეებზე გამოყოფს. ისინი ურთიერთდაკავშირებულია და ცივილიზაციის განვითარების ერთიან მონოლითს წარმოადგენენ, მაგრამ ერთდროულად თითოეული ამ ფორმატიდან წარმოადგენს დამოუკიდებელ სისტემას, რომლის განვითარებაზეც დამოკიდებულია თავად ცივილიზაციის განვითარების ბედი.

1.2 გლობალიზაცია. ორი პოზიცია.

გლობალიზაციის წინაპირობები თანდათანობით ყალიბდებოდა დიდი აღმოჩენებისა და მოდერნიზაციის შედეგად, რომელსაც ძვრები მოყვებოდა.

არსებობს **ორი ძირითადი პოზიცია** გლობალიზაციის ქრონოლოგიურ ჩარჩოებთან მიმართებაში, მკვლევართა ნაწილი იხრება იქითკენ, რომ გლობალიზაცია ეს ბოლო ასწლეულების მაღალი **ტექნოლოგიების გამოყენებისა**, დანერგვის და ფართე განვითარების შედეგია, რომელიც თავის თავში გულისხმობს ისეთ პრობლემებს, როგორიცაა: გლობალიზაციის ბუნება, გლობალური საინფორმაციო სივრცე, ტექნოსფეროს გლობალიზაცია, გლობალური ეკოლოგია, ეკონომიკის გლობალიზაცია, გლობალური უსაფრთხოება, გლობალური უთანაბრობა და საბაზრო გლობალიზაციის სხვა გამოვლინებები.

განსხვავებულია **ანტროპოისტორიული მიდგომა**, ის პირიქით – გლობალიზაციის დაწყებას მიაკუთვნებს დასავლეთ ევროპული ცივილიზაციის დასაწყისს.

გლობალიზაცია არის დომინირებადი ტენდენცია თანამედროვე მსოფლიოს განვითარებისა, მაგრამ ის გუშინ არ გაჩენილა, ვთქვათ, ინტერნეტის – მიკროელექტრონიკის ან კიბერ, ნანო ან ბიოტექნოლოგიის გაჩენისას, რადგან ისინი არის ელექტრონული ან სხვა ტექნიკის ეტაპობრივი და ასევე ახალი რთული ტექნოლოგიური პროცესების თანამიმდევრული განვითარების შედეგი.

გლობალიზაცია, უფრო სწორედ მისი შინაგანი ლოგიკა, შეიცავს ორ ურთიერთგამომრიცხავ ტენდენციას. გლობალიზაცია შეიძლება გაჩნდეს სამეცნიერო ცოდნის **დიფერენციაციის** პროცესების დროს და თავის თავში ატარებდეს მისსავე **ინტეგრაციის** შესაძლებლობას. ასეთი დიალექტიკა – ორი ლოგიკური ურთიერთსაწინააღმდეგო პოსტულატის ერთიანობა გლობალიზაციის პროცესს უნივერსალურ ხასიათს ანიჭებს.²

2. კონკურენცია გლობალიზაციის დროს.

გლობალური პროცესების განვითარება პირველ ყოვლისა პოლიტიკური მდგომარეობისა და ეკონომიკური განვითარების სპექტრით ხასიათდება, რომელიც ერთმანეთზეა დამოკიდებული.

გლობალიზაცია თავისი გავლენით სხვადასხვა პროცესებს უპირისპირდება. გლობალური კონკურენციის ფონზე სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნება ერთ-ერთ მთავარ პრობლემას წარმოადგენს, რომლის ფონზეც თავს იჩენს ურთიერთ კონკურენცია.

2.1 მრავალეროვნული კონკურენცია გლობალური კონკურენციის წინააღმდეგ.

მრავალეროვნული კონკურენცია განიხილება როგორც სხვადასხვა ქვეყნების კომპანიებს შორის მეტოქეობა. თუმცა კონკურენცია

ეროვნულ ბაზრებზე არ არის დამოკიდებული სხვა ქვეყნების ბაზრების კონკურენციაზე.

იწყება სახელმწიფოებს შორის ბაზრების გაერთიანების პროცესი და ერთი ქვეყნის ბაზარი მეორე ქვეყნის ბაზარზე დამოკიდებული ხდება. სინამდვილეში ინდუსტრია აღიქმება, როგორც ერთი დიდი სახელმწიფოს ბაზრად, რომელიც გარკვეულ სეგმენტებად იყოფა. ერთიანდება, მომხმარებელთა ინტერესები კომპანიებს ყოველგვარი შეზღუდვების გარეშე შეუძლიათ აწარმოონ პროდუქციის ექსპორტი, სხვა ქვეყანაში განათავსონ წარმოება, შეისყიდონ უცხო კომპანიები, სხვა სახელმწიფოს ფაქტორები, მათ შორის სამუშაო ძალა. ასევე მომხმარებელს აქვს საშუალება ყოველგვარი საბაჟო პროცედურების გვერდის ავლით იმპორტის ნებისმიერ ქვეყანაში და შეისყიდოს სასურველი პროდუქცია.

ყალიბდება ერთგვარი საერთაშორისო ბაზარი და ბაზრების ეროვნულ და უცხოურ რეგიონებად დაყოფა აზრს კარგავს, რადგან წარმატება ეროვნულ ბაზარზე იძლევა პირობითად სხვა ქვეყნების ბაზრებზე წარმატების გარანტიას. კომპანიის საბაზრო წილი განისაზღვრება მთლიანობაში საერთაშორისო ბაზრის მიხედვით. ამ დროს ამბობენ, რომ კომპანიები ჩართული არიან გლობალურ კონკურენციაში.

გლობალურ კონკურენციას ასევე ხვდებით იქ, სადაც სხვადასხვა ქვეყნის მომხმარებელთა მოთხოვნები ერთნაირია. გლობალური კონკურენცია იძლევა დინამიკურ ეფექტს. კერძოდ, ბაზრების გაერთიანება გულისხმობს მეტ მომხმარებელს, აუთვისებელ, ახალ, მიმზიდველ საბაზრო სეგმენტებს. რაც უბიძგებს რეალიზაციის მეტი მასშტაბებისკენ, ეს ზრდის კომპანიების მოგებას დინამიკაში. საბოლოო ჯამში, თითოეული ქვეყნის მიხედვით მიიღწევა საზოგადოებრივი კეთილდღეობა. გლობალიზაციის შედეგი არის ის, რომ ინტეგრაციული რეგიონის შიგნით ნებისმიერ მოქალაქეს შეუძლია სხვა ქვეყანაში განათლების უპრობლემოდ მიღება, უცხოური სატელევიზიო არხების ყურება, ინფორმაციის მიღება, ინტერნეტით სარგებლობა და ა. შ.

გლობალური კონკურენციის ბაზრებს წარმოადგენს ქვეყნებს შორის ინტეგრირებული შემდეგი რეგიონები: ევროკავშირი, ჩრდილოეთ ამერიკის თავისუფალი სავაჭრო ასოციაცია (NAFTA), სამხრეთ აზიის (ASEAN), ლათინური და ცენტრალური ამერიკის, კარიბის ზღვის აუზის ქვეყნების კავშირი და სხვა.

2.1.1. მრავალეროვნული თუ გლობალური სტრატეგია.

მრავალეროვნული სტრატეგიის შინაარსი ის არის, რომ ქვეყნებს შორის კულტურული, სოციალური, ეკონომიკური და საბაზრო მდგომარეობა განსხვავებულია. რაც უფრო მძაფრია განსხვავება, მით უფრო მეტი აუცილებლობა არსებობს, რომ კომპანიათა სტრატეგიების მისადაგება მოხდეს სხვადასხვა ეროვნებების საბაზრო სიტუაციასთან. ამ შემთხვევაში, მრავალეროვნული სტრატეგია ეს არის სხვადასხვა ქვეყნებში შემუშავებული **სტრატეგიების ჯამი**.

გლობალური სტრატეგიები კარგად ერგება გლობალური კონკურენციის სიტუაციას. გლობალური სტრატეგია უმრავლეს შემთხვევაში ერთი და იგივეა ყველა ქვეყანაში. მიუხედავად იმისა, რომ სახელმწიფოების ბაზრებს შორის მცირედი განსხვავებები მაინც არსებობს, კომპანიის ფუნდამენტალური სტრატეგია არ იცვლება. უფრო მეტიც, გლობალური სტრატეგია ითვალისწინებს:

- 1). სტრატეგიული სვლების ინტეგრირებასა და კოორდინირებას;
- 2). პროდუქციის რეალიზაციის ყველა იმ ქვეყანაში, სადაც არსებობს მოთხოვნა.

საერთაშორისო ბაზრებზე როგორი ხასიათის კონკურენციას აწყდებიან ფირმები და რომელი სტრატეგია არის უფრო მნიშვნელოვანი?

• მრავალეროვნული სტრატეგიის უპირატესობა:

რომ იგი ყველაზე უკეთესად უსადაგებს სტრატეგიას მასპინძელი ქვეყნის ინდუსტრიის სიტუაციასთან. ასეთი სტრატეგიის წარმოება აუცილებელია, როდესაც არსებობს მნიშვნელოვანი განსხვავებები სამომხმარებლო მოთხოვნებსა და რეალიზაციის წესებში, როდესაც მომხმარებელი კარნახობს სპეციფიკური სტანდარტიზებული პროდუქციის წარმოებას;

• მრავალეროვნულ სტრატეგიის უარყოფითი მხარეები:

სტრატეგიებს შორის კოორდინაციის ხარისხი არის ძალზე დაბალი, რაც მეტად ართულებს კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებას ინდუსტრიაში.

• გლობალური სტრატეგია:

ამ შემთხვევაში კი პირიქით, ასეთი კოორდინაციის ხარისხი ძალზე მაღალია, რაც კომპანიებს მათ ძლიერ მხარეებზე მაქსიმალური

კონცენტრირების საშუალებას აძლევს. ეს კი კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების მთავარი ფაქტორია, როგორც მასპინძელი კომპანიების, ასევე საერთაშორისო კორპორაციებს შორის. როდესაც ქვეყნებს შორის განსხვავებები არ არის საგრძნობი, გლობალურ სტრატეგიას კონკურენტი არ ჰყავს.³

3. კულტურის გლობალიზაცია - მოვლენა

ეკონომიკური აქტიურობის გლობალიზაციას თან ახლავს ტრანსფორმაციათა ტალღები კულტურის სფეროში პროცესით, რომელსაც ეწოდება „კულტურის გლობალიზაცია“.

მასთან ძირითადად ხდება კულტურის სიმბოლოების ფაბრიკაცია, რაც უკვე კარგა ხანია შეიმჩნევა. საზოგადოებრივი მეცნიერების ზოგიერთმა წარმომადგენელმა უკვე ამ გამოვლინებაზე თავისი აზრი გამოხატა, რასაც გლობალური კულტურის კონვერგენცია – საკვანძო სიტყვა – „მაკდონალდიზაცია“ დაარქვა. ცხოვრების სტილის უნიფიკაციის, კულტურის სიმბოლოების და ქცევის ტრანსნაციონალური ნორმების თვალსაზრისით კი უფრო და უფრო გზას იკვლევს უნივერსალიზაცია.

მსოფლიო ბაზარზე თანდათან ხდება საბოლოო ნიშების ათვისება, ჩნდება ახალი სივრცე, მაგრამ არა როგორც მრავალფეროვნების თვითგამოხატვის აღიარება, ანუ, ჩნდება ერთიანი სამომხმარებლო სივრცე, სადაც ლოკალური კულტურები და იდენტურობები კარგავენ ფესვებს და მულტინაციონალური კონცერნების რეკლამისა და საიმიჯო დიზაინიდან ამოღებული მსოფლიო პროდუქციით ჩაინაცვლებიან. თანდათანობით ყოფილობა ხდება დიზაინი.

კონცერნები, რომლებიც ფაბრიკაციაში უნივერსალური კულტურული სიმბოლოების მბრძანებლობას აღწევენ, თავისებურად იყენებენ ინფორმაციული ტექნოლოგიების უკიდვარ სივრცეს. ხელოვნური თანამგზავრები საშუალებას იძლევიან გადაიღახოს ყველა ნაციონალური და კლასობრივი საზღვრები და აღწევენ პლანეტის ყოველ წერტილში. დანარჩენს კი ეკონომიკური აქტივობას ლოგიკა ასრულებს.

გლობალიზაციას, გაგებულს, როგორც ეკონომიურ მოვლენას, მინიმუმამდე დაჰყავს გასავლები და მაქსიმალურად ზრდის მოგებას.

CNN-ის დიქტორი როდესაც აცხადებს, რომ „ეკონომიკური გლობალიზაციის შედეგად მიმდინარეობს კულტურული და სოციალური რევოლუცია“, ამის მოსმენას ამერიკელი ადამიანი ისევე

ადიქვამს, როგორც ტოკიოს მოქალაქე. ეს ნიშნავს, რომ ის რასაც ვაკეთებთ ამერიკაში და ამერიკისათვის გააჩნია ძალა ყველგან, მთელს მსოფლიოში. „ჩვენი ახალი ამბები – ეს გლობალური ახალი ამბებია“.⁴

საინფორმაციო საშუალებები ერთ საერთო გლობალურ სივრცეს ქმნიან, სადაც ინფორმაცია და მითუმეტეს Top-news ელვის სისწრაფით ვრცელდება და მსოფლიო „გარემოცული“ ხდება ერთი მოვლენით. ადამიანები აზროვნებს იწყებენ ერთი მოვლენის ირგვლივ, თუმცა მათი მიდგომა მის მიმართ შეიძლება იყოს რადიკალურადაც კი განსხვავებული.

3.1. ლოკალური კულტურები და გლობალური „მომხმარებლური“ კულტურა.

ტექნოლოგიამ დღეს გლობალური კულტურის შესაძლებლობა და აუცილებლობა შექმნა. ინტერნეტი, სატელეტივი და საკაბელო ტელევიზია კულტურულ საზღვრებს სცილდებიან. გლობალური გასართობი კომპანიები აერთიანებენ ჩვეულებრივი ადამიანების ოცნებასა და აღქმას, სადაც არ უნდა ცხოვრობდნენ ისინი. ფასეულობების, ნორმების და კულტურის გავრცელება კაპიტალიზმის დასავლური იდეალების გავრცელების ტენდენციების მატარებელია. შესაძლოა ლოკალური კულტურები ამ გლობალური „მომხმარებლური“ კულტურის მსხვერპლნი გახდნენ. შესაძლოა ინგლისურმა ენამ გაანადგურებს სხვა ენები. სავარაუდოა, რომ მომხმარებლის ღირებულებებმა სოციალური სოლიდარობის და ხალხთა თანამეგობრობის აზრი დააკნინონ ანდა პირიქით მოხდეს, საერთო კულტურამ დიდ დანაწევრებული ფასეულობების და პოლიტიკური ერთიანობის გაძღოლა შეძლოს.

3.2. ცივილიზაცია და კულტურა გლობალიზაციის ფონზე.

ტექნოსფეროს დომინირებას და პერიფერიული ცივილიზაციის შევიწროვებას თან სდევს მისი დამახასიათებელი ელემენტების გაფართოება და კულტურის სიმბოლური ფენის შემჭიდროვება. რაც თავის მხრივ, განიხილება როგორც, ზოგადად, კულტურის გადაგვარება, რისი მიზეზიც კულტურის მისტერიალური თანმიმდევრობების მიღწევადობაა. კულტურა – ეს მხოლოდ სახელოვნებო მოღვაწეობის სული კი არ არის, ეს ძალადობის სახეობა და ძალაა, ხოლო ცივილიზაცია ადამიანის მხოლოდ

მატერიალური მოწყობა არ არის, ეს ჭეშმარიტი მოცემულობების ხელოვნურით ჩანაცვლებაა.⁵

3.2.1. კულტურების განსხვავებულობა.

ქუაპე და ჯიოვანა კანტატორესები სტატიაში: „კულტურების განსხვავებულობა“ განიხილავენ კულტურების განსხვავებულობების დინამიკას დღევანდელ სამუშაო პირობებში. ისინი ამტკიცებენ, რომ მოსახლეობის დემოგრაფიული ცვლილებები და გლობალიზაცია კულტურის მენეჯმენტის აუცილებლობას განაპირობებს. ისინი განმარტავენ, რომ კულტურების განსხვავებულობებთან შესაძლებელია მოსდეს იდენტიფიცირება, იმართოს ის და სარგებელი იქნას ამოღებული. ასე რომ, კულტურების განსხვავებულობების მენეჯმენტი არის განუყოფელი ნაწილი იმ სამუშაოს, რომელსაც ასრულებს კულტურის პოლიტიკისა და მენეჯმენტზე მომუშავე ორგანიზაცია. ჩვენ ვცხოვრობთ გლობალურ სივრცეში, სადაც მენეჯერებს შეუძლიათ უფრო სწრაფად გადაადგილდნენ, იმოგზაურონ და გაავრცელონ ინფორმაცია კულტურის პროდუქტის შესახებ. ფიზიკური სიახლოვის შემცირებამ ჩვენ უფრო ჩაგვახედა სხვათა კულტურებში და კულტურების განსხვავებულობა უფრო ნათლად დაგვანახა. დღეს ადამიანს ქვეყნისა და საკუთარი სახლის დატოვების გარეშე შეუძლია მიიღოს ინფორმაცია კულტურული პროდუქტის არსებობის, დანიშნულების და ფასის შესახებ. შესაძლებლობა არის იმუშაო უცხოური ორგანიზაციისათვის, ურთიერთობა გქონდეს პარტნიორებთან სხვადასხვა ენაზე ან საზღვარგარეთ გაიყიდოს პროდუქტი სხვა ქვეყნის კლიენტებზე. ასეთი საშუალებით კულტურების დაკავშირება უფრო ადვილად ხდება.⁶

შეიძლება მოვიყვანოთ მაგალითი იმისა, სადაც სხვა სპეციფიკით ხდება გლობალური ელემენტების წარმოჩინება. მაგალითად, კულტურის ბიენალები და ბაზრობები, სადაც ერთდროულად განთავსებულია სხვადასხვა ქვეყნის, საზოგადოებრივი ჯგუფებისათვის დამახასიათებელი კულტურები, ასეთი გლობალური სახის გამოფენებს ზშირად ერთი მთავარი კონცეფცია ან იდეა აერთიანებს, მაგრამ თითოეული კულტურა წარმოდგენილია განსხვავებული სახით, ფორმებითა და მიდგომით. აქ უკვე ერთ ადგილზე იყრის თავს კულტურული განსხვავებულობები.

იქნება კულტურების განსხვავებულობა დახმარების თუ ხელის შეშლის ფაქტორი გლობალური სივრცის შესწავლის პროცესებში?

ეს უფრო და უფრო ძირითადი საკვანძო საკითხი ხდება გარემომცველ სამყაროში.

3.2.2. მულტიკულტურული საზოგადოება.

ამერიკული საზოგადოება აგრძელებს გახდეს უფრო მალტიკულტურული თავისივე საზღვრების ფარგლებში. ადამიანები ახლა ეყრდნობიან იმ აზრს, რომ ახლო მომავალში ქვეყნის სხვადასხვა სფეროში „უმცირესობები“, ფაქტობრივად, „უმრავლესობები“ გახდებიან. ამერიკის შეერთებული შტატების შრომის სამინისტროს მონაცემებით, აფრიკელების, აზიელების და ესპანურად მოლაპარაკე ამერიკელების რიცხვი 7,6%-ს შეადგენდა 50 წლის წინ, 2000 წელს ეს რიცხვი თითქმის გაორმაგდა და 16% მიაღწია.

გლობალიზაციის შედეგად სამუშაო ძალა ასევე გახდა სხვადასხვა კულტურის შემადგენელი ნაწილი. კომპანიები სტრატეგიული კავშირების გამოყენებით აერთიანებენ მთელი მსოფლიოს ფირმებისა და ჯგუფებს კომპანიათა შერწყმისა და შესყიდვის შედეგად. ორგანიზაციები აერთიანებენ სამუშაო პერსონალს და ჯგუფებს, სადაც სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელი ადამიანები მუშაობენ და მათ უნდა შეეთვისონ და გაუგონ ერთმანეთს, რასაც ყოველდღიური ინტერმედია და სხვადასხვა ქვეყანაში მუშაობის აუცილებლობა განაპირობებს. კულტურული მრავალფეროვნების გაცნობიერება, ისევე როგორც კულტურათაშორისი ურთიერთობების ეფექტური გაცვლა, აუცილებლობა ხდება, თუ ჩვენ გვინდა კონკურენცია გავწიოთ გლობალურ ბაზარზე.

3.2.3. საინფორმაციო ინფრასტრუქტურები.

ციფრული მეთოდების მიღწევების გამოყენებამ მსოფლიო საკომუნიკაციო მომსახურება ერთ მთლიანობაში შეკრა. ის, უპირველეს ყოვლისა, სამი ტექნოლოგიური სფეროს გადაკვეთას უწყობს ხელს: კომპიუტერული, სატელეფონო და სატელევიზიო, რომლებიც გაერთიანებულნი არიან მულტიმედიაში და ინტერნეტში.

საინფორმაციო ინფრასტრუქტურებმა ფაქტობრივად კომუნიკაციების სისწრაფის ხარისხი ძალზედ აწია და ურთიერთდაკავშირების სიმართლემ დააჩქარა ინტეგრირების პროცესები.

4. ლოკალიზაცია და გლობალიზაცია.

კულტურის გლობალიზაციის თეორიის მამა როლანდ რობერტსონი, ხაზს უსვამს, რომ გლობალიზაცია ყოველთვის დაკავშირებულია

ლოკალიზაციასთან. ნაშრომები კულტურის თეორიაზე (cultural studies) უარყოფენ ჩაკეტილ, განმარტოებულ საზოგადოებებს და მათ შესაბამის კულტურის სივრცეებს და აღწერენ კულტურის გლობალიზაციის იმანენტარულ „დიალექტიკურ“ პროცესს, სადაც ერთდროულად შეიძლება მოხდეს და ხდება კიდევ საწინააღმდეგო მოვლენები. მთავარი შედეგი კი ასეთია – გლობალიზაცია არ არის რაღაც ავტომატური და ცალმხრივი, ერთმხრივი გლობალიზაცია – კამათის ამოუწურავი წყაროა.

ის, რომ გლობალიზაცია გვთავაზობს არა მხოლოდ დელოკალიზაციას, არამედ რე-ლოკალიზაციას, ეს უკვე ეკონომიკური გათვლებიდან გამომდინარეობს. „გლობალური“ ამ სიტყვას თავისი ზუსტი გაგებით ვერავინ წარმოთქვამს. სწორედ ის სფეროები, რომლებიც თავის პროდუქციას გლობალური მასშტაბებით ასაღებენ, იძულებულნი არიან განავითარონ ლოკალური კავშირები. პირველ რიგში კონკრეტულ ლოკალურ პირობებში აწარმოონ და დახვეწონ პროდუქცია, მეორე რიგში კი, ლოკალური კულტურებიდან ამოიღონ ნედლეული თავიანთი გლობალური სიმბოლოებისათვის, რის ხარჯზეც ეს სიმბოლოები იქნებიან ცოცხალი, ნათელი და კარგად გაყვადი. სიტყვა „გლობალური“, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ეს არის „სხვადასხვა ადგილებში ერთდროულად“, ანუ ტრანსლოკალურად.

ასეთი გლობალურ – ლოკალური ურთიერთდაკავშირება დიდ როლს თამაშობს მსხვილი კონცერნების გათვლებში. კონცერნები „Coca-Cola“ და „Sony“ თავიანთ სტრატეგიას უწოდებენ „გლობალურ ლოკალიზაციას“. მათი ხელმძღვანელები და მენეჯერები აღნიშნავენ, რომ გლობალიზაციასთან დაკავშირებით საუბარი ეხება არა იმას, რომ ყველგან მსოფლიოში აშენდეს ფაბრიკები, არამედ იმას, რომ გახდნენ ამა თუ იმ კულტურის ნაწილი. სამეწარმეო სტრატეგია, რომლის მნიშვნელობა იზრდება პრაქტიკული გლობალიზაციის დროს, იწოდება „ლოკალიზმად“.

4.1 დელოკალიზაცია და რელოკალიზაცია.

დელოკალიზაციის და რელოკალიზაციის ურთიერთქმედებას ალბათ სხვადასხვა შედეგი ექნება, ამიტომ უნდა გათვალისწინებულ იქნას ის, რომ ლოკალური კულტურები ვეღარ გაამართლებენ თავიანთ არსებობას დანარჩენი მსოფლიოს წინააღმდეგ დამკვიდრებისა და განახლებისთვის. მოკლედ რომ ვთქვათ, თუ შესაძლებელი იქნება

გლობალურად განლაგდეს და განახლდეს ლოკალური მნიშვნელობები, მოხდება ტრადიციაზე დაყრდნობის გარეშე ლოკალურობის რენესანსი.

გლობალიზაციას, გარკვეულ პლანში, ყველაზე ხშირად ურთიერთდამოკიდებულების ინტენსიფიკაციამდე მივყავართ.

ნაციონალური საზღვრების გლობალიზაციის დროს უნდა შეისწავლოს: თუ როგორ იხსნება და აღიქმება მსოფლიოს ჰორიზონტი გრძნობადი სამყაროს ტრანსკულტურულ და კულტურის სიმბოლოთა ფაბრიკაციაში. კულტურული გლობალიზაცია შლის ქვეყნის ნაციონალურ გაიგივებას ნაციონალურ-სახელმწიფოებრივ საზოგადოებასთან კომუნიკაციის, ეთნიკური კუთვნილებების და ცხოვრების ტრანსკულტურული ფორმების შექმნისა და ერთმანეთთან შეჯახების გზით.

ეთნიკურობის კუთვნილების გრძნობა, საზოგადოების განვითარებისა და ადამიანთა განსახლებასთან დაკავშირებით, სულ უფრო და უფრო რთულდება. შეგვიძლია განვიხილოთ ტრანსკულტურული ქორწინების და ოჯახების მაგალითზე. მობილურობის და მასობრივი გადაადგილებების საუკუნეში და ეკონომიკის გადაჯაჭვის პროცესებში იზრდება იმ ადამიანთა რიცხვი, რომლებსაც თავისი ეთნიკური ჯგუფის ადგილმდებარეობიდან, უხდებათ სხვა ჯგუფებთან მუშაობა, ეს სხვადასხვა მიზეზით ხდება (სიღარიბე, შიმშილი, განათლებისა და პროფესიის მაძიებლები და ცნობისმოყვარეობა). ისინი ტოვებენ საკუთარ სახლებს და დიდი თუ მცირე ხნით, ხანდახან კი სამუდამოდ კვეთენ საზღვრებს. იბადებიან ერთ ადგილზე, იზრდებიან მეორეზე, ქორწინდებიან და იყოლიებენ შვილებს მესამე ადგილზე. ბიკულტურული ოჯახების რიცხვი იზრდება.

დავეყრდნოთ სტატისტიკას და გავითვალისწინოთ ქორწინების აქტები. მაგალითად 1960 წელს გერმანიის ფედერაციულ რესპუბლიკაში იყვნენ გამორჩეულად გერმანელები და მხოლოდ ყოველ 25-ე ქორწინებაში რეგისტრირდებოდნენ უცხოელები, 1994 წელს უკვე ყოველ მე-7 ქორწინებაში ერთ-ერთი მაინც იყო უცხოელი.⁷

4.2 გლოკალიზაცია

ლოკალური და გლობალური არ გამორიცხავს ერთმანეთს. გლობალიზაცია ასევე ნიშნავს ლოკალური კულტურების მიზიდვასა და შეჯახებას, რამაც უნდა მიიღოს ახალი განსაზღვრება «clash of localities» (ლოკალურობის შეჯახება).

„გლობალური კულტურა“ უნდა განიხილოს არა სტატიკურად, არამედ როგორც შემთხვევითი და დიალექტიკური პროცესი (ეკონომიკური მეცნიერების ფარგლებში კაპიტალის შინაგანად ცალმხრივ ლოგიკასთან შეუთავსებელი) – „გლოკალიზაციის“ სახით, რომელიც საშუალებას იძლევა აღიქვას და გაიშვიროს ურთიერთსაკამათო ელემენტები მათ ერთიანობაში. ამ შემთხვევაში შეიძლება ვისაუბროთ „გლოკალური“ კულტურის პარადოქსებზე.

4.2.1. უნივერსალიზმი და პარტიკულარიზმი.

ამ მიზნით არ არსებობს წინააღმდეგობა გაერთიანებასა და ინსტიტუციონალურობის, სიმბოლოების, ქცევის მანერების უნიფიკაციას შორის (მაგ.: „მაკდონალდსი“, ცისფერი ჯინსები, დემოკრატია, ინფორმაციული ტექნოლოგიები, ბანკები, ადამიანის უფლებები და ა.შ.) და მნიშვნელობის ახალი ხაზგასმით, ახალი გამოვლენებით და „ლოკალური კულტურების“ (ისლამიზაცია, რენაციონალიზაცია, გერმანული პოპ-კულტურა, სამხრეთაფრიკული სამოთხეები, აფრიკული კარნავალი, ჰავაური საქონლის ძეხვი) დაცვითაც კი. თუ ავიღებთ ადამიანის უფლებებს, პრაქტიკულად ყველა კულტურებში იკვეთება, როგორც უნივერსალური უფლებები, და მეორეც ისინი მჟღავნდებიან სხვადასხვა სახით კონტექსტიდან გამომდინარე.⁸

5. კულტურის მრავალფეროვნება და გლობალიზაცია.

კულტურა არის ყოვლისმომცველი და ამიტომ თავისი არსით აუცილებელი. ის მოცემულ საზოგადოებას ან საზოგადოებრივი ჯგუფების თვისებებს, ყოფას, განვითარების ხარისხს განსაზღვრავს და მოიაზრება იმისათვის, რომ შეეხოს ცხოვრების ყველა ასპექტს. ის თავისი მრავალმხრივობითა და მრავალფეროვნებით ინტეგრირდება პროცესებში განვითარებული მოვლენების პარალელურად და გლობალიზაციის დროს განიხილება მისი შენარჩუნება, ტრანსფორმაცია, ფორმირება და სხვადასხვა რისკფაქტორი.

ერთ მთლიანობისაკენ მიმავალი, განვითარებადი კულტურის მართვა შესაძლებელია ერთ სისტემებში მოექცეს, ანდა გამოინახოს სტრუქტურის გასაღებები, რომელიც შედეგების დადებით პოტენციალზე იქნება ორიენტირებული. ამიტომ კვლევები ამ სფეროში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს.

5.1 კულტურის კვლევები.

ხელოვნების მენეჯერები დღეს ვერ უარყოფენ გლობალიზაციის პროცესებს, რომელიც ჩვენს ცხოვრებაზე სულ უფრო დიდ ზეგავლენას ახდენს. არის საშიშროება იმის, რომ გლობალიზაციის შედეგად დასრულდება კულტურის მრავალფეროვნება და კულტურის ტრანს-ნაციონალური კორპორაციების მოთხოვნების სამსახურში მყოფი ჰომოგენური ერთგვაროვანი კულტურის ტრიუმფი. კულტურული მრავალფეროვნება მუქარის ქვეშ ივარაუდება უმცირესობების ჯგუფების მარგინალიზაციითა და გაუცხოებით და ევროპული გაერთიანების და გავლენის შედეგად შესაბამისობის გამოწვევით და მასმედიის საშუალებებზე გლობალური გავლენით. გლობალური პროდუქტია ქმნის გლობალურ ბაზრებს და გლობალური იდეები და იდეოლოგიები მიჰყავს გლობალური მოხმარებისა და ერთობლივი ადაპტაციისკენ. გლობალიზაცია შეიძლება აღიქმებოდეს, როგორც კულტურული იმპერიალიზმი.

5.1.2. რიტცერის გლობალიზაციის ორი კატეგორია.

ჯორჯ რიტცერი სპეციალისტი გლობალიზაციის საკითხებში აკეთებს სასარგებლო, მოკლე შეჯამებას. ის ყოფს მას ორ **კატეგორიად**: ეკონომიკური და კულტურული, სადაც მოცემულია შესაძლო შედეგები, რისკები და ფორმირებები კულტურის განვითარების გლობალიზაციის პროცესების დროს.

კულტურის თეორიებში მოიაზრება:

- კულტურული დიფერენციალიზმი (განსხვავებულობა) – ეს არის ბოლო განსხვავებები კულტურათა შორის, რომლებიც საკმაოდ ხელშეუხებელია ბი-, ინტერ-, მულტი- ან ტრანსკულტურულ პროცესებისგან – გლობალიზაცია არის მხოლოდ ზედაპირული მოვლენა.

- კულტურის კონვერგენცია – მსოფლიოში კულტურები უფრო და უფრო მეტად მსგავსად იზრდება, გლობალური მსგავსება (ასიმილაცია) დომინანტური გჯუფების მიმართულებებში; კულტურული იმპერიალიზმი; ვესტერნიზაცია; ამერიკანიზაცია; მაკდონალდიზაცია.

- კულტურის ნარევი (ჰიბრიდიზაცია) – ჰიბრიდული კულტურების უნიკალური პროდუქტია.⁹

გლობალიზაცია არის ძალა, რომელიც, ალბათ, გამოიწვევს კულტურის კონვერგენციას – ადგილობრივი განსაკუთრებულობის თანდათანობითი გაქრობას.

გლობალიზაცია სხვა მხრივ არის საკმაოდ მსუბუქი პროცესი. ეს არის იდეა, რომ ლოკალური არის ჩასმული გლობალურში და, პირიქით. გლობალურობის ფენომენი ხდება ინტეგრირებული კულტურულ ფორმებთან, რომლებიც არის ნამდვილად ლოკალური. კულტურის ჰიბრიდიზაციამ, რომელიც არის გლობალიზაციის ერთ-ერთი შედეგი, შესაძლოა ოდესმე კულტურის მრავალფეროვნებაზე მიგვიყვანოს.

არსებობს თუ არა გლობალური პროცესების მართვის რაიმე საერთო გასაღები, რომელიც განვითარების სწორ გზაზე დააყენებს და წარმოშობილ პროცესებს მართვად გახდის, შეასუსტებს გაუთვალისწინებელ მოვლენების გავლენას და გლობალიზაციით გამოწვეულ პროცესებში შესაძლო არსებულ ეფექტურობის ხარისხს გაზრდის.

კულტურების განსხვავებულობებთან შესაძლებელია მოხდეს იდენტიფიცირება, იმართოს ის და სარგებელი იქნას ამოღებული. ასე რომ, კულტურების განსხვავებულობების მენეჯმენტის შედეგად შესაძლოა, საერთო კულტურამ დიდი დანაწევრებული ფასეულობების და პოლიტიკური ერთიანობის გაძლიერება შეძლოს.

კულტურის მენეჯმენტი არ ქმნის ხელოვნებას და კულტურას, მაგრამ აძლევს შექმნის შესაძლებლობას მათ.¹⁰

1. См.: Барз М. А., Черняк Е. Б., Великие социальные революции XVII – XVIII веков в структуре переходной эпохи от феодализма к капитализму, М., 1990.

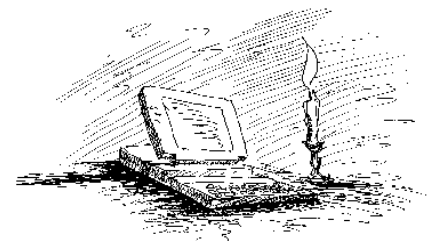
2. Иоселиани Аза, *Техносфера и экологическое сознание в контексте глобализации*, § 1.1., *Становление и развитие техносферы в процессе глобализации*, Ростов-на-Дону, 2002, гл. 24-75.

3. კავკასიის აკადემიური ცენტრი, *სტრატეგიული მენეჯმენტის არსი და შესწავლის საგანი*, 8, *სტრატეგიები საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენციისთვის*, გვ. 69-73.

4. <http://www.nationalsecurity.ru/library/00057/00057global008.htm> Бек Ульрих, *Что такое глобализация?*

5. Аза Иоселиани, Техносфера и экологическое сознание в контексте глобализации, § 3.2. *Цивилизация и культура на фоне ускоряющихся процессов глобализации*, Ростов-на-Дону, 2002, 133-162.
6. <http://www.culturocity.com/pdfs/Cultural%20Differences,%20Everybody's%20Business.pdf>
Quappe S, & Cantatore G, Cultural Differences: Not just HR's business, It's everybody's business, Can we risk the consequences of intolerance?
7. <http://www.nationalsecurity.ru/library/00057/00057global009.htm12>
8. <http://www.nationalsecurity.ru/library/00057/00057global010.htm>
9. Laycock, Jolyon. *Enabling The Creators, Cultural diversity and globalization*. Oxford Brookes University, 2008, 27.
10. Heinrich, Werner & Klein, Armin: *Kulturmanagement von A-Z*. Munchen 1996: 147.

ტრადიციული ხელოვნება



სამაგისტრო პროგრამა

ქართული ქორეოგრაფიის მკვლევარი – ეთნოქორეოლოგი

სამაგისტრო პროგრამა „ქართული ქორეოგრაფიის მკვლევარი – ეთნოქორეოლოგი“ უმაღლესი სკოლის მეორე საფეხურზე ქორეოგრაფიული ხელოვნებისადმი თეორიული დაინტერესების პირველ ცდას წარმოადგენს. იგი სახელოვნებო მეცნიერებათა იმ მიმართულებას მიეკუთვნება, რომელიც მიზნად ისახავს ქორეოგრაფიული ხელოვნების, კერძოდ, ქართული საცეკვაო ფოლკლორის ისტორიულ-თეორიული ასპექტების გამოკვლევას და აღნიშნულ საკითხთა ირგვლივ სამეცნიერო კვლევების ჩატარებას.

ქართული ტრადიციული ხელოვნებისადმი საყოველთაო ინტერესმა და ქართული საცეკვაო ხელოვნების საშემსრულებლო პრაქტიკის დინამიურმა განვითარებამ განაპირობა ეროვნული ქორეოგრაფიის მეცნიერული კვლევისა და ქართული ცეკვის საშემსრულებლო ხელოვნების პროფესიული შეფასება-ანალიზის აუცილებლობა და აქტუალობა.

პროგრამის სასწავლო კომპონენტი რამდენიმე სპეციალურ დისციპლინას მოიცავს, რომელთა თემატიკა კვლევის ობიექტის ისტორიული რეტროსპექტივის, დარგის თეორიული საფუძვლების შესწავლისა და კრიტიკული ანალიზის ერთობლიობას წარმოადგენს. ზოლო კვლევითი კომპონენტის პრობლემატიკა ეფუძნება მაგისტრანტთა სამეცნიერო ინტერესთა სფეროს, რომელიც, ხშირ შემთხვევაში, ქორეოგრაფია-ქორეოლოგიის სინთეზური ბუნების გათვალისწინებით, ინტერდარგობრივი კვლევის სახეს ატარებს.

სამაგისტრო პროგრამა აღზრდის ქორეოგრაფიული ხელოვნების პროფესიონალ მკვლევარებსა და კრიტიკოსებს, რაც შემდგომში ხელს შეუწყობს ქართული ეთნო-ქორეოლოგიისა და ზოგადად ქართული ქორეოგრაფიის განვითარებას.

სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი
ასოც. პროფ. ანანო სამსონაძე

ალეკო გელაშვილი

მაგიტრატურის II კურსი
ხელმძღვანელი - ანანო სამსონაძე

სამეჯლისო ცეკვების მისწავლა საქართველოში

(თენგიზ და ლარისა გაჩეჩილაძეები)

სამეჯლისო სპორტი ასე ეძახდნენ თავიანთ პალატებში გამართულ სამეჯლისო ცეკვებს ინგლისელი ლორდები ჯერ კიდევ მაშინ როცა მდიდრული ეტლები და კარეტები შავ, მბრწყინავ ფრაკებში გამოწყობილ ბატონებსა და უთვალავ ნაოჭიან ალივლივებულ კაბებში მორთულ ქალბატონებს საცეკვაო დარბაზებისკენ მიაქროლებდნენ.¹

„სამეჯლისო სპორტული ცეკვები“ – ეს არის თანამედროვე ქორეოგრაფიიდან აღებული ათი საუკეთესო ცეკვა. სამეჯლისო – სპორტული ცეკვების პროგრამა იყოფა ორ სახეობად: მათგან ხუთი ევროპული ცეკვების პროგრამას განეკუთვნება („ნელი ვალსი“, „ტანგო“, „ვალსი“, „ფოქსტროტი“, „კვიკსტები“) და ხუთი ლათინურ-ამერიკული ცეკვების პროგრამას („სამბა“, „ჩა-ჩა-ჩა“, „რუმბა“, „პასადობლი“, „ჯაივი“).

სამეჯლისო სპორტული ცეკვების ერთ-ერთი ძირითადი განმასხვავებელი ნიშანი სხვა ცეკვების სახეობებისგან არის ის, რომ აქ ტარდება სპორტული სახის შეჯიბრებები და შემოღებულა მსაჯობის ინსტიტუტი.

სამეჯლისო ცეკვებში სპორტულ შეჯიბრებებს ადგილი ჰქონდა ჯერ კიდევ I მსოფლიო ომამდე. მაგრამ ეს შეჯიბრებები უფრო კერძო ხასიათის იყო, რადგან ისინი არ ტარდებოდა რაიმე პროფესიული თუ საერთაშორისო სამოყვარულო ორგანიზაციების ჩარჩოებში.

ინგლისში (ამ ცეკვების სამშობლო), გერმანიის ფედერაციულ რესპუბლიკაში, ნორვეგიაში, დანიაში, შვეციაში და სხვა 1909 წლიდან უკვე არსებობდა მსოფლიო სპორტული ცეკვების ფედერაცია.²

1930 წლიდან ევროპაში მკვიდრდება „ინგლისური სტილი“, რითაც გამოიკვეთა ძირითადი და მუდმივი სტანდარტი საცეკვაო შეჯიბრებებისა და ამ მომენტიდან იმართება ორგანიზებული საერთაშორისო შეჯიბრებები.

1932 წელს „გერმანიის მოყვარულთა ასოციაციამ“, „RPG“ საფუძველი ჩაუყარა „საერთაშორისო მოყვარულთა ასოციაციას“,

სამი წლის შემდეგ კი 1935 წლის 10 სექტემბერს ქ. პრაღაში დაფუძნებულ იქნა პირველი საერთაშორისო ასოციაცია, სახელწოდებით **“FIDA”**, რომლის პირველ პრეზიდენტად არჩეულ იქნა ავსტრიელი ფრანც ბუხლერი. **“FIDA”** თანდათან ქმედითი ორგანიზაცია ხდება და უკვე 1936 წლის ბერლინის ოლიმპიურ თამაშებზე მას შესაძლებლობა მიეცა ჩაეტარებინა პირველი ოფიციალური მსოფლიო ჩემპიონატი ბელ ნოჰაიმში, საერთაშორისო წესების დაცვით, სადაც სამი კონტინენტის თხუთმეტი ქვეყნის წარმომადგენელი მონაწილეობდა.

საბჭოთა კავშირის ტერიტორიაზე სამეჯლისო ცეკვების სპორტული შეჯიბრებები მოგვიანებით მხოლოდ 1957 წლიდან ტარდება.

საბჭოთა კავშირის წამყვანი სპეციალისტები დიდი ხანი იბრძოდნენ, რომ სამეჯლისო ცეკვებისთვის სპორტული სტატუსი მოეპოვებინათ, მაგრამ ეს საკითხი მხოლოდ 1986 წელს გადაწყდა. შეიქმნა სპორტული ცეკვების საკავშირო ასოციაცია (АБТСССР) (პრეზიდენტი: ჩესლოვას ნორვეში – ლიტვა). ამ ასოციაციის პრეზიდიუმის წევრი საქართველოდან იყო თენგიზ გაჩეჩილაძე.³

საქართველოში სამეჯლისო ცეკვების სპორტულ შეჯიბრებებს 1976 წელს ჩაეყარა საფუძველი.

მანამდე 1972 წელს გაიმართა სამეჯლისო ცეკვების შემსრულებელთა პირველი, ხოლო 1975 წელს მეორე რესპუბლიკური კონკურსი. ამ კონკურსების ჟიურის თავმჯდომარეობდა ილიკო სუხიშვილი.⁴

მეორე კონკურსზე მოწონება დაიმსახურეს და პირველი ადგილი მიენიჭათ საქართველოს მუსიკალური და ქორეოგრაფიული საზოგადოების მოცეკვავეებს: ნუნუ აზმაიფარაშვილს და თეიმურაზ გაბაშვილს (პედაგოგი: თენგიზ გაჩეჩილაძე).⁵

მას შემდეგ, რაც საქართველოში 1972 წელს გაიმართა სამეჯლისო ცეკვების შემსრულებელთა პირველი რესპუბლიკური კონკურსი ამ ცეკვების სკოლა გაიყო ორ ჯგუფად: „სამეჯლისო-საყოფაცხოვრებოდ“, რომელსაც მიხეილ კაფიევი ემსახურებოდა და „სამეჯლისო სპორტულ“ ჯგუფად, რომელსაც თენგიზ გაჩეჩილაძე ჩაუდგა სათავეში.

საქართველოში ჩატარებული კონკურსის შემდეგ, 1975 წელს კიევის სპორტის სასახლეში ტარდება მეორე, საერთო საბჭოური კონკურსი სამეჯლისო ცეკვების შემსრულებელთა შორის.

საქართველოდან ამ კონკურსში მონაწილეობას იღებს ოთხი წყვილი: მაია ისაკაძე – ვასტანგ ლუკავა, ტატიანა პერლშტეინი – თენგიზ ერიშვილი, ნატაშა ნიკოლაიშვილი – ტარიელ შენგელია, ნუნუ აზმაიფარაშვილი – თეიმურაზ გაბაშვილი. ამათგან სამი მეორე ხარისხის დიპლომს იღებს ერთი კი მესამე ხარისხის.⁶

1976 წელს უკვე საფუძველი ეყრება საკვალიფიკაციო კონკურსებს. ამას წინ უძღვის სემინარები სამეჯლისო ცეკვების გამავრცელებელი კადრების მოსამზადებლად, სადაც მოწვეული იქნა სპეციალისტები მოსკოვიდან და ესტონეთიდან. სემინარების შედეგად რამდენიმე პედაგოგი დამოუკიდებლად ამზადებს მოცეკვავეებს რესპუბლიკურ კონკურსში მონაწილეობისათვის. შემდეგ იმართება ცეკვის მასწავლებელთა დახელოვნების 10 დღიანი სემინარი, რომელსაც ხელმძღვანელობენ თ. სანაძე, თ. გაჩეჩილაძე, კ. სახვაძე.⁷

1976 წლის მესამე რესპუბლიკური კონკურსიდან „გაზაფხულის მეჯლისი-76“ 1977 წლამდე 5 საკვალიფიკაციო კონკურსი ტარდება, რომელთა უცვლელი გამარჯვებულები არიან: ზურაბ მარგიშვილი და თინათით შავდათუაშვილი.⁸

სამეჯლისო ცეკვები უფრო პოპულარული ხდება. იმართება კონკურსები: „ოქროს ვერძი – 78“,⁹ „აი ია“,¹⁰ „აი ია – 82“,¹¹ „თბილისი – 84“,¹³ „აი ია – 85“,¹⁴ და სხვა.

ხოლო 1988 წელს თბილისში შედგა პირველი რესპუბლიკური ღია კონკურსი სამეჯლისო ცეკვებში, რომლის ორგანიზატორები იყვნენ თენგიზ გაჩეჩილაძე და ლარისა გაჩეჩილაძე.

ამ კონკურსის გამარჯვებულები „A“ კლასში გახდნენ თბილისელები შორენა გაჩეჩილაძე და გოჩა ჩერტოკოვი.¹⁵

შემდეგ იმართება „ოქროს საწმისი – 90“, „ოქროს საწმისი – 91“,¹⁶ „თბილისი – 92“,¹⁷ „თბილისი – 94“¹⁸ და სხვა.

1997 წელს კი საქართველოს სპორტული ცეკვების ეროვნულ ფედერაციას უფლება ეძლევა ჩაატაროს საერთაშორისო კონკურსი „კავკასიის თასი“. აღნიშნული ღონისძიება აქედან მოყოლებული ტრადიციული ხდება და ყოველთვის ტარდება. ამ კონკურსზე გამარჯვებული წყვილი კავკასიის თასის მფლობელი ხდება.¹⁹

ზემოთ ნახსენები კონკურსების მოწყობა და საერთოდ სამეჯლისო ცეკვების გავრცელებისა და პროპაგანდის საქმეში უდიდესი წვლილი მიუძღვის დღეს უკვე საქართველოს სპორტცეკვების ეროვნული ფედერაციის პრეზიდენტს, სტუდია და ანსამბლ „თელას“

ხელმძღვანელ-ქორეოგრაფს, საერთაშორისო კატეგორიის მსაჯს, თენგიზ გაჩეილაძეს.

ნაშრომის მიზანს წარმოადგენს „შეძლებისდაგვარად“ მოუთხროს მკითხველს ბატონი თენგიზის, მისი მეუღლის ლარისა გაჩეილაძის მათი ოჯახისა და საქმიანობის შესახებ. „შეძლებისდაგვარად“, – იმიტომ ვამბობთ, რომ ეს ნაშრომი ამ თემაზე წარმოებულ კვლევის პირველ ნაბიჯებს წარმოადგენს საქართველოში. აქედან გამომდინარე მკითხველს წინასწარ ვუხდით ბოდიშს თუ იგი ინფორმაციის მცირე რაოდენობას ან უზუსტობას განიცდის. ჩვენ კი სიამოვნებით გავითვალისწინებთ ამ თემით დაინტერესებული პირების შეხედულებებს და შენიშვნებს.

ერთ-ერთ ინტერვიუში ბატონი თენგიზი ამბობს: „ვნანობ, რომ ცეკვა ძალზე გვიან დავიწყე“.²⁰

სანამ ბატონი თენგიზის ცეკვასთან შესახებ პირველ ნაბიჯებს შევეხებით, მოგიხსენებთ მისი ბიოგრაფიული თუ შემოქმედებითი მოღვაწეობის შესახებ.

თენგიზ ივანეს ძე გაჩეილაძე დაიბადა 1941 წლის 5 სექტემბერს თბილისში; მამა ივანე გაჩეილაძე საქართველოს დამსახურებული ვეტერანი ყოფილა, ზოლო დედა ევგენია ნიორაძე ასევე დაწყებითი კლასების დამსახურებული პედაგოგი.

ჰყავს სამი და: მერი – პედაგოგი, ამჟამად პენსიონერი, ქეთევანი – პედაგოგი, ბიბლიოთეკათმცოდნე, ეთერი – ფილოლოგი მუსიკის მიმართულებით.

1947 წელს თენგიზ გაჩეილაძე შედის რკინიგზის №1 სკოლაში, რომელსაც ამთავრებს 1958 წელს.

1961 წელს აბარებს პოლიტექნიკურ ინსტიტუტში მექანიკა – მანქანათმშენებლობის ფაკულტეტზე. პირველ კურსს დაჩქარებით გაივლის და 1964 წელს ამთავრებს სასწავლებელს.

1964 წლიდან იგი მუშაობას იწყებს ფილარმონიაში, უკრავს სიმებიან საკრავებზე კირილე ვაშაკიძის ხალხურ საკრავთა ორკესტრში, არის მუსიკალურ-ქორეოგრაფიული საზოგადოების მსახიობი. „42 ნომერი ჰქონდათ პროგრამაში და ერთ კვირაში ვისწავლეო“ – იხსენებს ბატონი თენგიზი.

ცოტა ხანში ეს ორკესტრი საგასტროლოდ უნდა წასულიყო შორეულ აღმოსავლეთში. ბატონმა თენგიზმა უარი თქვა ამ გასტროლზე და ორკესტრში მუშაობას თავს ანებებს.

შემდეგ თანმიმდევრობით, ხანმოკლე დროის მონაკვეთებში მუშაობს:

ელექტრო ვაგონშემკეთებელ ქარხანაში მე-6 თანრიგის ზეინკლად, სააპარატო საამქროში ტყავ-საგალანტერიო ფაბრიკაში, მაუდკამოვლის კომბინატში და ისნის ფეხსაცმელების ფაბრიკაში.

სრულიად შემთხვევით მოხდა მისი ცხოვრების დაკავშირება ქორეოგრაფიულ სამყაროსთან: „ვოროშილოვის კლუბში“, რომელიც მდებარეობდა ახლანდელი გრიბოედოვის თეატრის მიმდებარე ტერიტორიაზე, იგი ეძებდა თურმე სალაროს ბილეთი რომ აეღო და კინოში შესულიყო. ამ ძებნისას, აღმოჩნდა ერთ დიდ დარბაზში, სადაც შემდეგი სიტუაცია დახვდა: ახალგაზრდები ეწერებოდნენ იმდროინდელი საზოგადოებრივი ცეკვების სტუდიაში, რომელსაც ხელმძღვანელობდა პედაგოგი მიხეილ კაფიევი. ბატონი თენგიზიც მოხვედრილა ამ ახალგაზრდათა რიგში, გადაუხდია ერთი თვის გადასახადი 5 მანეთი. მიხეილ კაფიევს მისთვის აფიშები მიუცია და უთხოვია, რომ გამოეკრა ისნის ფეხსაცმელების ფაბრიკაში. „კარგი ორგანიზატორი იყო“; – ამბობს ბატონი თენგიზი პირველ პედაგოგზე, რომელსაც იმ დროისთვის თურმე 700-მდე მოსწავლე ჰყოლია.

ამ საზოგადოებრივი ცეკვებით დაინტერესება იმდროინდელი ახალგაზრდობისა გარკვეული მიდგომით გამოწვეული იყო იმით, რომ მას ჰქონდა „გაცნობის“ ხასიათი: გოგონები – ბიჭების, ბიჭები კი გოგონების გასაცნობად იყენებდნენ ამ ცეკვების სტუდიაში არსებულ სიტუაციას“.

დამწყები მოცეკვავე თენგიზ გაჩეილაძე პირველივე რეპეტიციაზე გაციებულა, შემდეგ ერთი თვე უვლია, ერთი თვის მერე კი დამჯდარი უყურებდა თურმე რეპეტიციებს. ცოტა ხანში გადადის უფრო გამოცდილ ჯგუფში, „მეცოტავა ის, რაც ვიცოდით“ – ამბობს იგი. რამდენჯერმე თურმე მიხელ კაფიევს გაუჩერებია ჯგუფი, მიუთითებია დამჯდარ თენგიზ გაჩეილაძეზე და აღუნიშნავს, რომ „ეს კაცი ვერასოდეს ისწავლის ცეკვასო“.

მაგარამ ბატონი თენგიზის ინტერესი ცეკვისადმი ამ გამოთქმას ვერ შეუჩერებია, პირიქით, იგი თურმე თავად იგონებდა მოძრაობებს, რომლებსაც ზედმეტი ვარჯიშის პროცესში ამუშავებდა თავის პირველ პარტნიორთან ლია ბაბაევასთან ერთად.

„ორი თვის შემდეგ ამოვწურე იმ სტუდიის ცოდნის მარაგიო“, – ამბობს იგი. ყველას აჯობა მიხელ კაფიევის სტუდიაში, სადაც იმ დროისთვის ისწავლებოდა: „ვალსი“, „ვალს-ბოსტონი“, „ბლუზი“, „ჩა-ჩა-ჩას“ რაღაც მოძრაობები, „ტანგოს“ რაღაც სტილი, „კრაკოვიაკი“, „ბიტ-რიტმი“, „ბუგი-ვუგი“, „მარშფოქსტროტი“.

ამ პერიოდის განმავლობაში უყალიბდება თენგიზ გაჩეჩილაძეს ცეკვისადმი სერიოზული ინტერესი და იწყებს პედაგოგიურ მოღვაწეობას ქ. გორში. ამ საქმიანობას ისე ჩაუთრევია, რომ სხვა ყველაფრისთვის თავი მიუნებებია, თბილისიდან გორში დადიოდა თავის პარტნიორთან ერთად რამდენჯერმე კვირაში. საქმე კარგად წავიდა, შედეგი რომ დაინახეს, პედაგოგიურ ინსტიტუტში მიიწვიეს. შემდეგ კი თბილისში პლენარის კლუბში იწყებს მოღვაწეობას. ამ დროისათვის საზოგადოებრივ ცეკვებს ასწავლის, მოგვიანებით კი რუსეთში ტურნირზე სვდება, სადაც ჟიურის წევრია. „ამ კონკურსმა ჩემზე იმდენად დიდი შთაბეჭდილება მოახდინა, რომ ღამეები არ მეძინა, ჩვეულებრივი ცეკვის ნაცვლად არაჩვეულებრივი სანახაობა, „მეჯიბრი“ ვნახე, ეს ჩემთვის სიურპრიზი იყო.“²¹

1974 წელს მას იწვევენ „თბილისის მხატვრული თვითმოქმედების რესპუბლიკურ სახლში“ სამეჯლისო ცეკვების მეთოდისტად. იგი ეცნობა საბჭოთა კავშირში არსებულ 128 ამგვარი სახლის მუშაობის სისტემას. ატარებს სემინარებს, რისი მეშვეობითაც საქართველოს მასშტაბით თანდათან ვრცელდება სამეჯლისო ცეკვები.

იგი თავის მეუღლესთან, ქალბატონ ლარისასთან ერთად 1975 წლიდან მოყოლებული დღემდე კითხულობს ლექციებს სხვადასხვა სასწავლებელში (თეატრისა და კინოს უნივერსიტეტი, ს. ზაქარაძის სახელობის საგანმანათლებლო სასწავლებელი, ადრე საცირკო-საესტრადო სასწავლებელი და ფიზკულტურის ინსტიტუტი, უცხო ენების ინსტიტუტი...).

გარდა ტექნიკური განათლებისა თენგიზ გაჩეჩილაძემ 1980 წელს დაამთავრა ქ. ლენინგრადის პროფკავშირთა კულტურის უმაღლესი სკოლა, კულტურის მუშაკის სპეციალობით.

მისი თაოსნობით 1986 წელს იქმნება კულტურის სამინისტროსთან არსებული სამეჯლისო ცეკვების გაერთიანება.

1991 წელს ამ ორგანიზაციას პქვია საქართველოს სამეჯლისო ცეკვების ასოციაცია. 1991-1992 წწ. ასოციაცია ხდება წევრი „IDSF“-ისა (სამეჯლისო სპორტული ცეკვების ასოციაცია), რომელიც, თავის მხრივ, შედის საერთაშორისო ოლიმპიურ კომიტეტში.

1997 წლიდან დღემდე ზემოთ ხსენებულ ორგანიზაციას ეწოდება „საქართველოს სპორტული ცეკვების ეროვნული ფედერაცია“, რომლის პრეზიდენტიც გახლავთ თენგიზ გაჩეჩილაძე.

1973 წლიდან ბატონი თენგიზის ცხოვრებაში შემოდის ქალი. მათი გზები ერთმანეთს უკავშირდება და მოგვიანებით, 1986 წელს

ქმნიან ლამაზ ოჯახს ეს ქალბატონი გახლავთ **ლარისა ქურდაძე**. ლარისა ქურდაძე დაიბადა 1950 წლის 19 მარტს თბილისში.

მამა – გიორგი ქურდაძე სამამულო ომის მონაწილე, II ჯგუფის ინვალიდი.

დედა – ეკატერინე ქურდაძე (ორლოვეცკაია) (პოლონელი) მუშაობდა ჩაის გადამწონ ფაბრიკაში ტელეფონისტის თანამდებობაზე.

ქალბატონ ლარისას ჰყავს ორი ძმა: ალექსანდრე ქურდაძე პოლკოვნიკი, ლენინის ორდენისანი არტილერიისტი, ამჟამად ცხოვრობს ომსკში ოჯახთან ერთად და ვლადიმერ ქურდაძე, რომელსაც დამთავრებული აქვს პოლიტექნიკური ტექნიკუმი, ცოლშვილიანი და ამჟამად დროებით უმუშევარი.

1958 წელს ლარისა ქურდაძე შედის თბილის მე-16 საშუალო სკოლაში, რომელსაც ამთავრებს 1967 წელს. ამავე წელს აბარებს ალექსანდრე პუშკინის სახელობის პედაგოგიურ ინსტიტუტში, ხდება დაწყებითი კლასების პედაგოგის სპეციალობის სტუდენტი (რუსული სექტორით). პარალელურად მუშაობს თბილისის კონიაკის ქარხანაში, ჯერ მუშად, შემდეგ მდივან-მეძინქანედ, ცოტა ხანში კი სადგურსტაციო დარბაზის უფროსი ხდება ამავე პერიოდში იგი არის კომკავშირის კომიტეტის მდივანი.

1972 წელს ლარისა გაჩეჩილაძე ამთავრებს პედაგოგიურ ინსტიტუტს და იწყებს მუშაობას ქ. თბილისის 129-ე სკოლის პედაგოგად. ერთი წლის შემდეგ კი მისი ცხოვრებაც შემთხვევით დაუკავშირდება ცეკვას.

„ბავშობიდანვე საოცრად მიყვარდა ცეკვა“, – ამბობს ერთ-ერთ ინტერვიუში ქალბატონი ლარისა, – ჯერ კიდევ პატარას ანდამატივით მიზიდავდა ქუჩებში გამოკრული ლამაზად გაფორმებული ის აფიშები და რეკლამები სადაც მოცეკვავე წყვილი ეხატა. ეტყობა გენშიც იყო რაღაც, თუმცა გამოჩენილი მოცეკვავე ჩემს საახლობლოში არავინ ყოფილა.

სკოლაში რომ ვსწავლობდი, სპეციალური გადაცემების სერია გადიოდა ტელევიზიით, სადაც მაშინდელ ძალიან მოღურ ცეკვა – „ჩარლსტონს“ ასწავლიდნენ. ვისწავლე ტელეგადაცემიდან ცეკვა და შემდეგ ჩემს თანაკლასელებთან დავიწყე „ქორეოგრაფობა“.²²

უფრო სერიოზულად კი ქალბატონი ლარისას ცეკვის სამყაროში მოხვედრა შემდეგნაირად მოხდა:

„პლენარის კლუბში კომკავშირის მდივნების კონფერენცია ტარდებოდა. ისიც, როგორც კომკავშირის მდივანი, მონაწილეობას იღებდა ამ კონფერენციაში. შესვენებაზე, ფოიეში, ახალგაზრდებს

რადიოლა ჩაურთავთ და ცეკვა დაუწყიათ. ერთი რუსი ყმაწვილი მიახლოებულია მასთან და ცეკვა უთხოვია. უარი არ უთქვამს და „ვალსზე გაყოლია“. ცეკვის დროს პარტნიორს ჯერ მარჯვენა ბრუნი გაუკეთებია, შემდეგ – მარცხენა. ილეთი მშვენივრად გამოძივდაო – იგონებს ქალბატონი ლარისა. „თქვენ რა ცეკვავთ?“, – გაოცებული უკითხავს პარტნიორს და როდესაც ამ კითხვაზე პასუხად უარი მიუღია, ახლა „კვადრატულ რუმბაზე“ მიუწვევია, არც ეს ცეკვა გამოსულა ურიგო.

მაშინ ამ ბიჭმა შესთავაზა მას: თენგიზ გაჩეჩილაძესთან სამეჯლისო ცეკვების სტუდიაში წაგიყვანო. ისიც სიხარულით თანხმდება. „თუმცა, პირველ შეხვედრაზე ეს სიხარული ცოტა არ იყოს გამიხუნა თენგიზმა“, – ამბობს ქალბატონი ლარისა. სხვათა შორის, შემომხედა და ბიჭის აღტაცებულ რეპლიკას, რომ მე სტუდიაში არასოდეს მივლია და შესანიშნავად ვცეკვავ, მშრალი და ძუნწი ფრაზა შეაგება: „თუ უნდა, მოვიდესო“.²³

– „მასხოვს, ერთ-ერთმა ჩემმა მოსწავლემ მოიყვანა,– ამბობს ქალბატონი ლარისას ყოფილი პედაგოგი, ამჟამად მეუღლე – თენგიზ გაჩეჩილაძე,– ძალიან ნიჭიერი მოსწავლე იყო, ვარჯიშის დაწყებიდან სამი თვის შემდეგ უფრო ძლიერ ჯგუფში გადავიყვანე. ხუთი თვის შემდეგ, კონკურსშიც მივაღებინე მონაწილეობა. იმ პერიოდში ტელევიზიით სამეჯლისო ცეკვების შესასწავლ გადამცემს ვუძღვებოდი და ლარისა ჩემთან წაიყვანე. ალბათ, ცეკვისადმი უზომო სიყვარულმა და დიდმა ნებისყოფამ განაპირობა ის, რომ ლარისას სტუდია არ მიუტოვებია. იგი უკვე პროფესიონალი მოცეკვავე იყო და პარტნიორობა შევთავაზე, შემდეგ კი ცოლობაცო“.²⁴

1975 წლიდან ელექტროვაგონშემკეთებელ ქარხანასთან არსებული სტუდია თენგიზ და ლარისა გაჩეჩილაძეებს გადააქვთ ოფიცერთა სახლში, შემდეგ კი ს. ორჯონიკიძის სახელობის კულტურის და დასვენების ახლანდელ, „მუშტაედის“ პარკში და დღემდე იქ მოღვაწეობენ.

ამავე წლიდან ქალბატონი ლარისა ბატონ თენგიზთან ერთად კითხულობს ლექციებს ყველა ზემოთ ხსენებულ სასწავლებელში.

2005 წლის 5 იანვარს, თბილისის ე. თაყაიშვილის სახ. კულტურისა და ხელოვნების სახელმწიფო უნივერსიტეტმა მათ მიანიჭა დოცენტის ხარისხი. ხოლო 2006 წლიდან ისინი არიან ასოცირებული პროფესორები საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტში.

ლარისა გაჩეჩილაძე 1991 წლიდან არის „საქართველოს სპორტცეკვების ეროვნული ფედერაციის“ გენერალური მდივანი. 1992 წლიდან მიენიჭა საერთაშორისო კატეგორიის მსაჯის წოდება.

თენგიზ და ლარისა გაჩეჩილაძეები პარტნიორები არიან როგორც ცეკვაში, ასევე ცხოვრებაში. მათ ლამაზ ოჯახში ყველა ცეკვავს.

უფროსი შვილი შორენა, თავის მეუღლესთან გოჩა ჩერტოვეთან და შვილ ლევანთან ერთად 1992 წლიდან ცხოვრობს და მოღვაწეობს აშშ-ში (ქ. დალასი). შორენა გაჩეჩილაძე და გოჩა ჩერტოვეი არიან საერთაშორისო კატეგორიის მოცეკვავეები, ტურნირ „ამომავალი ვარსკვლავის“ თოთხმეტი გზის გამარჯვებულები. ამერიკის საზოგადოების მაღალ წრეებში ისინი სასურველ და მიღებულ სტუმრებად ითვლებიან. აქვთ სტუდია, სადაც უამრავი მსურველი სწავლობს სამეჯლისო ცეკვებს.

ორი ვაჟიდან: უფროსი, გიორგი, სწავლობს თბილისის დიპლომატიურ აკადემიაში, არის საერთაშორისო კატეგორიის მოცეკვავე, უამრავი ტურნირის პრიზიორი.

უმცროსი ვაჟი, რატი, მე-11 კლასის მოსწავლეა, სწავლობს თბილისის №1 კლასიკურ გიმნაზიაში. არის საქართველოს ჩემპიონი, კავკასიის თასის მფლობელი სხვადასხვა საშინაო თუ საერთაშორისო ტურნირების პრიზიორი.

მათი მეოთხე შვილი – თელაა, რომელმაც უკვე მრავალი თაობა დააფრთიანა.

თელა საქართველოში ძალიან იშვიათი და ლამაზი ხეა, თენგიზისა და ლარისას ინიციალებიცაა. 1979 წლიდან იგი ფუნქციონირებს „მუშტაედის“ ბაღში. სტუდიასთან არსებობს ანსამბლი, რომელიც ასევე თელას სახელს ატარებს.²⁵

1986 წლის აპრილში მოსკოვში „კრილია სოვეტოვის“ სპორტულ დარბაზში, კულტურის სამინისტრომ მოაწყო სამეჯლისო ცეკვების პირველი საკავშირო ფესტივალი. კონკურსის პროგრამაში იყო ოთხი ნომერი: საბჭოთა ქორეოგრაფიის საფუძველზე შექმნილი, ლათინო-ამერიკული სამეჯლისო ცეკვები, ევროპული და ორიგინალური პოპურები. 24 ანსამბლი იყო წარდგენილი ფესტივალზე და აქედან ანსამბლმა „თელამ“ ბრინჯაოს მედალი დაიმსახურა.

ამავე წელს თელას მიენიჭა სახალხო ანსამბლის წოდება.²⁶

სტუდიაში ბავშვებს 7 წლიდან იღებენ, ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით: პატარებს – 7-დან 10 წლამდე, მოზარდებს 11-დან 15

წლამდე და უფროსებს – 16 წლის ზემოთ. სტუდია მუშაობს სექტემბრიდან ივლისის ჩათვლით.

წლის ბოლოს ტარდება კურსიდან კურსზე გადასასვლელი და გამოსაშვები გამოცდები. ოთხი კურსის დახურვის შემდეგ, მოცეკვავე იღებს სტუდიის დიპლომს.

დამწყები მოცეკვავის საკონკურსო პროგრამა 10 ცეკვას მოიცავს. წლის განმავლობაში მოცეკვავე იღებს ჩათვლის წიგნაკს. მისი მფლობელი საქართველოს სპორტცეკვების ეროვნული ფედერაციისა და (GNDSF) და სპორტცეკვების საერთაშორისო ფედერაციის (IDSF) წევრი ხდება.

სტუდია „თელაში“ უკვე უამრავი ასეთი მოცეკვავე და ცნობილი პედაგოგი აღიზარდა. ზოგი მათგანი საზღვარგარეთ მოღვაწეობს, ზოგიც საქართველოში აგრძელებს თავის კარიერას. ესენია: შორენა გაჩეჩილაძე, გოჩა ჩერტოკოვი, ნუნუკა აზმაიფარაშვილი, ეკატერინე და ზურაბ მეტრეველები, ელენე და გიორგი ორველაშვილები, რუხანა და ბორის ოდიკაძეები, სალომე ლომსაძე, დავით კულუმბეგაშვილი, ია კვირიკაშვილი, თათული გოგიშვილი, გიორგი ტაბატაძე და სხვები. მათ შესახებ უკვე ცალკე შეიძლება ძალიან ბევრი ითქვას და დაიწეროს.

თენგიზ და ლარისა გაჩეჩილაძეები დღესაც დიდი ენთუზიაზმით, თავისი საქმის უზომო სიყვარულით, ასწავლიან და ზრდიან მოცეკვავეებს. თქვენი მონა-მორჩილიც ამ მოცეკვავეების რიგს განეკუთვნება. არ ვიცი რამდენად გაგამართლებ ჩემი პედაგოგების შრომას, მაგრამ ამჟამად ეს შემიძლია ვთქვა: მათ ძალიან შემაყვარეს სამეჯლისო ცეკვები და ის ფაქტი, რომ 2008 წლის დეკემბერში საერთაშორისო კონკურსზე „სახალწლო თბილისი-2008“ I ადგილის მფლობელი გავხდი „8 ცეკვა დიდების“ ქვეჯგუფში, ეს ამ სიყვარულის ნაყოფია. დიდი მადლობა თენგიზ და ლარისა მასწავლებლებს ამ სიყვარულისთვის, მათი შრომისა და საქმიანობისთვის!!!

1. გაზეთი: „ლელო“, 1990 წლის 23 იანვარი.
2. გაზეთი: „ლელო“, 1990 წლის 31 იანვარი.
3. გაზეთი: „ლელო“. 1990 წლის 31 იანვარი.
4. იხ.: გაზეთი: „თბილისი“. 1975 წლის 28 თებერვალი.

5. იხ.: გაზეთი: „კომუნისტი“. 1975 წლის 14 თებერვალი.
6. იხ.: გაზეთი: „ЗАРЯ ВОСТОКА~ 1975 Г. 8 Июня.
7. იხ.: გაზეთი: „თბილისი“. 1976 წლის 19 აპრილი.
8. იხ.: გაზეთი: „ლელო“. 1977 წლის 18 ივნისი.
9. იხ.: გაზეთი: „სახალგაზრდა კომუნისტი“ 1978 წლის 25 ივლისი.
10. იხ.: გაზეთი: „Вечерний Тбилиси~ 1980 Г. 13 Марта.
11. იხ.: გაზეთი: „თბილისი“ 1982 წლის 30 მარტი.
12. იხ.: გაზეთი: „თბილისი“ 1984 წლის 2 აპრილი.
13. იხ.: გაზეთი: „Вечерний Тбилиси~ 1985 Г. 19 Апреля.
14. იხ.: გაზეთი: „ЗАРЯ ВОСТОКА~ 1988 Г. 12 Февраля.
15. იხ.: გაზეთი: „თბილისი“ 1990 წლის 14 ნოემბერი.
16. იხ.: გაზეთი: „ქუთაისი“. 1991 წლის 14 ნოემბერი.
17. იხ.: გაზეთი: „ერი“ 1992 წლის 3-9 ივლისი.
18. იხ.: გაზეთი: „საქართველოს რესპუბლიკა“ 1994 წლის 7 იანვარი.
19. იხ.: თ. გაჩეჩილაძე „კავკასიის თასი – 97“ – პროგრამა.
20. იხ.: გაზეთი: „პარმონია“ 2002 წლის 18.09.-02.10.
21. იხ.: გაზეთი: „აქცენტი“. 2003 წლის 8-10 აგვისტო.
22. იხ.: „ქალის საიდუმლო“ №3.
23. იხ.: „ქალის საიდუმლო“ №3.
24. იხ.: „ქალის საიდუმლო“ №3.
25. იხ.: „ქალთა გაზეთი“ 1997 წლის ივნისი.
26. იხ.: გაზეთი: „თბილისი“ 1986 წლის 20 მაისი.

„სართულებიანი“ ფერხულების სიმბოლიკა (ქართული ნიმუშების მაგალითზე)

სართულების პრინციპით აგებული, უნიკალური ფორმის, წრიული იარუსებიანი ფერხული გავრცელებული იყო თითქმის მთელ საქართველოში.

ქართლში მას „ზემყრელოს“ უწოდებდნენ, რომლის სინონიმია „ორსართულა“, ჯავახეთში – „სამყრელოს“ (ან „ციხეზუნა“), რაჭაში გვხვდება – „მადლა მთას მოდგა“, ხევში – „აბარბარე“, თუშეთში – „ქორბელელა“, სვანეთში – „მირმი(ნ) ქელა“. „ორსართულიანი ფერხულის“ სახელწოდებით შემორჩა ქართულ საცეკვაო ფოლკლორს გურული ფერხული, რომელიც ცეკვა „ხორუმის“ კომპოზიციის ერთ-ერთ ნაწილშიც გვხვდება. როგორც პროფესორი ლ. გვარამაძე აღნიშნავს, ამ ფორმის ფერხული, გავრცელებული ყოფილა იმერეთში სახელწოდებით „მადლი მაზარბეღლსა“. მის ტექსტში გაზაფხულისა და ზამთრის ბრძოლა აისახებოდა.¹ ასევე არსებობს ცნობა, რომ „ვახტანგ გორგასლის ფერხული“, რომლის გავრცელების არეალი ძირითადად აღმოსავლეთ საქართველოა, იმერეთშიც სცოდნიათ და იქ ეს სიმღერა მრავალსართულიანი ფერხულის აყოლებით სრულდებოდა.²

აღსანიშნავია, რომ ამ ფერხულთა ზოგიერთი ნიმუში დღესაც გვხვდება ქართველთა ყოფაში. მაგალითად, „სამყრელო“,³ „ზემყრელო“⁴ და „ქორბელელა“, რომლის თვითმხილველი თავად გახლდით 2005 წელს, ხატობის დროს, თუშეთის სოფელ ხაზაბოში.

მსგავსი სტრუქტურული ფორმის ფერხულს ვხვდებით მეზობელი კავკასიელი ტომების ცეკვებში, როგორიც არის ოსური „ნართონ სიმღი“,⁵ ასევე – სკანდინავიაში, ალპებზე და ბალკანეთის ნახევარკუნძულზეც.⁶

სართულებიანმა ფერხულებმა მრავალი მეცნიერი დააინტერესა. მას იკვლევდნენ: ვ. ბარდაველიძე,⁷ დ. ჯანელიძე,⁸ ავ. თათარაძე,⁹ ლ. გვარამაძე.¹⁰ ამ ფორმის ფერხულებს ეხებიან და აღწერენ: რ. ერისთავი,¹¹ გ. სვანიძე,¹² ბ. ნიჟარაძე,¹³ პ. უმიკაშვილი,¹⁴ თ. მამალაძე,¹⁵ ი. ქავთარაძე,¹⁶ აპ. წულაძე,¹⁷ ს. მაკალათია,¹⁸ გ. ცოცანიძე,¹⁹ ნ.

მაისურაძე²⁰ და სხვანი. ფერხული „ზემყრელო“ განხილულია „ქართული ენის განმარტებით ლექსიკონშიც“.²¹

მკვლევართა მიერ წარმოდგენილ აღწერებში სართულებიანი ფერხული იგება წრიულად, მხოლოდ მამაკაცების მიერ და ორი, ზოგჯერ კი, სამი სართულის ფორმას იღებს. ფერხული წრის ტრიალით სრულდება და იგი მგზავრულია, ანუ, გზად მავალნი ასრულებენ. ფერხულის რთული კონსტრუქციიდან გამომდინარე, მასში მონაწილეთა ფეხის მოძრაობა პრიმიტიულია. ძირითადად ვხვდებით ფეხის მიდგმით სვლას წრეზე. შემსრულებელთა რაოდენობა შეზღუდული არაა. მისი სიმღერა ძირითადად ორპირულია. მიუხედავად ამ ფერხულთა განსხვავებული შინაარსისა, მისი სტრუქტურული ფორმა ყველგან ერთნაირია. ამ ფერხულთა დასასრული ხშირად გულისხმობს ზედა სართულების ქვედა სართულის მონაწილეთაგან ჩამოყრას. განსხვავებას წარმოადგენს ფერხული „მადლა მთას მოდგა“, „ზემყრელოს“ რამდენიმე ვარიანტი (ზედა სართულის მონაწილენი ძირს თავად ხტებიან) და თუშური „ქორბელელა“, რომლის წაქცევაც ცუდის მანიშნებელი იყო.

„ქორბელელას“ დასასრულის შესახებ, ჩვენ მიერ მოპოვებულ ყველა მასალაში, ერთხმად აღინიშნება, რომ იგი აუცილებლად დაუშლელად უნდა მისულიყო საკულტო ადგილამდე. მისი შეგნებულად არევა და შემსრულებელთა ჩამოყრა ყოველად დაუშვებელი იყო. როგორც ვ. ბარდაველიძე გადმოგვცემს, „ქორბელელაზე“ თუში თავის მომავალს იკვლევდა: „თუ ქორბელელა იქცეოდა და სიმღერა ირეოდა, მაშინ საქონელი და ადამიანი დაგვეხოცებო და პირიქით...“²² იმავე ცნობას გვაწვდის ს. მაკალათია,²³ გ. ცოცანიძე²⁴ და ნ. მაისურაძე.²⁵

სართულებიანი ფერხულების სიმბოლურმა შინაარსმა მეცნიერთა შორის აზრთა სხვადასხვაობა გამოიწვია. ქორეოლოგი ავთანდილ თათარაძე განმარტავს, რომ ასეთი წყობის ფერხულები საბრძოლო შინაარსისაა. ერთმანეთის მხრებზე ასვლა ერთგვარი ხერხია სიმაგრის გალანის გადასალახად და მას, მშვიდობიანობის პერიოდში, მებრძოლთა გავარჯიშების დანიშნულება გააჩნია.²⁶

განსხვავებული აზრი წამოაყენა ვერა ბარდაველიძემ.²⁷ მან თუშური „ქორბელელა“ სიცოცხლისა და ნაყოფიერების ზის შესახებ დამადასტურებელ წყაროდ გამოიყენა და დაადგინა, რომ სწორედ ასეთი ხე იგულისხმებოდა „ქორბელელას“ ტექსტში. ლილი გვარამაძე აღნიშნავს, რომ: „სამსართულიანი ფერხული შორეულ წარსულში

ბუნებაზე მაგიური ზემოქმედების ხასიათს ატარებდა²⁸. მაგრამ, სვანურ „მირმიქელაზე“ და „ზემერელოზე“ საუბრისას მკვლევარი მიუთითებს, რომ იგი საბრძოლო ხასიათისაა.²⁹ **ამდენად, მკვლევარი მხოლოდ ცალკეული ფერხულის საკულტო დანიშნულებაზე საუბრობს, მსგავსი ფორმის ფერხულებს კი მიმოიხილავს როგორც საბრძოლო ან გასართობ საშუალებად.**

ქართლოს კასრამე სამსართულა ფერხულს მზის სიმბოლიკის დემონსტრაციად მიიჩნევს.³⁰ მზეს უკავშირებს გურულ ფერხულს აპოლონ წულაძეც, ნაშრომში „ეთნოგრაფიული გურია“.³¹

საინტერესოა, რამ განაპირობა ამ იდენტური ფორმის ფერხულთა შინაარსის ასეთი ვარიაციებით არსებობა? საინტერესოა ეს ფერხულები ნამდვილად ციხე-გალავენების გადასალახ საწვდრთნო-სავარჯიშო დანიშნულებას ატარებდნენ, როგორც ამას ზოგიერთი მკვლევარი მიიჩნევს? ვგონებთ, საფერხულო ტექსტებში აქა-იქ გაბნეული სიმბოლური მინიშნებები ნათელს მოჰყენენ ამ შეკითხვებს.

ი. ქავთარაძისა³² და ალ. ყაზბეგის³³ მიერ გადმოცემულ „აბარბარეს“ საფერხულო ტექსტში **ბარბარეს რაღაცის ჩამოყრას და გადმოყრას ევედრებიან. სავარაუდოა, რომ მას ზემოდან ქვემოთ ბარაქისა და ნაყოფის საკეთილდღეოდ წვიმის მოსვლას შესთხოვდნენ.** ამას ადასტურებს ბარბარეს მიმართ მიმართული თხოვნაც, რომელიც კახეთში, სიღნაღის რაიონის სოფელ ზემო მაჩხაანში, 1962 წელს ჩაწერილ ტექსტშია (მთქმელი ნ. ბიბილაშვილი) ნათქვამი: „ა, ბარბარე, ბარბარე, ცხრა ღრუბელი შაყყარე. ჩამოუშვი წვიმა, ჩამოუძეხ წინა. აღარ გვინდა გორახი, ღმერთო, გვინდა ტალახი!“³⁴

ჩვენს ყურადღებას იპყრობს ტექსტში ნახსენები **ა-ბარბარე.** მზე შუმერულ ენაზე წარმოითქმებოდა, როგორც ბარბარ. აკადემიკოს ივ. ჯავახიშვილისა³⁵ და ვ. ბარდაველიძის³⁶ სპეციალური კვლევის შედეგად დადასტურდა ქართული მზექალის ბარბარესა და შუმერული მზის ღვთაების „ბარბარის“ იდენტურობა. იგი, ერთი მხრივ, მიჩნეული იყო შინაური ცხოველების უზენაეს პატრონად, ასევე ქალთა მფარველად, სიცოცხლის, სიბოროს, ნაყოფიერების მიმნიჭებლად. ხოლო მეორე მხრივ, მოსავლიანობის მფარველად. როგორც გ. ჩიტაია ასკვნის, „მესაქონლეობის ღვთაებათა ფუნქციები, მზეს, როგორც მოსავლიანობის ბატონ-პატრონს, მიწათმოქმედების ხანის უძველეს ღვთაებას, გაზიარებული აქვს და მის გამგებლადაც ითვლება“.³⁷

აღსანიშნავია, რომ ბარბალობამ სვანეთში დღემდე მოაღწია სიმღერა **„ბარბალ დოლაშის“** სახელწოდებით.³⁸ იგი სრულდებოდა უქმე დღეებში ქალ-ღვთაება ბარბალესა და ლამარიას სახელზე. თოვლის კოშკის აგების შემდეგ, მის წინ მუხლს მოიყრიდნენ და ბარბალეს მოსავლის სიუხვესა და გამარჯვების მოპოვებას ევედრებოდნენ.

მურყვამობის დღესასწაულზე, რომელიც ნაყოფიერების ღვთაება კვირიასადმი იყო მიძღვნილი, თოვლის კოშკის წაქცევით არკვევდნენ მომავალი წლის მოსავლის ბედს. გარდა ამისა, ზე ჩატანებული თოვლის კოშკის ნგრევა, სიმბოლოა ზამთრის აღსასრულისა. როგორც ელ. ვირსალაძე გადმოგვცემს, მურყვამობის დროს მაღალ კოშკზე იმართებოდა **ორსართულიანი** ფერხულიც, რომელიც ბეთქილის უკანასკნელი სურვილის მოსაგონებლად სრულდებოდა.³⁹

ლ. იოსელიანის აღწერით სვანური **მირმინქელა** – სვიფზე, წმინდა ცაცხვთან სამჯერ თორმეტმა მამაკაცმა ჩააბა.⁴⁰

სვანური სართულებიანი ფერხულის თაობაზე საინტერესო ცნობას გვაწვდის მსოფლიო ეკოლოგიური აკადემიის აკადემიკოსი, ფსიქოლოგი ლეონიდ კიტაევ-სმიკი.⁴¹ რიტუალურ ფერხულზე საუბრისას იგი აღნიშნავს, რომ ქრისტიან სვანებთან დღესასწაულზე სტუმრობისას თავად გამხდარა მოწმე, თუ როგორ ასრულებდნენ თორმეტ-თორმეტი მამაკაცი სამ სართულად ფერხულს. მისი შეკითხვისთვის, თუ რას უნდა ნიშნავდეს ეს ფერხული, სვანებს უპასუხიათ: შენ თუ ჩვენს ეკლესიაში ნამყოფი ხარ, შეამჩნევდი იარუსებს, სადაც 12 ეპისტოლეა გამოსახული. აქ ცეკვავენ ისინი. მათი საუბრის მოსმენისას მეორე სვანი ჩართულა და უთქვამს, რომ ზედა რიგი, ეს მთის არწივებია, ზეციური სული; მეორე – მთის ცხვრები, მთის სული, ხოლო მესამე – ჩვენი ხარებია, რომლებიც მიწას ხნავენო.

სართულების ამგვარად განლაგებას მკვლევარი უკავშირებს სოციალურ და ტომობრივ იერარქიას. ჩვენ კი ვვარაუდობთ, რომ ამ ცნობაში კოსმოგონიურ იერარქიაზეა საუბარი. ვფიქრობთ, რომ სვანი ზედა წრეში, ზეციურ სულში გულისხმობდა ზეცას და იქ არსებულ ღვთაებებს, მეორეში – მთებში – ზეცასა და მიწას შორის არსებულ ფენას, ხოლო ქვედაში – მიწას. ამის გარდა, აღსანიშნავია, რომ ფერხულში შემსრულებელთა თორმეტკაციანი რგოლი

საკრალურობის მანიშნებელია, რომელიც ხშირად ფიგურირებს ქართულ საფერხულო ცეკვებში.

რიცხვი თორმეტი – ეს არის უმაღლესი წესრიგის, სისრულის და კეთილდღეობის განსახიზნება. მისი საშუალებით სტრუქტურულად ლაგდება სივრცე და დრო. იგი ასევე დაკავშირებულია წრესთან და ბორბალთან.

ფერხულის საწყისი **ფიგურა წრე** კი, როგორც ასტრალური ღვთაების მონოგრამა, აღნიშნავს მის სრულყოფილებას და მარადიულობას. იგი უძველესი მისტიკური სიმბოლოა, რომელიც ტრადიციულად ცას გამოხატავს. **ერთმანეთში ჩასმული რამდენიმე წრე** კი – კოსმოსს.⁴²

ჩვენთვის საინტერესო მასალას ვხვდებით ასევე **„ზემყრელოს“** ტექსტშიც.⁴³ მასში ნახსენები **პური, ქერი და თხოვნა უზენაესისადმი** ნაყოფიერების ღვთაებასთან კავშირს ამჟღავნებს. აქ ნახსენები სიტყვა **თოვლი და მზე კვლავ შეგვახსენებს ზამთრის დასასრულსა და ბუნების გამოცოცხლებას.**

სართულებიანი ფერხულების კოსმოგონიურ სიმბოლიკაზე საუბრისას მინდა, ყურადღება შევაჩერო ასევე ფერხულ **„ზემყრელოს“** სახელწოდებაზეც. ვვარაუდობთ, რომ **ქვე-** და **ზე-** მყრელო მხოლოდ ზემოდან ქვემოთ ჩამოყრის მნიშვნელობით არ არის ნახმარი, როგორც ეს ზოგიერთი ფერხულის შესრულების აღწერიდან იკითხება. ენათმეცნიერთა განმარტებით,⁴⁴ ტერმინი **ზემყრელო ნიშნავს – ზემოთ და ქვემოთ შეყრილ და ხელგაყრილ (ხელგადახვეულ) შემსრულებელთა** არსებობას საფერხულო ცეკვაში.

ყურადღებას იქცევს ქართველთა წარმოდგენები გარესამყაროს შესახებ. სივრცე როგორც ვერტიკალურ, ისე ჰორიზონტალურ ჭრილში რამდენიმე ერთეულად იყოფა და ძირითადად გამოჯნავს კაცთა, ღვთაებათა და სულთა საუფლოს. მსგავსი წარმოდგენები შენახულია დაპირისპირებაში „ზე“ და „ქვე“, რომელიც ციურისა და მიწიერის დაპირისპირებას გულისხმობს. ქართველთა წარმოდგენებში სამყაროს ვერტიკალურ ღერძზე არსებული **„ზესკნელი“**, ანუ, ცის სამყარო, ღვთაებათა საბრძანისია. როგორც ი. სურგულაძე განმარტავს: „ქვე მის საპირისპირო მნიშვნელობას ატარებს. როგორც კოსმოსის ნაწილი, იგი დაბლა სამყაროს უნდა უდრიდეს, რომლის თავგანისცემა მიწის, ნაყოფიერების კულტის სახით დამოწმებულია ქართველთა რიტუალურ პრაქტიკაში.“⁴⁵

ქართველთა კოსმოგონიური თვალთახედვით თუ ვიმსჯელებთ, სახელწოდება **„ზემყრელო“** კოსმიურ სიმბოლიკას უკავშირდება. ყოველივე ეს გვაფიქრებინებს, რომ **ფერხულის ზედა - ქვედა სართულები** ცასა და დედამიწას უნდა ასახავდეს.

აქვე აღვნიშნავ, რომ დ. ჯანელიძეს ფერხული **„სამყრელო“** რიტუალურად მიაჩნია. მისივე ცნობით, მესხეთში, სოფ. უდეს **„ბერობანაში“** ბოლო დრომდე ასრულებდნენ სამსართულა **„სამყრელოს“**.

გ. ცოცანიძის მიერ მოწოდებული ცნობით „ქორბელას“ სიმღერის ტექსტში ვხვდებით შემდეგ ფრაზებს: „...ზე ალვად ამოსულიყო“, „ზედა მოსხმიყო ყურძენი“..., ასევე **„ყმათალ უმატე გიორგი, ცხვარსალ უმატე, გიორგი, პურსალ უმატე, გიორგი...“**⁴⁶ და სხვ.

„ქორბელას“ ტექსტის მსგავს ვარიანტს გვაწოდებს პროფესორი ვერა ბარდაველიძე.⁴⁷ მისი გამოკვლევით, საწესო საფერხულო სიმღერათა ვარიანტებში აღბეჭდილია მოსავლიანობისა და გამრავლების მფარველი სათემო ღვთაების ე. წ. ღვთისშვილებისადმი მიმართვა.

გ. ცოცანიძე „ქორბელას“ სხვა ვარიანტის არსებობაზეც მიუთითებს, სადაც ფინალი განსხვავებულია: „შულტა ხატის ყორეზე ლუდიან ტიკს დადებს. „ქორბელას“ დაშლისთანავე ყველა მონაწილე ამ ტიკს მიაშურებს. ვინც მოასწრებს და ამ ტიკს მოიტაცებს, იგი მისია, ის ასმევს მექორბელთავეებს გამარჯვებისას“.⁴⁸ აღსანიშნავია, რომ ფერხულის ფინალში ლუდიანი ტიკის მოპოვება ერთგვარად სიმბოლურია. ლუდი ფიგურირებს გ. ცოცანიძის მიერ მოპოვებულ „ქორბელას“ სხვა ტექსტშიც: „პურსალ უმატე, გიორგი, თუ გინდან კოდნი სამსკენი“. ლუდის არსებობა დასტურდება ასევე მოხვეური „აბარბარეს“ ტექსტში და კომპოზიციაშიც. ფერხულის წრეში ერთი შემსრულებელი დგას და ლუდით უმასპინძლებს.⁴⁹

ლუდი ქართველ მთიელთა ყოფაში საკულტო სასმელი იყო და მისი რელიგიურ რიტუალში არსებობაც გასაკვირი არაა. აღმოსავლეთ საქართველოს მთიელებისთვის იგი, როგორც საკულტო სასმელი, რელიგიურ ცხოვრებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობდა.

ამრიგად, ჩვენ მიერ მოპოვებულ მასალებში თვალნათლივ იკვეთება კოსმოგონიური სიმბოლიზმისა და ნაყოფიერების კულტის კვალი. ვვარაუდობთ, რომ თავდაპირველად

სართულებიანი ფერხულები საქართველოში მიძღვნილი იყო ასტრალური სიმბოლიკით შემკული, მიწის, როგორც ნაყოფიერების დედაღვთაების, მზისადმი პატივსაცემად. ჩვენ არ უარვყოფთ დღემდე მოღწეული სართულებიანი ფერხულების ტექსტებში საბრძოლო ხასიათის არსებობას, მაგრამ ვფიქრობთ, რომ ეს უფრო გვიან პერიოდის შესული უნდა იყოს, როდესაც კულტმა მნიშვნელობა და შესაბამისად, ფერხულმაც რიტუალური დატვირთვა დაკარგა.

განსახილველ ფერხულთა წრიული, სართულებიანი ფორმა ციხე-კოშკს მოგვაგონებს. კლშკი ქართველთა ყოფაში საკმაოდ გავრცელებული სტრუქტურული ნაგებობაა და მისი, როგორც საკულტო ნაგებობის დანიშნულების შესახებ, არაერთი ცნობა დაცული მატერიალურ-კულტურულ ძეგლებში. მისი სიმბოლური დატვირთვა ჩვენი წინაპრების წინაქრისტიანულ რწმენა-წარმოდგენებში უნდა ვეძიოთ.

კოშკი ნახსენებია ცნობილ ამირანის ეპოსში, სადაც ყამარის უკარო, ცაზე დაკიდებულ კოშკზეა საუბარი. კოშკი ასევე ხშირად გვხვდება ქართულ ხალხურ ზღაპრებში, სადაც მზეთუნახავი ლამაზმანები არიან გამოძვდებულნი. ციხე-კოშკმა სულეთზე არსებულ ფშავ-ხევსურთა წარმოდგენებშიც პოვა გამოხატულება. ხალხის რწმენით, სულეთში არსებულ ციხემდე მიღწეული სულები ყოველდღე ასრულებდნენ მის გარშემო ცეკვას.⁵⁰ საინტერესო მასალაა დაცული ლეგენდაში კოპალას სალოცავის დაარსების შესახებ,⁵¹ საიდანაც ირკვევა, რომ ახალგაზრდა ქალ-ვაჟს კარატის წვერზე ციდან დაშვებული თასი და ვერცხლის ჯაჭვი შეუნიშნავთ, რომელიც იმავე ადგილას მიწაში ჩაუფლავთ და ზედ პატარა კოშკი, ლიქოქში კი სამლოცველო აუშენებიათ. ამდენად, კოშკი ზეციურ სამყაროსთან პირდაპირ კავშირშია. ის სიმბოლოა ღვთიური ნივთების სადგომისა და ამ შემთხვევაში მას არანაირად საბრძოლო დანიშნულება არ გააჩნია.

ამავე მნიშვნელობით განიხილავს ი. სურგულაძე კოშკს, რომელიც ხისა და ამ უძველესი ნაგებობის სიმბოლიკის კოსმოგონიურ ბუნებაზე მიუთითებს.⁵²

ვ. ითონიშვილი კოშკის შესახებ წერს: „მოხვევები საცხოვრებლად, მარაგის შესანახად, საქონლის სადგომად და თავის დასაცავად იყენებდნენ კოშკური მოყვანილობის მრავალსართულიან სახლებსაც. ციხე-სახლები ხევის ყველა სოფელში მდგარა“.⁵³ ერთ-ერთი ასეთი

კოშკის ბანზე, ოთხივე კუთხეში, ხელოვნურად გამოთლილ მრგვალ ქვებზე ჯიხვის რქები ყოფილა დაწყობილი.

ყურადღება მივაქციოთ სიტყვებს, კოშკური მოყვანილობის მრავალსართულიანი სახლი, ასევე მრგვალი კვა (მრგვალი – ასტრალური სიმბოლო) და მასზე ჯიხვის რქები – ნაყოფიერების სიმბოლო. დამეთანხმებით, ასეთი სიმბოლიკით მორთული კოშკი საკულტო ნაგებობის იერს იღებს და უდიდეს მსგავსებას ავლენს ჩვენს საკვლევ ობიექტთან.

მეცნიერი გ. ჩიტაია მიუთითებს, რომ კოშკი დამახასიათებელია სვანური სახლისთვის, რომელსაც სვანურად ქორ ეწოდება.⁵⁴ სვანური ქორ ორი სართულისაგან შედგება. ავტორი იქვე აღნიშნავს, რომ მისი შესწავლისას აუცილებელია, ყურადღება მიექცეს მის არა მხოლოდ ყოფით და საბრძოლო, არამედ რელიგიურ დანიშნულებასაც. ამდენად, გ. ჩიტაია მიუთითებს ქორის საკულტო დანიშნულებაზე.

ალბათ, არც ის არის შემთხვევითი, რომ სვანურად სახლს ქორ ეწოდება და თუშეთში არსებულ ორსართულიან ფერხულს კი – „ქორ-ბელელა“, ანუ, ორსართულიანი სახლი ან კოშკი ბელლით.

ცნობილია, რომ ქართველ მთიელთა სალოცავებში დროშა მთავარ საკულტო შენობაში „ბელელში“ იყო დასვენებული. არსებობდა სპეციალური ნაგებობა, „დროშათ საბრძანი კოშკი“,⁵⁵ სადაც დროშას ამაგრებდნენ დღესასწაულებისას. აღნიშნულ ცნობაშიც კოშკი წმინდა ნივთების, კერძოდ კი, დროშის დროებით სადგომად გვევლინება. რაც შეეხება მის მუდმივ სამყოფელს, ის ბელელია.

ქორბელელა ორი სიტყვისაგან შემდგარი კომპოზიტი, განმარტავს ი. აბულაძე. ქორი ძველ ქართულში ზედა სახლს, ზედა სართულს ნიშნავს, ხოლო ქორელი ქორიანს, ზედა სართულიანს.⁵⁶ ბელელი – სიუხვის სიმბოლოა, ქორბელელა კი სახლის სიუხვის, საქონლის გამრავლების და მოსავლიანობის სიმბოლო.

„ქორბელელა“ რომ რიტუალური ფერხულია და მას ნაყოფიერების კულტთან კავშირი აქვს, თითქმის ყველა მკვლევარი ერთხმად აღიარებს. ის, როგორც საწესო ფერხული, მკაცრად დაცული რიტუალობით ვლინდება და მასში უფრო სრულადაა შემონახული საკულტო მსახურების კვალი, რასაც ვერ ვიტყვით სტრუქტურულად ანალოგიურ ფერხულებზე. მაგრამ ფაქტია, რომ მსგავსი ფორმის სხვა ფერხულებიც თავისი ასტრალური სიმბოლიზმით, პირდაპირ

უკავშირდებიან ნაყოფიერების საწყისს – მზეს, რაც მტკიცდება მათ სტრუქტურულ ფორმაში, სახელწოდებაში და ტექსტობრივ მასალაში შემორჩენილი ნიშნებით:

1). მოხეური ფერხულის „აბარბარეს“ სახელწოდება პირდაპირ მიუთითებს მოსავლიანობის მფარველ მზე-ქალ ბარბარესთან კავშირის შესახებ. ფერხულის ქვეტექსტიდან იკითხება, რომ ღვთაება ბარბარეს ბარაქისა და ნაყოფის საკეთილდღეოდ წვიმის მოსვლას შესთხოვდნენ.

2). თუშური „ქორბელელა“ ხატში სრულდებოდა და მისი შესრულებისას თუში თავის მომავალს იკვლევდა. მისი რიტუალობა სასიმღერო ტექსტიდანაც ირკვევა. რაც შეეხება მის სახელწოდებას, „ქორბელელა“ სახლის სიუხვის, საქონლის გამრავლების და მოსავლიანობის სიმბოლოა.

3). მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია თუშურ და მოხეურ ფერხულებში ლულის, როგორც საკულტო სასმელის, არსებობის ფაქტიც.

4). სვანური სართულებიანი ფერხული „მირმინქელა“ – სვიფზე, წმინდა ცაცხვთან სრულდებოდა. ხე კი როგორც უკვე აღვნიშნეთ, სიცოცხლის სიმბოლოა. ამის გარდა, ის კვირიას საღიდეგელი რიტუალის ნაწილიც იყო. ასევე ვფიქრობთ, რომ ლეონიდ კიტაევ-სმიკის სვანური ფერხულის შესახებ მიერ მოწოდებულ ცნობაში კოსმოგონიურ იერარქიაზეა საუბარი.

5). ის ფაქტი, რომ მესხეთში, ნაყოფიერების რიტუალში, ბერიკაობაში, აბაჟენ სამსართულა „სამყრელოს“, კიდევ ერთხელ მიუთითებს ამ ფერხულების ნაყოფიერების კულტთან კავშირზე.

6). პროფესორი ლილი გვარამაძის განმარტებით, ფერხულის „მადლი მახარობელის“ ტექსტში გაზაფხულისა და ზამთრის ბრძოლა აისახებოდა.

7). აღსანიშნავია ასევე, რომ ფერხული „ზემყრელოც“ ნაყოფიერებისა და ციური ღვთაებისადმი მიძღვნილი, რაც დასტურდება როგორც ტერმინით, ასევე სასიმღერო ტექსტით. მასში ნახსენები პური, ქერი, მზე, თოვლი ამის მაგალითია. ეს უკანასკნელი პარალელს პოულობს მურყვამის სვანურ კოშკთან, რომელიც ნაყოფიერების ღვთაება კვირიასადმი იყო მიძღვნილი. ქართველთა კოსმოგონიური თვალთახედვით თუ ვიმსჯელებთ, სახელწოდება „ზემყრელოც“ კოსმიურ სიმბოლიკას უკავშირდება. შესაძლოა, ფერხულის ზედა - ქვედა სართულები ცასა და დედამიწას ასახავდეს.

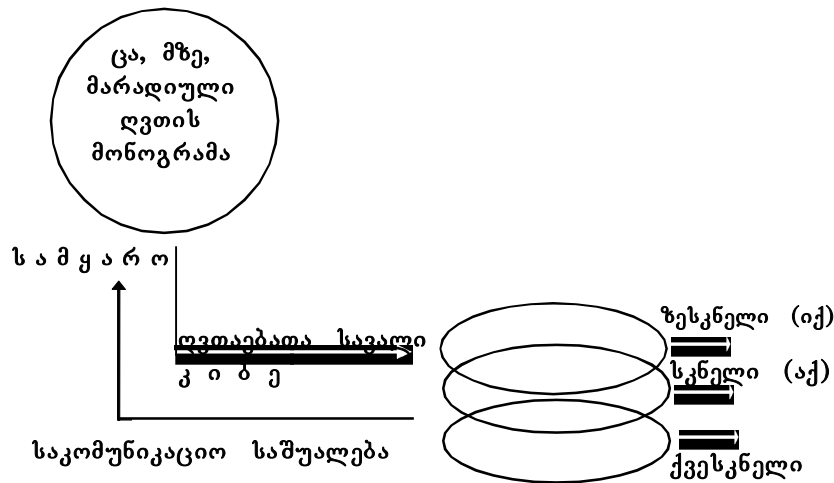
ერთიანი სიმბოლოს სხვადასხვა ვარიანტით გააზრებას, რაც ამ ფორმის ფერხულთა სხვადასხვაგვარ შინაარსობრივ დატვირთვას

გულისხმობს, შემდეგნაირად ავხსნით: როგორც ჩანს, აქ საქმე გვაქვს სიმბოლოს, როგორც ერთიანი ნიშნის, იმ თვისებასთან, რასაც შინაარსის გამქრქალეობა, გაუფერულება ეწოდება. სავარაუდოდ, სიმბოლოს თავდაპირველმა შინაარსმა თავისი აქტუალობა დაკარგა და თანდათან მას სხვა, კერძოდ საბრძოლო შინაარსი, საბოლოოდ კი გართობა-თამაშობის სახელა შემორჩა. ფორმა კი როგორც მოგეხსენებათ უცვლელი დარჩა, რაც უცილობლად ასე იქნებოდა სიმბოლოს თვისებიდან გამომდინარე.

იარუსებიანი ფერხულების სტრუქტურული ფორმა არა საბრძოლო არამედ, საკულტო დანიშნულების კოშკის სიმბოლოა (რის გამოც ზოგიერთი მკვლევარი შეცდომაში შედის). ქართული ლეგენდებიდან და მითოსიდან ირკვევა, რომ კოშკი ზეციურ სამყაროსთან პირდაპირ კავშირშია. ამდენად, აღნიშნულ ფორმაში მისი ასტრალური სიმბოლიზმი იკვეთება.

სართულების პრინციპით აგებული წრიული ფერხულის სივრცითი განფენილობა (ვერტიკალური და ჰორიზონტალური ფორმა), მსგავსებას პოულობს ქართველთა კოსმოგონიურ მსოფლმხედველობასთან. სავარაუდოდ, ფერხულის ზედა - ქვედა სართულები ცასა და დედამიწას უნდა ასახავდეს. იგივე შეიძლება ითქვას სამსართულიანი კომპოზიციის შემთხვევაშიც: ზესკნელი, სკნელი და ქვესკნელი. ჩვენი ვარაუდით, სართულებიანი ფერხული სამყაროს მოდელია, ქართველთა მიერ სამყაროს აღქმის თავისებური მოდელი. იგი იმავედროულად ზე და ქვე სამყაროთა შორის, საკომუნიკაციო, დამაკავშირებელ ფუნქციასაც ასრულებდა, როგორადაც მოიაზრება ქართულ მითოსში წმინდა ხე, დედაბოძი და სხვ. ის ღვთაებათა სავალი კიბეა და შესაძლოა მათი მიწიერი სადგურის სიმბოლოც. ღვთაება კი ასტრალური სიმბოლიზაციით შემკული მიწის, საწყისის დედა - მზე – არის.

სართულებიანი ფერხულის სტრუქტურული ფორმა სამყაროს მოდელია



დასასრულს დავძენთ, რომ სართულებიანი ფერხულის სიმბოლური ფორმის ამგვარი გააზრება, რაც მის სამყაროსეულ მოდელად აღქმას გულისხმობს, პირველია და მსგავსი დეკოდირება ქართული ქორეოგრაფიის მკვლევართა არცერთ ნაშრომში არ არის.

1. ლ. გვარამაძე, ქართული საცეკვაო ფოლკლორი, მეორე გამოცემა, თბ., 1997. გვ. 24.

2. ქს. სიხარულიძე, ელ. ვირსალაძე, თ. ოქროშიძე, ქუთაისისა და ტყიბულის რაიონებში 1951 წლის სამეცნიერო-ფოლკლორული ექსპედიციის ანგარიში, ლიტერატურული ძეგანი, ტ. VIII, თბ., 1953. გვ. 398.
3. დ. ჯანელიძე, სახიობა, წერილების კრებული, წიგნი IV. თბ., 1990. გვ. 118-119.
4. ლ. გვარამაძე, ქართული საცეკვაო ფოლკლორი, მეორე გამოცემა, თბ., 1997. გვ. 22.
5. eufyjd V. Jctnbycrbt yfhjlyst nfyws. Cnfhbybhb. 1957. gv. 8-10
6. ckfybidbkb I. Yfhjlyfz nfyctdfkmyfz vepsrfd c, . `Uhepbycrfz vepsrfkmyfz reknehf~. V. 1957. gv. 7
7. ვ. ბარდაველიძე, აღმოსავლეთ საქართველოს ქართველი მთიელების სასულიერო ტექსტები: მასალები საქართველოს ეთნოგრაფიისათვის, ნაკვ. I. ტფ., 1938. გვ. 7
8. დ. ჯანელიძე, სახიობა, წერილების კრებული, წიგნი IV. თბ., 1990. გვ. 8
9. იხ.: თათარაძე ავ. ქართული ხალხური ცეკვების მოკლე მიმოხილვა, თბ., 1974; ქართული ხალხური ქორეოგრაფიის ისტორიის საკითხები, თბ., 1999; ქართულ ცეკვათა განმარტებანი, თბ., 1986.
10. იხ.: ლ. გვარამაძე, ქართული საცეკვაო ფოლკლორი, მეორე გამოცემა, თბ., 1997.
11. იხ.: რ. ერისთავი, ფოლკლორულ ეთნოგრაფიული წერილები, გამოსაცემად მოამზადა, წინასიტყვაობა, შენიშვნები და კომენტარები დაურთო თ. ჯოგოდნიშვილმა, თბ., 1986.
12. იხ.: გ. სვანიძე, ქართული ხალხური სიმღერები და თქმულებები, თბ., 1957.
13. იხ.: ბ. ნიჭარაძე (თავისუფალი სვანი), ისტორიულ-ეთნოგრაფიული წერილები, I. თბ., 1962.
14. იხ.: პ. უმიკაშვილი, ხალხური სიტყვიერება, ნაწ. I, თბ., 1937.
15. იხ.: თ. მამალაძე, სვანური საწესო სიმღერების სტრუქტურა. მასალები საქართველოს ეთნოგრაფიისათვის, XVI-XVII, თბ., 1972.
16. იხ.: ი. ქავთარაძე, ქართული ენის მოხეური დიალექტი, თბ., 1985.
17. იხ.: აბ. წულაძე, ეთნოგრაფიული გურია, თბ., 1997.
18. იხ.: ს. მაკალათია, თუშეთი, თბ., 1983.
19. იხ.: გ. ცოცანიძე, გიორგობიდან გიორგობამდე (ეთნოგრაფიული ექსკურსები თუშეთის ახლო წარსულში), თბ., 1987; ფერხულები და საფერხულო სიმღერების ტექსტები აღმოსავლეთ საქართველოს მთიანეთში, თბილისის კულტურის სახელმწიფო ინსტიტუტის შრომები, ტ. I.
20. იხ.: ნ. მაისურაძე, ქართული ხალხური მუსიკა და მისი ისტორიულ ეთნოგრაფიული ასპექტები, თბ., 1989.
21. იხ.: გ. ცოცანიძე, ფერხულები და საფერხულო სიმღერების ტექსტები აღმოსავლეთ საქართველოს მთიანეთში, თბილისის კულტურის სახელმწიფო ინსტიტუტის შრომები, ტ. I.

22. ვ. ბარდაველიძე, აღმოსავლეთ საქართველოს ქართველი მთიელების სასულიერო ტექსტები: მასალები საქართველოს ეთნოგრაფიისათვის, ნაკვ. I. ტფ., 1938. გვ. 9.
23. ი. ქავთარაძე, ქართული ენის მოხეური დიალექტი, თბ., 1985. გვ. 202.
24. იხ.: აპ. წულაძე, ეთნოგრაფიული გურია, თბ., 1997.
25. იხ.: გ. ცოცანიძე, გიორგობიდან გიორგობამდე (ეთნოგრაფიული ექსკურსები თუშეთის ახლო წარსულში), თბ., 1987.
26. ავ. თათარაძე, ქართულ ცეკვათა განმარტებანი, თბ., 1986. გვ. 12.
27. ვ. ბარდაველიძე, სიცოცხლისა და სიუხვის ხე ქართველთა სარწმუნოებაში, საქართველოს ეთნოგრაფიის საკითხები, XIV. თბ., 1968. გვ. 47.
28. ლ. გვარამაძე, ქართული საცეკვაო ფოლკლორი, მეორე გამოცემა, თბ., 1997. გვ. 24.
29. იქვე: გვ. 26.
30. ქ. კასრაძე, ტრიუმფით მსოფლიოს გზებზე, თბ., 1971. გვ. 14.
31. აპ. წულაძე, ეთნოგრაფიული გურია, თბ., 1997. გვ. 98.
32. ი. ქავთარაძე, ქართული ენის მოხეური დიალექტი, თბ., 1985. გვ. 161.
33. აღ. ყაზბეგი, თხზულებანი, ტ. V, თბ., 1950. გვ. 47.
34. ი. გაგულაშვილი, ქართული მაგიური პოეზია, თბ., 1986. გვ. 221.
35. იხ.: ივ. ჯავახიშვილი, ქართველი ერის ისტორია, თბ., 1940.
36. იხ.: ვ. ბარდაველიძე, ქართველთა უძველესი სარწმუნოების ისტორიიდან, თბ., 1941.
37. გიორგი ჩიტაია, IV საუნივერსიტეტო ლექციების კურსი ეთნოგრაფიაში, გამოსაცემად მოამზადეს ზ. წერეთელმა და თ. ცაგარეიშვილმა, თბ., 2001. გვ. 224.
38. ვ. ახოძაძე, ქართული (სვანური) ხალხური სიმღერების კრებული, თბ., 1957. გვ. 11.
39. ელ. ვირსალაძე, ზემო სვანეთში ფოლკლორული მივლინების მოკლე ანგარიში, ლიტერატურული ძეგანი, VIII, თბ., 1953. გვ. 386-387.
40. ლ. გვარამაძე, ქართული საცეკვაო ფოლკლორი, მეორე გამოცემა, თბ., 1997. გვ. 22.
41. А Китаев-Смык, Мусульманский “зикр”, христианский “богослужебный круг” и соляные хороводы. www.kitaev-smyk.ru
42. Энциклопедия «Символы, знаки, эмблемы», www.slovari.yandex.ru
43. გ. სვანიძე, ქართული ხალხური სიმღერები და თქმულებები, თბ., 1957. გვ. 24.
44. ბ. ცხადაძე, ზემყრელო, ხელნაწერი
45. ი. სურგულაძე, ქართული ხალხური ორნამენტის სიმბოლიკა, თბ., 1993. გვ. 202.

46. გ. ცოცანიძე, ფერხულები და საფერხულო სიმღერების ტექსტები აღმოსავლეთ საქართველოს მთიანეთში, თბილისის კულტურის სახელმწიფო ინსტიტუტის შრომები, ტ. I. გვ. 224-234.
47. ვ. ბარდაველიძე, აღმოსავლეთ საქართველოს ქართველი მთიელების სასულიერო ტექსტები: მასალები საქართველოს ეთნოგრაფიისათვის, ნაკვ. I. ტფ., 1938. გვ. 40-47.
48. გ. ცოცანიძე, ფერხულები და საფერხულო სიმღერების ტექსტები აღმოსავლეთ საქართველოს მთიანეთში, თბილისის კულტურის სახელმწიფო ინსტიტუტის შრომები, ტ. I. გვ. 224-234.
49. ი. ქავთარაძე, ქართული ენის მოხეური დიალექტი, თბ., 1985. გვ. 161.
50. გ. კოპალეიშვილი, „სამზეო და სულეთი“ ფშავ-ხევსურთა წარმოდგენების მიხედვით. მასალები საქართველოს ეთნოგრაფიისათვის, ტ. XXIII. თბ., 1987. გვ. 161.
51. თ. ოჩიაური, მითოლოგიური გადმოცემები აღმოსავლეთ საქართველოს მთიანეთში, თბ., 1957. გვ. 160.
52. ი. სურგულაძე, ქართული ხალხური ორნამენტის სიმბოლიკა, თბ., 1993. გვ. 183-192.
53. ვ. ითონიშვილი, „ხევი ძველად და ახლად“, თბ., 1967. გვ. 41.
54. გიორგი ჩიტაია, IV საუნივერსიტეტო ლექციების კურსი ეთნოგრაფიაში, გამოსაცემად მოამზადეს ზ. წერეთელმა და თ. ცაგარეიშვილმა, თბ., 2001. გვ. 170.
55. თ. ოჩიაური, მითოლოგიური გადმოცემები აღმოსავლეთ საქართველოს მთიანეთში, თბ., 1957. გვ. 129.
56. იხ.: იქვე.

თამარ მუნჯიშვილი
მაგისტრატურის II კურსი
თემის ხელმძღვანელი - ოლეგ ალავიძე

ქორეოგრაფიაში საბავშვო რეპერტუარის საკითხისათვის

ქართულ საცეკვაო ფოლკლორს უადრესად დიდი ისტორიული წარსული აქვს. ამის დასტურია ჩვენამდე მოღწეული მრავალი ნიმუში, რომელმაც საუკუნეებს გაუძლო. ეს კი თაობიდან თაობაზე გადაცემის ხარვეზს მოხდა. ხშირად ისმის კითხვა – ვითარდება თუ არა ქართული ქორეოგრაფია? ამ კითხვაზე შეიძლება გაიცეს დადებითი პასუხი. მითუმეტეს დღეს, როცა ქართული ცეკვების შესწავლის მსურველთა რაოდენობა სულ უფრო და უფრო იზრდება, როცა არასოდეს ჩვენში არ უმუშავია ამდენ საბავშვო კოლექტივს. მაგრამ, მიუხედავად კოლექტივთა სიმრავლისა, ხშირად ისინი არსებითად არაფრით განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან. ჩამოყალიბდა ერთგვარი საერთო, ყველგან და ყველასათვის მისაღები რეპერტუარი, რომელიც სრულდება თითქმის ყველა საკონცერტო გამოსვლაში. შეიქმნა ცალკეული ცეკვები, რომელთა შესრულებაც „საკმარისი“ აღმოჩნდა თითქმის ყველა საბავშვო კოლექტივისათვის, რათა გამოვიდნენ სხვადასხვა კონცერტებზე, მონაწილეობა მიიღონ უცხოეთში გამართულ ფესტივალებში. ხშირად სწორედ ეს გარემოებები ხდება მიზეზი ბავშვის ცეკვის შემსწავლელ წრეზე მიყვანისა. მშობელი მიზნად ისახავს, რომ მისი შვილი რაც შეიძლება ხშირად იხილოს სცენაზე და იმოგზაუროს საზღვარგარეთ. აქ კი თავს იჩენს ახალი პრობლემა: არის თუ არა ბავშვი მზად სცენაზე გასასვლელად და ასრულებს თუ არა იგი მისი ასაკისათვის შესაფერის, ანუ საბავშვო რეპერტუარს. ეს მეტად პრობლემატური საკითხია, რომლის გადაჭრაც მრავალ ასპექტზეა დამოკიდებული. პირველ რიგში კი პედაგოგიურ კადრებზე. დღეს ქორეოგრაფობს ყველა, ვისაც ოდესმე უცეკვია და ახსოვს თუ როგორ სრულდება ესა თუ ის ილეთი, როგორი სახე აქვს ამა თუ იმ ცეკვას და ა. შ. ბევრი მათგანისათვის სრულიად უცხოა ისეთი საკითხები, როგორიცაა ქორეოგრაფიული აზროვნება, ინდივიდუალიზმი და, რაც მთავარია, სხვადასხვა ასაკობრივ ჯგუფთან მუშაობის თავისებურებანი. ეს კი მეტად მნიშვნელოვანი საკითხია, რადგან საქმე გვაქვს ბავშვთან,

მის ფიზიოლოგიასთან და ფსიქოლოგიასთან. აქ დაშვებული უხეში შეცდომა კი შეიძლება საბედისწერო აღმოჩნდეს. სწორედ ამიტომ საჭიროა საბავშვო ქორეოგრაფიის სპეციალისტთა მაღალი კვალიფიკაცია, ღრმა ცოდნა არა მარტო თავისი სპეციალობით, არამედ ბავშვის ფსიქოლოგიისა და ფიზიოლოგიის მხოლოდ ამ შემთხვევაში შეიძლება უმტკივნეულოდ მივიღოთ სასურველი შედეგი.

ქართულ ფოლკლორში საბავშვო ცეკვა-თამაშობანი მრავლად მოიპოვება. ნიჭიერ და მოაზროვნე ქორეოგრაფს კი არ უნდა გაუჭირდეს მათი სასცენოდ დამუშავება და დღევანდელ მოთხოვნებთან მორგება.

მოკლედ განვიხილოთ, თუ რა მდგომარეობაა ამ მხრივ ქართულ საისტორიო ყოფასა და ტრადიციებში. სამწუხაროდ, ბოლომდე არაა შესწავლილი, თუ რა ტიპის ცეკვებს იყენებდნენ ძველად მომავალი თაობის აღზრდისათვის, მათი გაწვრთნისათვის. აქ გასათვალისწინებელია სხვადასხვა პერიოდში ქვეყნის რეალური ყოფა, არსებული პრობლემები. სავარაუდოა, რომ ძველად უთუოდ გამოყენებული იქნებოდა სანადირო, სპორტული და შრომითი, რიტუალური ცეკვები. ეთნოგრაფები იმასაც აღნიშნავენ, რომ მრავალ საბავშვო თამაშში შემონახულია ადამიანის ასტრალური წარმოდგენები, მათი გამოცდილება, ზნე-ჩვეულებები. ქართული ფოლკლორის არაერთი ნიმუში ადასტურებს, რომ ჩვენში გავრცელებული თამაშები მოზარდს ამზადებდნენ ცხოვრებისათვის, აწრთობდა როგორც ფიზიკურად, ასევე სულიერად, აძლევდა სამომავლოდ გამოსაყენებელ ცოდნას.¹

პროფესორი ალექსანდრე ცაბაძე აღწერს ერთ-ერთ საბავშვო თამაშობას, სადაც ცეკვის ელემენტებიც გვხვდება. ეს თამაშობა შრომასთანაა დაკავშირებული: „ბავშვების გუნდი ზის მდელოზე. ერთი მათგანი ლექსად სვამს კითხვას და დანარჩენები ასევე ლექსად პასუხობენ, შეპასუხების დროს ბავშვები ასრულებენ სათანადო რითმულ მოძრაობებს. ლექსი საკმაოდ გრძელია და მასში ასახულია მთელი სურათი სიმინდის მოყვანისა – დათესვიდან დაფქვამდე და გამოცობამდე“.²

აკაკი წერეთელი თავისი ბავშვობიდან იგონებს: „ქართველებისოდენა სხვადასხვა სათამაშო არც ერთ ხალხს არა აქვს და ყოველგვარი სათამაშოც უთუოდ ისეთია, რომელიც ჭკუა-გონებასა და სხეულს სწვრთნის, ავარჯიშებს... დაეასახელებ მხოლოდ ბურთაობას. აბა რომელი „გიმნასტიკა“ შეედრება მას? ბურთაობის დროს თვალი, ფეხი, ხელი, თავი, ტანი და ყველაფერი თანასწორად ეჩვევა სიმარდეს“.³

ცნობილია ის ფაქტიც, რომ მოზარდები აქტიურად მონაწილეობდნენ ისეთ თეატრალიზებულ სანახაობებში, როგორიცაა: „ბერიკაობა“, „გონჯაობა“, „ცხენაობა“, „ლაზარობა“, „აქლემაცობა“ და სხვა.

ილია ჭავჭავაძე თავის ერთ-ერთ წერილში „პედაგოგიის საფუძვლები“ წერს: „ტანის და აგებულების ვარჯიშობას დიდი ადგილი უჭირავს: ბურთობა, კენჭობა, ცხენზედ ჯდომა, ცურვა, ჭიდაობა – ყოველივე ეს საჭიროდ უნდა იქნეს დანახული“.⁴

ქორეოგრაფიის მკვლევართა მიერ (დ. ჯანელიძე, ა. თათარაძე, ლ. გვარამაძე) გამოითქვა აზრი, რომ ახალგაზრდების ესთეტიკური განვითარების მიზნით ტრადიციული ცეკვა-თამაშობანი დიფერენცირებული სახით უნდა ყოფილიყო გამოყენებული. ჯერ კიდევ სულხან-საბა ორბელიანი ამბობდა, რომ ჭაბუკთათვის განკუთვნილ ცეკვა-მოდრობებს „ფუნდრუკი“ ერქვა, ხოლო ქალებისათვის განკუთვნილს, შედარებით შერბილებულ მოძრაობებს – „ხუნტრუკი“. მისივე განმარტებებში ვხდებით ისეთ ტერმინებს, როგორიცაა: „ბასტი“, „ბუქნა“, „კოჭა“, საკუთრივ „ცეკვა“, ანუ ფეხის ცერებზე დგომა და სხვ.

ვაჟების აღზრდისათვის გამოიყენებოდა საწვრთნელ-სავარჯიშო, სპორტთან დაკავშირებული თამაშობანი: „ჩოგანბურთი“, ანუ „ცხენბურთი“, „ისინდი“, „ყაბახობა“, „მკერდაობა“, „მარულა“, აგრეთვე „ლელო“, „ჭიდაობა“, „ლანტის ცემა“ და სხვ.⁵

ხელოვნების როლზე ბავშვის აღზრდაში საუბრობს იაკობ გოგებაშვილი: „ხალხის განვითარება და გაძლიერება ყოველად შეუძლებელია ეროვნული პრინციპების გარეშე. ისტორიაში ვერ მოძებნით ერთ მაგალითს, რომ ერს ეღალატნოს თავისი ეროვნებისათვის, ეროვნული კულტურისათვის და არ გახრწნილიყოს, არ აღმოფხვრილიყოს. ჩვენდა სამწუხაროდ, ქართველებს ნაკლებად ესმით ეროვნული პრინციპების მნიშვნელობა და ხშირად ღალატობს მას და ამით იმზადებს შავბნელ მომავალს. ამ ძირითად საკითხს ჩვენ ბევრ წერილში ვმართავთ და მკითხველს თვალწინ ვუდგენთ იმ სასიკვდილო შედეგს, რომელიც მოჰყვება ეროვნული პრინციპების ღალატს“.⁶ ამ წერილიდან ნათლად ჩანს, თუ რა მნიშვნელობას ანიჭებდა იაკობ გოგებაშვილი ტრადიციული ქართული კულტურის, ფოლკლორის შესწავლას.

აღსანიშნავია ცნობილი ქართველი ეთნოგრაფის გრიგოლ ნათაძის დამსახურება ქართული ტრადიციული თამაშობების შენახვის საქმეში. მან იმოგზაურა მთელ საქართველოში, ჩაიწერა მრავალი საბავშვო

თამაშობა და ეს მასალები შემდგომში წიგნდაც გამოცა. ასე რომ, ქართულ ფოლკლორში არსებული საბავშვო თამაშების ნიმუშები ნამდვილად იძლევა იმის რეალურ შესაძლებლობას, რომ შეიქმნას და დამუშავდეს საბავშვო ცეკვები. ნიჭიერი შემოქმედის მიერ შექმნილი ამგვარი საცეკვაო ნიმუშები კი, დარწმუნებული ვარ, თავის საპატიო ადგილს დაიმკვიდრებს ბავშვთა კოლექტივების რეპერტუარში.

ადამიანის საერთო განვითარება, როგორც ვიცით, მის ფიზიკურ სრულყოფასაც გულისხმობს. სწორედ ამიტომაც შემონახული ძველად არსებული ამგვარი თამაშობანი, რომლებიც უშუალოდ ფიზიკურ სრულყოფას ემსახურებოდა. მაგრამ ფიზიკური სრულყოფა იშვიათად გვხვდება სულიერ და ზნეობრივ სრულყოფასთან განუყრელად. ამიტომ, ცეკვა შეიძლება განვიხილოთ, არა მარტო როგორც ფიზიკური წვრთნისა და ჯანსაღი სხეულის აუცილებელი პირობა, არამედ სულიერი, ესთეტიკური და ზნეობრივი სრულყოფის ერთ-ერთი აუცილებელი კომპონენტი.

ხელოვნების ყველა დარგს გააჩნია რეპერტუარი, რომელიც უშუალოდ ბავშვებისთვისაა განკუთვნილი. მაგალითად, ბავშვი თეატრში თამაშობს წითელქუდას, კომბლეს და არა ოტელოს და ჰამლეტს, ბავშვი მღერის საბავშვო სიმღერებს და არა უფროსებისათვის განკუთვნილ რომანსებს, ბავშვი უკრავს საბავშვო ნაწარმოებებს, კითხულობს საბავშვო ლიტერატურას და ა. შ. რა თქმა უნდა, არის გამონაკლისი შემთხვევები, როცა ეს პირობა არ სრულდება. სწორედ მისი შეუსრულებლობა იწვევს სანახაობის არაესთეტიკურობას და გაუმართლებლობას. ყველა დარგში ბავშვისათვის განკუთვნილი რეპერტუარი გათვლილია მათ შესაძლებლობაზე, როგორც ფიზიკურზე, ისე გონებრივზეც.

ქორეოგრაფს, როგორც პედაგოგს, ურთიერთობა უხდება ბავშვებთანაც და მოზარდებთანაც. ქვედა ზღვარი, როცა ბავშვი საცეკვაო ანბანის გაცნობას იწყებს, გადის საბავშვო ბაღის ასაკზე, თუმცა ასევე ხშირია ცეკვის შესწავლა დაწყებითი სკოლის პერიოდში. ეს კი არის ასაკი, როცა ძალიან ინტენსიურად იზრდება, ყალიბდება და ვითარდება ფიზიკურადაც და გონებრივადაც, ზნეობრივადაც და ესთეტიკურადაც. აქ გასათვალისწინებელია კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი გარემოება – სხვადასხვა ბიოლოგიური ასაკის ბავშვი განსხვავებულად რეაგირებს სასწავლო, შრომით და სპორტულ დატვირთვაზე. ჩვენში მოქმედ საბავშვო ანსამბლებში წესად იქცა ე. წ. საუფროსო რეპერტუარების შესრულება თვით უმცროსი სასკოლო ასაკის

მოსწავლეთა მიერ. ეს კი მეტად სარისკო და სახიფათო საქმეა. ბავშვის ორგანიზმში, მისი ძვალკუნთოვანი სისტემა არ არის მზად შესარულოს ისეთი ტექნიკურად რთული ილეთები, როგორიცაა: ბრუნები, მუხლილეთები, ცერილეთები და ა. შ. ამ შემთხვევაში ზშირად თავს იჩენს, როგორც ფიზიოლოგიური, ასევე ფსიქოლოგიური პრობლემებიც. ქართულ ქორეოგრაფიაში კი ამგვარი რთული ცეკვა ძალიან ბევრია. მათი შესწავლის პროცესში ბევრი ქორეოგრაფი ცდილობს დაშვებული თუ დაუშვებელი მეთოდებით სასურველ შედეგს მიაღწიოს. ეს კი სწავლების პროცესში მრავალ პრობლემას წარმოშობს. მაგალითისათვის განვიხილოთ მთიულური ცეკვები, რომლებიც შედის თითქმის ყველა საბავშვო კოლექტივის რეპერტუარში. ბავშვის ორგანიზმში მზად არ არის ამ ცეკვების იმ სახით შესრულებისათვის, რომელსაც მას სთავაზობს ქორეოგრაფი. ბავშვს უჭირს ამგვარი დატვირთვის ატანა, უფრო მეტიც, ამ მხრივ შეიძლება წარმოიშვას სერიოზული პრობლემები შემდეგ ეტაპებზეც. ფიზიოლოგები ადასტურებენ, რომ ხერხერმლის და ძირითადად, ორგანიზმის ჩამოყალიბების პროცესში არასწორმა ფიზიკურმა დატვირთვამ შეიძლება საბედისწერო შედეგებამდე მიგვიყვანოს. მენჯის ძვლების ჩამოყალიბება 20-21 წლის ასაკში მთავრდება, ამიტომ მათი დეფორმაცია თავისუფლად შეიძლება გამოიწვიოს ადრეულ ასაკში დიდი სიმაღლიდან ხტომამ. ასევე ძალიან ზშირია მუხლის დაზიანებები, რაც გამოწვეულია ბავშვობაში მოჭარბებულად და არასწორად მუხლილეთების შესრულებით.

ფიზიოლოგიური ასპექტი ამ პრობლემის მხოლოდ ერთი მხარეა. მეორე მხრივ, აუცილებლად უნდა განვიხილოთ ესთეტიკური და შემეცნებითი ასპექტი. ძველი ბერძენი ფილოსოფოსი პლატონი ცეკვას ადამიანის გონებრივი განვითარებისა და ფიზიკური გააყვების საუკეთესო საშუალებად მიიჩნევდა. მართალია, ცეკვის ფორმად სხეულის ფიზიკური მოქმედება გვევლინება, მაგრამ მისი ძირითადი მიზანი მაინც არ ემსახურება ადამიანის ფიზიკური აღზრდის პრობლემებს, რადგან ცეკვაში სხეულის ფიზიკური მოქმედება მაინც, ძირითადად სულიერი განცდებისა და განწყობილების კარნახითაა გამოწვეული. ქართული ცეკვები კი იმდენად გაჯერებულია სწორედ ამ სულიერი განცდებითა და რომანტიზმით, რომ შეუძლებელია მას ჩასწვდეს და გაიზიაროს 5-7 წლის ბავშვი. ამიტომ, როგორც წესი, ეს განცდები ნაკარნახევი, ან ქორეოგრაფის მიერ საგანგებოდაა დასწავლილი, რაც ძალიან ხელოვნურად, არაბუნებრივად და ზშირ

შემთხვევაში სასაცილოდ გამოიყურება. ეს კი მაყურებელს არასოდეს რჩება შეუმჩნეველი.

მაგალითისათვის ავიღოთ ცეკვა „ქართული“ – „სიყვარულის პოემა“ – ასე უწოდებენ ამ ცეკვას. აქ მიმიკით, პლასტიკით, უდიდესი თავშეკავებით, შინაგანი გრძნობებით გადმოიცემა ქალისა და ვაჟის უსაზღვრო ლტოლვა და სიყვარული. დამერწმუნებით, ამ ყველაფრის გადმოცემა მოზარდისათვის საკმაოდ რთულია, ამიტომ ქორეოგრაფები მიმართავენ დასწავლის მეთოდს, მაგრამ ბევრ მათგანს ავიწყდება, რომ მოძრაობების დასწავლა მეტ-ნაკლებად შესაძლებელია, ზოლო რაც შეეხება ცეკვის ხასიათს, ის იმდენად გაუგებარი და უცხოა ბავშვისთვის, რომ იგი ვერ ახერხებს ამხელა შინაგანი გრძნობისა და განცდის გაზიარებას და ხელოვნურად ახდენს მათ გადმოცემას. ამ შემთხვევაში კი ეს გრძნობები ყალბია და არ შეესაბამება ბავშვის ასაკს. ამიტომ ამგვარი ცეკვები არა მარტო ფიზიკურად რთული შესასრულებელია, არამედ შინაგანადაც. საბავშვო რეპერტუარი ბავშვისთვის ადვილად გადმოსაცემი და მის შესრულებასთან შესაბამისობაში მყოფი უნდა იყოს. მართებულად მიმაჩნია, შეიქმნას ახალი საცეკვაო ნომრები, რომლებსაც საფუძვლად დაედება საბავშვო თემატიკა. ეს შეიძლება იყოს ქართული ხალხური ზღაპრები, ქართული ტრადიციული საბავშვო თამაშობანი, რომლებიც სასცენოდ დამუშავდება და მიიღებს სრულყოფილ სახეს.

მინდა განვიხილო ამ პრობლემის კიდევ ერთი ფსიქოლოგიური ასპექტი. იმის გამო, რომ პედაგოგის მიერ შეთავაზებული ესა თუ ის ილეთი კონკრეტული ასაკის ბავშვებისთვის ძნელად შესასრულებელია, თავს იჩენს გადაჭარბებული სიმკაცრე, რაც ზშირ შემთხვევაში გამოიხატება იძულებით, ძალმომრეობით შესწავლის მეთოდში. ეს კი ბავშვის პიროვნული განვითარებისათვის მეტად საშიში ტენდენციაა. ამ მეთოდით მუშაობა დადებით ძვრებს და სასურველ შედეგს არ მოგვცემს. იძულებისა და დიქტატის პირობებში აღზრდილი ადამიანის განვითარების გზა უმთავრესად არასწორად მიემართება და თავს იჩენს მისი ცხოვრების სხვადასხვა მონაკვეთზე, რომ არაფერი ვთქვათ ბავშვის უფლებების ზშირ დარღვევაზე. აქ კი აუცილებელია მშობლის როლის გააქტიურება. მსგავს შემთხვევაში მშობლის პასიურობა პედაგოგის აგრესიული ქცევის ერთგვარი წახალისებაა. ასეთი მიდგომით გამოწვეული არაერთი სავალალო შედეგია ცნობილი, რაც აუცილებლად იმსახურებს სათანადო ყურადღებას. საყურადღებოა ისიც, რომ გარდატეხის ასაკში მყოფი

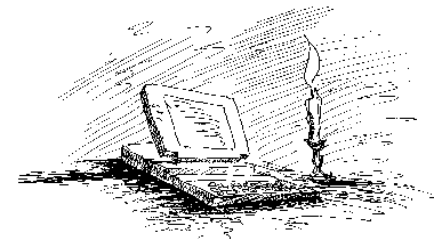
ბავშვი გამძაფრებულად განიცდის მის ირგვლივ მომხდარ მოვლენებს, რაც ემოციურად უსიამოვნო რეაქციებში გადადის. გამოცდილი პედაგოგი ასეთ მოვლენებს უცებ შენიშნავს და დატვირთვების დოზირებას ბავშვის რთული ასაკის გათვალისწინებით შეეცდება. გამოუცდელი კი დაასკვნის, საქმე გვაქვს სიზარმაცესთან და შეეცდება, გარკვეული სადამსჯელო სანქციების გატარებით, მდგომარეობის შემობრუნებას. ასეთი მოქმედება კი არა მარტო პედაგოგიურად გაუმართლებელია, არამედ საშიში და სახიფათოა. სწორედ ამ დროს, ბავშვს ემართება ცეკვის შესწავლის პროცესისადმი ერთგვარი უკუერეაქცია. ის თავისი სურვილითაა მისული წრეზე. ცოტა ხანში კი პედაგოგის მსგავსი ქმედებების გამო, ბავშვში თავს იჩენს ფსიქოლოგიური პრობლემები და მას ცეკვის შესწავლის სურვილი საერთოდ უქრება.

ბოლო დროს, ქართულ ქორეოგრაფიაში დამკვიდრებულმა თანამედროვე ტენდენციებმა საბავშვო ქორეოგრაფიაშიც შეაღწია. სახელოვანი ანსამბლები ყოველთვის ტონის მიმცემად ითვლებოდნენ. სწორედ ამიტომ გახდა ესოდენ პოპულარული „სუხიშვილების“ ანსამბლის მიერ დადგმული ახლებური საცეკვაო ნომრები. ისინი სრულდება საკონცერტო გამოსვლებზე, გადმოიცემა ტელევიზიით, შედეგამც არ დააყოვნა, მსგავსი საცეკვაო ნომრები გაჩნდა ბევრი საბავშვო კოლექტივის რეპერტუარში, უფრო მეტიც, ზოგი კოლექტივის მიერ მთლიანად იქნა უგულვებელყოფილი ტრადიციული ქორეოგრაფიული რეპერტუარები. ეს კი ერთგვარ საშიშ ტენდენციად იქცა.

1. რეზო ჭანიშვილი, ფიქრები ქართულ ქორეოგრაფიაზე, თბილისი, 1997. გვ. 75
2. ალექსანდრე ცაბაძე, მხედრობასა შინა კადნიერნი, თბილისი, 1980. გვ. 209
3. აკაკი წერეთელი, თხზულებანი, ტომი 12. გვ. 14
4. ილია ჭავჭავაძე, პედაგოგიური თხზულებანი, თბილისი, 1938. გვ. 117.
5. ავთანდილ თათარაძე, ქართული ხალხური ქორეოგრაფიის ისტორიის საკითხები, თბილისი, 1999. გვ. 210
6. იხ.: იაკობ გოგებაშვილი, თხზულებანი, ტომი 4, თბილისი, 1955.

საშემსრულებლო ხელოვნება

დრამის ფაკულტეტი



შემოქმედებითი პედაგოგიკა

უნივერსიტეტის სწავლების სამსაფეხურიან სისტემაზე გადასვლამ საშუალება მოგვცა შეგვექმნა თეატრალური ხელოვნების პედაგოგების აღზრდის ახალი სისტემა: – მაგისიტრატურა, რომლის მიზანია თეატრალური ხელოვნების მაგისტრის – რეჟისურისა და მსახიობის ოსტატობის პედაგოგის მომზადება, როგორც შექმოქმედებითი პედაგოგიკის, ასევე სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობისათვის.

ამ კონფერენციაში მონაწილეობის მიღება პირველი მცდელობაა, სამაგისტრო პროგრამის ფარგლებში გამოვლინდეს მაგისტრანტის მეცნიერული ცოდნა, რაც თავისთავად სრულყოფს შემდგომში მისი, როგორც შემოქმედებითი პედაგოგის კვალიფიკაციას.

სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი:
ხელოვნებათმცოდნე, დოქტორი **დავით კობახიძე**

ქორეოგრაფიის როლი თეატრში

სპექტაკლის დადგმისას რეჟისორები ხშირად მიმართავენ წარმოდგენაში ქორეოგრაფიისა და ქორეოგრაფიული ელემენტების გამოყენებას. საერთოდ მსახიობები სცენაზე ჩვეულებრივი მოძრაობებით გადაადგილდებიან, მაგრამ მხატვრული სახის შექმნის მიზნით საჭიროა ხაზი გაესვას პერსონაჟის ინდივიდუალურობას, მისთვის დამახასიათებელ ჟესტს, მიმიკას, მოძრაობის მანერას, სვლას, ამ დროს საჭირო ხდება ქორეოგრაფის დახმარება, რათა პლასტიკური გადაწყვეტით სრულყოფს პერსონაჟის გარეგნული მახასიათებლები და ამით ხაზი გაუსვას მის შინაგან ბუნებას. სპექტაკლის ქორეოგრაფია აუცილებლად უნდა ითვალისწინებდეს წარმოდგენის საერთო ჩანაფიქრს, ჟანრს, სტილს, მოქმედ პირთა ხასიათებს, გრძნობათა ბუნებას, კონფლიქტს... ქორეოგრაფია უნდა ემორჩილებოდეს სპექტაკლის იდეას, იგი უნდა იყოს წინა ეპიზოდის გაგრძელება და მომდევნოს დასაწყისი და სპექტაკლის გამჭოლი მოქმედების ორგანული ნაწილი, ქორეოგრაფია უნდა ეხმარებოდეს და ბიძგს აძლევდეს სპექტაკლის შემდგომ განვითარებას. სამწუხაროდ ხშირად სპექტაკლში ქორეოგრაფიული ნომერი, ცეკვა, თვითმიზნურადაა ჩართული. ზოგჯერ ეს ხდება უბრალოდ რემარკის საფუძველზე, ვთქვათ ლხინის დროს ცეკვავენ, მაგრამ თუ ამ ცეკვას რაიმე სიუჟეტური დატვირთვა არა აქვს, – ეს სპექტაკლს არაფერს მატებს (მაყურებელს შეუძლია ასეთი ცეკვა სხვაგანაც ნახოს, ოღონდ ნამდვილი მოცეკვავეების შესრულებით და უკეთესადაც დადგმული). ზოგჯერ ცეკვას ჩართავენ იმიტომ, რომ ესა თუ ის მსახიობი კარგად ცეკვავს და მეტი არაფერი. ზოგჯერ ცეკვავენ პოპულარული, მოღური ცეკვის საჩვენებლად. ცალკე ცეკვა რაც არ უნდა კარგი იყოს თუ ის სპექტაკლის ძირითადი კონფლიქტის განვითარებას არ უწყობს ხალს, – ეს მხოლოდ ჩასმული ნომერია და ხალს უშლის წარმოდგენის მსვლელობას, მის დინამიკას.

მინდა შემოვთავაზოთ რამდენიმე მაგალითი ქორეოგრაფიისა, სადაც, ჩემი აზრით, ქორეოგრაფია წარმოადგენს სიუჟეტის განვითარებისა და გამოკვეთის საუკეთესო ნიმუშს.

ავიღოთ შოთა რუსთაველის თეატრის სპექტაკლი „პეპო“ (რეჟ. დ. ალექსიძე). თუ გავიხსენებთ ამ სპექტაკლიდან ეროსი მანჯგალადის ცეკვას, დანადგელებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს არის საუკეთესო ნიმუში იმისა, თუ როგორ ვითარდება პიესის მოქმედება ცეკვაში: ვიდრე ცეკვა დაიწყება, წინა ეპიზოდიდან ჩვენ ვიგებთ, რომ მოხუც არუთინ ზიმზიმოვს ჰყავს ახალგაზრდა და ლამაზი ცოლი, რომელსაც ყველა სურვილსა და აზირებას უსრულებს. აი, ახლაც, ჭირვეულმა ცოლმა მიაღერსების სანაცვლოდ ახალი სურვილი გამოსტყუა და გამარჯვებული იწყებს ცეკვას, ზიმზიმოვი მუხლზე ჩაიჩოქებს, რათა ტანით მაინც გაამხნეოს თავის ლამაზი ფეფენა, მაგრამ როდესაც ქალი მას საცეკვაოდ გაიწვევს, – ფეხზე ვეღარ დგება, რამდენჯერმე წამოიწვევს, მერე დიდი გაჭირვებით წამოდგება და ვითომც აქ არაფერიღო იწყებს ცეკვას. რატომ ცეკვავს ზიმზიმოვი? ანდა როგორ ცეკვავს? რა თქმა უნდა, ეროსი მანჯგალადე ცეკვავს ისე, როგორც უნდა იცეკვოს მოხუცმა კაცმა, რომელიც ცდილობს თავისი ახალგაზრდა და ლამაზი ცოლის თვალში თვითონაც ახალგაზრდულად გამოიყურებოდეს. მართალია მან ცეკვა არ იცის, მაგრამ მაქსიმალურად იქნევს ხელებს და ფეხებს, დაკუნტრუმებს, ირგვლივ უვლის სანუკვარ მეუღლეს და ავიწყდება, რომ მის მოხუც სხეულსა და გულს ამდენი არ შეუძლია და როდესაც უცებ იგრძნობს გულის ტკივილს მისი ცეკვაც იქ მთავრდება – ვაიმე გული! – დაიძახებს და გაშეშდება... სწორედ ასეთი დასასრულიდან ვხვდებით, რომ იგი ცეკვავდა არა იმიტომ, რომ უბრალოდ ცეკვა უნდოდა, არამედ მოქმედებდა, მის ცეკვას ჰქონდა მიზანი, ქვეტექსტი: „შემომხედეთ, მე ახალგაზრდა ვარ! მე ვცეკვავ!“ – სკამზე დამჯდარიც, როცა შუბლიდან ოფლს იწმენდს და ინიავებს, ისტიბარს მაინც არ იტეხს და ამბობს: განა დავვიღალე, ვღელავ! რა თქმა უნდა, ძნელი წარმოსადგენია ამ ცეკვის გარეშე ზიმზიმოვი, მას მთელი სპექტაკლის განმავლობაში მიჰყვება ეს ხასიათი, განწყობა, დამოკიდებულება ცოლთან და მის ირგვლივ მყოფებთან.

სანდრო ახმეტელი თავის დადგმებში ძალიან დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდა პლასტიკას. მას განსაკუთრებით აინტერესებდა მსახიობის ფსიქო ფიზიკური რეფლექსის ფიქსირება შეგრძნებების საფუძველზე, ანუ, როგორ უნდა გამოეწვია მსახიობს სცენაზე გარკვეული მოძრაობით ესა თუ ის გრძნობა. სპექტაკლში „ანზორი“ უხვად იყო გამოყენებული პლასტიკა, მოძრაობაზე აგებული ურთიერთობები, მაგრამ ქორეოგრაფიის

ქმედითობის და აუცილებლობის საუკეთესო მაგალითი იყო ზაირას ცეკვა. მებრძოლებს ვერ გადაუწყვეტიათ ვინ უნდა წავიდეს ხიდის ასაფეთქებლად. ანზორმა იცის, რომ სასიკვდილოდ გზავნის და უჭირს ხელი დააღოს რომელიმეს, სწორედ ამ დროს უხმობენ ზაირას, კრავენ წრეს და წრეში ამ მშვენიერ ქალს უშვებენ საცეკვაოდ, პირობა ასეთია: ვისაც ზაირა გამოიწვევს ის უნდა წავიდეს ხიდის ასაფეთქებლად, უნდა გაწიროს სიცოცხლე და გახდეს ხალხის რჩეული და გმირი. ზაირა მსუბუქად დასრიალებს წრეში, მისი ყოველი შემდეგი ნაბიჯი ახალ შიშს ბადებს მეომრებში, რამდენიმე მათგანი მზადაა გმირობისათვის და შინაგანად ემზადება კიდეც უკანასკნელი ცეკვისთვის, მაგრამ უმრავლესობა ახალგაზრდაა, ჯერ კიდევ გამოუცდელი და მათთვის გმირობა დიდი მსხვერპლია. მამაკაცები მოზიდული მშვილდებივით დგანან და ელიან, თვალს არიდებენ მის შეხედვას, მაგრამ ზაირა არ ჩქარობს არჩევანის გაკეთებას და ლაღად აგრძელებს წრეზე ჩამოვლას. სხვა დროს ცეკვისას თუ მას ვნებით ანთებული თვალები დაჰყვებოდნენ, ახლა შიშამდგარი და გაყინული თვალები დაჰყვებიან და რაც უფრო უახლოვდება ამ თვალებს თითქოს გრძნობს სიცივეს და ეს სიცივე უკან აგდებს, აი, შეჩერდა ერთ-ერთი მებრძოლის წინ, ადგილზე დატრიალდა და გზა განაგრძო, მაგრამ ეს ერთი ტრიალი საკმარისი იყო მეომრისათვის, რომ რამდენიმე წამში განეცადა შიში, წუხილი, ტკივილი, სიკვდილი და როდესაც მიხვდა რომ ის არ აირჩია, მადლიერი თვალები გააყოლა წრეში მონარნარე ქალს. ზაირა კი უდარდელად ცეკვავს და თვალებით ეძებს თავის სატრფოს, ახმას, ბედნიერია, რომ საშუალება ეძლევა გულის სწორთან იცეკვოს, აი, შეამჩნია კიდეც, სხეულის ნაზი რხევით უახლოვდება ახმას, წრეში დაძაბულობა მატულობს, უცებ ზაირა ჩერდება, ეს წამიერი პაუზა უფრო ძაბავს სიტუაციას, ზაირა კი აუჩქარებლად, მორცხვად, ოდნავი თავის დაკვრით გამოიცეკვებს ახმას. „მშვიდობით!“ – დაიძახებს ახმა და წრიდან გასხლტება, მამაკაცები შვებით ამოისუნთქებენ, თითოეული მათგანი თვალებით მადლობასაც კი უხდის ზაირას, რომ სწორედ ის არ აირჩია, ზაირა დაბნეულია, ნელ-ნელა უშვებს ხელებს და ცდილობს გარშემო მყოფთა თვალებში ამოიკითხოს პასუხი კითხვაზე „რა მოხდა?!“

ამ სპექტაკლში ზაირას ცეკვას აქვს სიკვდილ-სიცოცხლის გადამწყვეტი მნიშვნელობა, ასეთ შემთხვევაში შეუძლებელია ამ

ცეკვის გამოყოფა სპექტაკლიდან, რადგან იგი ორგანულადაა შერწყმული სპექტაკლის განვითარებასთან.

თუკი პირველ შემთხვევაში ზიშვიშვილის ცეკვას ჰქონდა ის დატვირთვა, რომ მოეთხრო, თუ რა აწუხებს ალა არუთინას, მეორე შემთხვევაში ზაირას ცეკვა არის ერთგვარი ლატარეა, რომელიც ტრიალებს წრეზე მდგარ მამაკაცებს შორის და არავინ იცის ვისზე გაჩერდება. ეს არის უკიდურესი დაძაბულობისა და მოლოდინის წუთები, როდესაც მაყურებელი სუნთქვაშეკრული ელოდება დასასრულს.

პანტომიმის თეატრის სპექტაკლში „ფიროსმანი მეფე“ (რეჟ. ა. შალიკაშვილი) ამირან შალიკაშვილი თავად თამაშობდა ნიკო ფიროსმანაშვილის როლს, ამ სპექტაკლში არის ერთი სცენა, როდესაც ნიკალამ ღუქანში ხატვა დაასრულა და ღვინის დასაღვებად ჩამოვსო, ღუქანი სავსეა მთვრალი ყარაჩოხლებითა და კინტოებით, რომლებიც ღვინის დაღვებასა და ცეკვაში ევხებიან ერთმანეთს. უცებ ერთმა ყარაჩოხელმა შეამჩნია ღუქნის კუთხეში ჩამოვსოვადი ნიკალა, ჯერ სადღეგრძელო შესთავაზა, შემდეგ კი საცეკვაოდაც გაიწვია, ყველა ერთდროულად ახმაურდა და ტაშით გაამხნევეს შეზარხოშებული მხატვარი... მორცხვი კაცია ნიკალა, არ უყვარს თავის გამოჩენა, თანაც არც ცეკვა გამოუდის რიგიანად და ერთხანს უარზე დგას, მაგრამ ამდენ მთვრალ ყარაჩოხლებთან რას გახდება? ნელ-ნელა დგება მაგიდიდან, ფრთხილად მიიწევს დარბაზისაკენ, ღუქანი კი გუგუნებს და შემახილებით ამხნევებს მხატვარს, ნიკალა დარბაზის შუაგულში ჩერდება და ძალიან დინჯად შლის ხელებს, ნელნელა ზევით მიიწევს, თითქოს გასაფრენად ემზადებაო, რამდენიმე წამს რჩება ასე, გასაფრენად გამზადებული, შემდეგ უცებ შლის მარცხენა ხელისგულს და ზედ მარჯვენა თითებით ისე დგება საცეკვაოდ, როგორც ფუნჯები გაშლილ პალიტრაზე. თანდათან უფრო თამამი ხდება ოსტატის თითები და უფრო და უფრო მკვეთრი იღეთებით ცეკვავენ, უამრავი გაცივებული თვალი მისჩერებია მხატვრის თითებს და ტკბებიან, ასეთი კინტოური არასდროს უნახავთ, მაგრამ ეს არაა მთავარი, ნიკალა მთავარ ნომერს შემდეგ შესთავაზებს მაყურებელს, უცებ მისი მარცხენა ხელისგული ტრიალდება, მარჯვენა ხელის თითები ქვემოდან ექცევა და ჭერზე უკუღმა დაკიდებული ცეკვავს მთვრალი ნიკალა. იგი თავდავიწყებით უვლის ხელისგულს და ეს ერთი ცილა სივრცე საკმარისია მისი საოცარი თითებისათვის, რომ

ღუქანში თავმოყრილი ცეკვის ოსტატებიც კი გააოცოს თავისი ხელოვნებით. სხვა იყო ნიკალას კინტოური, დახვეწილი, ელევანტური, დინამიური და თავდავიწყებამდე ემოციური... ნიკალა მხატვარი იყო, ხელების ოსტატი და მან სწორედ ის იცეკვა, რაც საუკეთესოდ გამოუვიდოდა, უფრო სწორად კი არ იცეკვა, დახატა ცეკვა.

მიუხედავად იმისა, რომ პანტომიმა ისედაც სხეულით მეტყველებს, ამ ცეკვის დატვირთვა იმაზე ბევრად მეტია ვიდრე უბრალოდ ცეკვა, ამირან შალიკაშვილის მიერ შესრულებული ეს პატარა ეპიზოდი თავისუფლად შეიძლება გამოვიყენოთ დრამატულ სპექტაკლშიც და კინოფილმშიც, თანაც ისე, რომ ეს ცეკვა თავის ფუნქციას არ დაკარგავს. ეს არის შესანიშნავი მიგნება იმისა, თუ როგორ შეიძლება იცეკვოს მხატვარმა, რომელმაც არ იცის ცეკვა, მაგრამ შესანიშნავად იცის ხატვა და მთელი მისი ძალა, ემოცია, შესაძლებლობები და სურვილები თითებისკენაა მიმართული.

ჩვენ უკვე განვიხილეთ მაგალითები დრამატული თეატრიდან და პანტომიმიდან, ახლა ვნახოთ როგორ შეიძლება ეს განხორციელდეს ფილმში. ავიღოთ ფილმი „ქალის სურნელი“. მაყურებელს განსაკუთრებით დაამახსოვრდა ამ ფილმიდან ერთი ეპიზოდი, როდესაც ბრმა სამხედრო პოლკოვნიკმა საცეკვაოდ გაიწვია ახალგაზრდა, დამწყები მოცეკვავე გოგონა, ახალგაზრდა ქალი თანხმდება ცეკვაზე და ამ მომენტიდან პოლკოვნიკი იწყებს ნაბიჯებისა და მოქმედებების საოცარი სიზუსტით გათვლას, იგი არ ჩქარობს, მშვიდად ეკითხება დამხმარე ბიჭს დარბაზის ფართობს და გონებაში ანგარიშობს ნაბიჯების რაოდენობას. იწყება საოცრად მელოდიური ტანგო და პოლკოვნიკი პირველ წარმატებულ ნაბიჯებს დგამს, გოგონა დაბნეული ცეკვავს, მხრებში ოდნავ მოხრილი და გაუბედავია, უხერხულად იღიმება, თან ცდილობს დამალოს ეს უხერხულობა. პოლკოვნიკი კი ძლიერი კაცია, სხეული და სული ბრძოლებში აქვს გამოწრთობილი, ყოველი ნაბიჯი და მიხვრა-მოხვრა ხაზს უსვამს მისი ხასიათის სიმტკიცესა და გამბედაობას, პირველივე მოძრაობით გადასცემს გოგონას თავის ძალას და აძლევს იმპულსს, რომ შეუძლია თამამად მიენდოს, ცეკვას ის წაიყვანს და თან ისე წაიყვანს, რომ ქალიშვილს არ შერცხვება მაყურებლის. ხალგაზრდა ქალიც გრძნობს მის ძალას და ძლიერ მამაკაცს მინდობილი უფრო და უფრო თამამად ცეკვავს, მოძრაობების სირთულეც თანდათან უფრო მატულობს, ყოველი ახალი მოძრაობა ახალი საფრთხეა

ბრმა პოლკოვნიკისთვის, ყოველი წარმატებული ილეთი კი საოცარ შეგებას გვრის მას, მაგრამ ხანმოკლეა ეს სიხარული, რადგან მუსიკა არ ჩერდება და მამაკაცი იძულებულია ახალი სვლა გააკეთოს, რომელიც შეიძლება საბედისწერო აღმოჩნდეს, რადგან ჭადრაკის დაფასავით გაშლილი დარბაზი ყოველი მხრიდან საფრთხეს უქადის, რადგან ერთი არასწორი გათვლა და დაჯახება მაგიდასთან, მის დამარცხებას ნიშნავს და პოლკოვნიკიც გამალებული იცავს თავის ლაზიერს. რესტორანში სავანშმოღ შეკრებილი ხალხი ნელ-ნელა საჭმელს თავს ანებებს და სუნთქვაშეკრული შეჰყურებს წყვილს, მამაკაცი ყოველ მესამე მეოთხე ნაბიჯზე ფრთხილობს და ყურს უდგებს ხალხის სუნთქვას, ეს წამიერი შეჩერება საკმარისია მისთვის, რომ მანძილი გაზომოს მათსა და მათ ირგვლივ მსხდომ ხალხს შორის. უკანასკნელი აკორდი გაისმება და მამაკაცი ბოლო წარმატებულ ილეთს ასრულებს, მუხლზე ისვამს ქალს და მის გაყინულ თვალებში კმაცოფილებისა და გამარჯვების სხივი გაკრთება, ალბათ, ასეთი სხივი უკრთოდა ჯერ კიდევ ნათელ თვალებში ბრძოლას რომ მოიგებდა, რადგან მას შემდეგ რაც თვალში სხივი ჩაუქრა ეს მისი პირველი გამარჯვება იყო, ამ ცეკვის მთავარი აზრიც ესაა, რომ გაიმარჯვოს, დარწმუნდეს საკუთარ თავში, რომ სიბრძნე არ ნიშნავს სიგლახაკეს, ამ ცეკვის შემდეგ ის თვითონ ზდება თავისი დამხმარე ბიჭის მფარველი, მას სწორედ ეს ჭირდებოდა. რა იყო ეს? ცეკვა? არა, – ეს იყო პოლკოვნიკის კიდევ ერთი, ოღონდ მთავარი სამხედრო ოპერაცია, რომელსაც სუნთქვაშეკრული თვალ-ყურს ადევნებს მაყურებელი. ეს იყო ალ პაჩინოს მაღალი აქტიორული ხელოვნება.

აქვე მინდა მოვიყვანო მაგალითი პროფესორ ნათელა ურუშაძის წიგნიდან („წავიდეთ თეატრში“), თუ როგორ აღწერს იგი ნატო გაბუნიაშვილის მიერ შესრულებულ მაღალ ფროშარს (ა. დენერისა და ფ. დიუმანუარის „ორ ობოლში“). „ესაა ეპიზოდი, სადაც მაღალ ფროშარის ორი ვაჟი: საყვარელი შვილი (ბოროტი ჟაკი) და საძულველი შვილი (კეთილი პიერი) ერთმანეთს დაერევიან, რა საშინელი სურათი იყო, როცა ძმები დაეძგერებინან ერთმანეთს დანებით. სისხლს მოწყურებული აფთარი, მაღალ ფროშარი, დარწმუნებულია, რომ ჟაკი მოკლავს პიერს; აქეზებს ჟაკს, წინასწარვე განიცდის სიამეს და თითქოს დავლურს უვლისო, ისე დასტრიალებს გარშემო. მაგრამ ზდება სასწაული და სუსტი პიერი კლავს ჟაკს. უნდა გენახათ, რა საშინელი მხეცური

ღრიალი აღმოხდებოდა ხოლმე გულიდან ფროშარს და რა სასოწარკვეთილი ეცემოდა ჟაკის გაციებულ გვამზე. საშინელი იყო იმ წუთში ფროშარი.“

ეპიზოდის აღწერა აშკარად გვაუწყებს, რომ გმირის ცხოვრების ეს მონაკვეთი მსახიობს გადაწყვეტილი ჰქონდა რიტმულად: **საცეკვაო** ელემენტი „თითქოს დავლურს უვლის“ ბუნებრივი იყო, ვინაიდან ფროშარს უნდოდა ორთაბრძოლა ყველა წერტილიდან დაენახა. ცეკვის რიტმი საშუალებას აძლევდა მსახიობს ბრძოლის რიტმისთვის გაესვა ხაზი. რიტმული დაძაბულობის მომენტში კი, როდესაც პიერის დანამ განგმირა ჟაკი – ეს მაღალ ფროშარის განგმირვასაც ნიშნავდა – ისიც დაეცა, ზედ დაემხო მკვდარ შვილს და ამით ზუსტი წერტილი დაუსვა ეპიზოდში საკუთარ ცხოვრებას და ამ ეპიზოდს საერთოდ.⁴¹

საბედნიეროდ უამრავი ასეთი მაგალითის მოყვანა შეიძლება ქართულ და უცხოურ შემოქმედებაშიც. ჩემ მიერ ზემოთ მოყვანილი მაგალითები, ჩემი აზრით, ის შემთხვევებია, როდესაც ქორეოგრაფიამ ზუსტად თქვა თავისი სათქმელი, მჭიდროდ შეეკრა სპექტაკლის იდეას და ხელი შეუწყო მის შემდგომ განვითარებას. ეროსი მანჯგალაძის კომიკური, ალექსანდრე ახმეტელის ტრაგიკული, ამირან შალიკაშვილის რომანტიული და ალ პაჩინოს ესთეტიკური გმირები ერთ საერთო ნიშანს ატარებენ, ისინი მოგვითხრობენ მათ შინაგან ბუნებაზე,

ხასიათზე და ცხოვრების იმ პატარ-პატარა მაგრამ მნიშვნელოვან დეტალებზე, რისი გამოთქმაც სიტყვით თითქმის შეუძლებელია და ამ შემთხვევაში ქორეოგრაფიას იყენებენ როგორც აზრის გადმოცემის საუკეთესო საშუალებას. ასევე ცეკვა შეიძლება წარმოიშვას როგორც შედეგი პერსონაჟის შინაგანი გრძნობების აფეთქებისა. ამის საუკეთესო მაგალითია ქალბატონ ნათელა ურუშაძის მიერ აღწერილი ნატო გაბუნიაშვილის დავლური.

სამწუხაროდ მოხსენების ფორმატი საშუალებას არ მაძლევს, რომ სხვა მაგალითებზეც ვისაუბრო.

მინდა დავასრულო კოტე მარჯანიშვილის სიტყვებით, როდესაც იგი შილერის „ყაჩაღებს“ ღვამდა ამალიას როლის შემსრულებელ ვერიკო ანჯაფარიძეს მიმართა: „ცეკვას არ დაუდგამთ. იცეკვე ისე, როგორც ამას შენი სული ისურვებს – ეს ხომ შენი სულის ალტაცებაა, განმუხტვა შენი შინაგანი მდგომარეობისა, ამიტომ ცეკვა

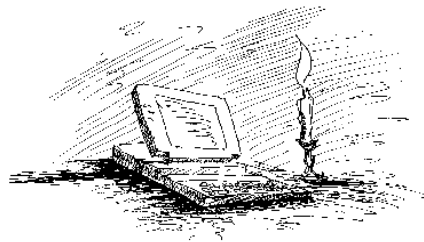
უნდა აღმოცენდეს, როგორც შედეგი გრძნობათა აღზევებისა, მაგრამ თუ კი შენში ქარიშხალი არ ამოვარდება, – ნუ იცეკვებ.“²

როგორც მოგახსენეთ, ჩემი დღევანდელი მოხსენება გახლავთ მომავალი შრომის ერთი მცირედი ნაწილი, ნაშრომზე მუშაობა გრძელდება, გრძელდება წყაროების მოძიება, მათი კლასიფიკაცია, ანალიზი და იმედი მაქვს, მომავალ წელს დავასრულებ ამ სამუშაოს.

ვანო სარაჯიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო კონსერვატორია

-
1. იხ.: ნ.ურუშაძე. წავიდეთ თეატრში, თბილისი, 1986.
 2. ნ. ურუშაძე, თეატრის სამყარო, „გრიგოლ რობაქიძის სახ. უნ-ტი“, 2005.

- ა. ვაგანოვა, „კლასიკური ცეკვის საფუძვლები“, თარგმანი ლილი გვარამაძისა. თბ.1940.
- ა. სამსონაძე, „ქორეოგრაფიული ხელოვნება და მისი შესწავლის ძირითადი მიმართულებები“, (სადისერტაციო ნაშრომი), 2003.
- რ. ჭანიშვილი, „წერილები ქორეოგრაფიაზე“, თბ. 2002.
- ალ. ბურთიკაშვილი, „ცეკვის ჯადოქარი“, თბ. 1960.
- ლ. ნადარეიშვილი, „თანამედროვე ქართული ბალეტი“, თბ, „უნივერსალი“, 2002.
- М. Гедеванишвили, Юрий Зарецкий, М. 1985.
- Р. Захаров, Беседы о танце, М. 1963.
- Л. Д. Блок, Классический танец, история и современность, М. 1987.



ჯაზისა და კლასიკის ურთიერთმიმართების საკითხისათვის

ჯაზი არის თავისუფლების და ტოლერანტობის სიმბოლო. იგი შლის საზღვრებს სხვადასხვა ასაკის, სარწმუნოების, ეროვნებისა და რასის წარმომადგენელთა შორის და ღიდ შემოქმედებით სიხარულს ანიჭებს, როგორც შემსრულებლებს, ასევე მსმენელებს. დღესდღეობით ჯაზმა მთელი მსოფლიო მოიცვა, მაგრამ ის უპირველეს ყოვლისა ამერიკული კულტურის პირმშოა. სპირიტუელისი, მენესტრელისი მუსიკალური თეატრი, რეგტაიმი, ბლუზი დაბოლოს, ადრეული საესტრადო ჯაზი – აი, მნიშვნელოვანი პირველსახეები ახალი მუსიკისა, რომელიც აფროამერიკული ფოლკლორის და ამერიკული კულტურების შერწყმით დაიბადა „ახალი სამყაროს“ ჩრდილოეთში XIX-XX სს.-ის მიჯნაზე.¹

ამ მუსიკის უმთავრესი თვისება არის **იმპროვიზაციული საწყისის პრიორიტეტი**, რაც გულისხმობს იმას, რომ ჯაზური ნაწარმოები უშუალოდ შესრულების პროცესში იქმნება, სრულყოფილ ფორმას იძენს და ასეთი სახით აღარასდროს განმეორდება.

კლასიკური მუსიკის ნებისმიერ ნაწარმოებს დასრულებული შინაგანი მთლიანობა ახასიათებს, იმისდა მიუხედავად, თუ ვინ ასრულებს მას. შემსრულებელს ძალუძს მხოლოდ აზრობრივი თუ ემოციური მახვილების გადანაცვლებით მიაღწიოს განსხვავებულ შინაარსობრივ ინტერპრეტაციას. ჯაზში კი უშუალოდ შემსრულებელი ქმნის მუსიკას და კომპოზიციის შემქმნელის სწორუფლებიანი თანაავტორია.

ჯერ კიდევ 1956 წელს ლეონარდ ბერსტაინმა ამერიკული ტელევიზიით cbc-არხით წაკითხულ ლექციაზე განაცხადა: „ჯაზი ისეთივე სერიოზულია, როგორც კლასიკური მუსიკა“.² ევროპულ ტრადიციებზე აღზრდილნი უნებლიედ ვადარებთ ჯაზს ევროპულ მუსიკას. იმისათვის, რომ ჯაზი ადეკვატურად იქნას აღქმული – უნდა გავაცნობიეროთ, რომ იგი წარმოიშვა როგორც ამერიკული მოვლენა და მხოლოდ თავისი განვითარების შემდგომ პერიოდებში გაიღვა ფესვები ევროპული მუსიკის სხვადასხვა შრეებში.³

იმ დროს, როცა ევროპული აკადემიური ნაწარმოები ზუსტად არის ფიქსირებული, ჯაზი როგორც იმპროვიზაციული ხელოვნება, ისევე, როგორც ზეპირი ტრადიციის კლასიკური მუსიკა, მაგალითად ინდური კლასიკური მუსიკა, სანოტო ჩანაწერის შემთხვევაში, კარგავს თავის იმანენტურ თვისებებს. მიუხედავად იმისა, რომ ჯაზური კომპოზიციის სანოტო ჩანაწერების არსებობის ფაქტი ეჭვს არ იწვევს, ჯაზმენები ფიქსირებულ სანოტო ჩანაწერებს ერთხმად უარყოფენ („ძირს წიგნები“); მათთვის ეს მუსიკა არაა იმის იდენტური, რასაც ჯაზის ხელოვნება ჰქვია. მაგალითისთვის შეიძლება მოვიყვანოთ დიზი გილესპი, ერთხელ როდესაც მან საკუთარი სოლო იმპროვიზაციის სანოტო ჩანაწერი იხილა, თვალები აუჭრელდა მეთექვსმეტედი წილებისაგან და განცვიფრებულმა იკითხა „ნუთუ ამ ყველაფერს მე ვუკრავო?“. ზოგიერთ მუსიკოსს ამ ფაქტზე კიდევ უფრო მწვავე რეაქცია აღენიშნება.⁴

სანოტო ტრანსკრიფცია, არის ჯაზის მხოლოდ მკრთალი აჩრდილი. აქედან გამომდინარე, ნაწარმოებები შექმნილი ევროპული აკადემიური სტილის კომპოზიტორების მიერ, თუნდაც ისეთი სახელგანთქმული ამერიკელებისა, როგორც გერშვინი და ბერესტაინი არიან, არ არის ჯაზი. იმ შემთხვევაში კი, თუ ეს პიესები ჯაზმუსიკოსების მიერ იქნება ინტერპრეტირებული, თითოეული მათგანი შეიძლება იქცეს ასეთად.

ჯაზური იმპროვიზაცია ევრისტულ მოვლენათა რიცხვს განეკუთვნება და მასზე საუბრისას, უპირველეს ყოვლისა, უნდა გამოიყოს ისეთი იმანენტური თვისებები, რომლებიც ამ კავშირზე მიუთითებენ: შემოქმედებითი თავისუფლება, ემოციური გახსნილობა, იმპულსურობა, გრძნობადი აღქმა, მიზნისა და ხერხების „ერთმომენტურობა“, ფანტაზიურობის ფართო გაქანება. რაც უფრო მეტად არის კომპოზიციაში გამოვლენილი ეს ნიშნები, მით უფრო ნაკლებ რეგლამენტირებულად, კანონიკურად აღიქმება იგი. ამ თვალსაზრისით იმპროვიზაციულობა როგორც სააზროვნო პრინციპი, ჭეშმარიტი ხელოვნების თანმსდევი მოვლენაა, მისი თანდაყოლილი თვისებაა, თუმცა იმპროვიზაციული ბუნების მქონე ყველა ხელოვნება ერთნაირად არ ავლენს ამ ნიშნებს. ამ მხრივ ჯაზი უნიკალური მოვლენაა.⁵

თავად ამ მუსიკის არსით აიხსნება ჯაზის ქაღალდზე მოუხელთებლობა, რასაც „Freedom prinziple“ უწოდებენ; ეს პრინციპი ქრება მაშინ, როდესაც იწყება მისი დანაწევრებულად

განხილვა. როგორც დაკუწული ნაწილებიდან ვერ ააწყობ სხეულის ცოცხალ ორგანიზმს, ასეთივე ძნელია მისი დანაწევრებისა ჯაზური კომპოზიციის ძირითადი იდეის დაჭერა.⁶

The New Grove Dictionary of Music and Musicians-ში ჯაზი შემდეგნაირად არის განმარტებული: „მუსიკის ნაირსახეობა, რომელიც შექმნილია XX ს.-ის დასაწყისში, ძირითადად, შავკანიანი ამერიკელების მიერ, იმ ელემენტების შერწყმის შედეგად, რომელიც ამოზრდილია ევროპულ-ამერიკული და აფრიკული ტომების მუსიკისაგან. ეს უნიკალური, მოვლენა შესაძლებელია ერთი და იმავე დროს სხვადასხვა დასაბუთებისას შეიძლება განეკუთვნოს ხალხური, პოპულარული და მრავალმხატვრული მუსიკის სფეროს, თუმცა იგი შეიცავს ამ სამივე სახესხვაობის ასპექტებს. ჯაზმა იქონია დიდი ზეგავლენა უცხოურ კულტურაზე, არა მარტო თავისი უდიდესი პოპულარობის გამო, არამედ იმ მნიშვნელობითაც, რომელიც მან შეასრულა პოპმუსიკის მრავალი ფორმის ჩამოყალიბებაში“.⁷

თუ გადავხედავთ ჯაზის ისტორიას, დავრწმუნდებით იმაში, რომ ამ ჟანრის წარმომადგენლები, მათ შორის აფროამერიკელებიც, მუდამ ისწრაფვოდნენ გაეზიარებინათ ევროპული კლასიკური გამოცდილება. გავიხსენოთ სკოტ ჯოპლინი, რომელმაც სცადა დაეწერა ოპერა, ბალეტი, რითაც ევროპულ კლასიკოს კომპოზიტორებთან მიახლოების სურვილი გამოავლინა, ასევე დიუკ ელინგტონი, რომელსაც ევროპული სიმფონიზმის და ჯაზური ენის შერწყმის მცდელობა ჰქონდა. იგივე ითქმის – გერშვინის, ზეს კომფრის, პოლ ვაითმენის, ბად პოუელის, ბენი გულდმენის, სტეფან გრაპელის, დიუკ ბრუბეკის, ლენი ტრისტანოს, ჟაკ ლუსიერის, ბობი მაკფერენის, ჩიკ კორეას, ჯიტ ჯარეტის, ჰერბი ჰენკოკის, ვოკალურ ანსამბლ “Swingle Singers“, “KLAZZ Brothers“, “Modern Jazz Quartet“-ის და სხვათა მიმართ.

თუ საწყის ეტაპზე ჯაზი და კლასიკური მუსიკა ერთმანეთის ანტაგონისტურ, პოლარულ ცნებებად მოიაზრებოდა, XX საუკუნის 40-50-ანი წლებიდან დგება პერიოდი, როდესაც ჯაზი და კლასიკა ინტენსიურ დიალოგს იწყებენ, ეს არის ე. წ. cool ჯაზის – „დამცხრალი“ ჯაზის ხანა. ზოგიერთი მკვლევარი მას „ევროპეოზირებულ ჯაზს“ უწოდებს, ეს პერიოდი ასევე ცნობილია „დასავლეთის სანაპიროს ჯაზის“ სახელწოდებით. cool ჯაზს ახასიათებს არსებითი განსხვავება ბოპისაგან. მაგალითად, აქ უკუგდებულია რიტმული ექსპრესიულობა და ინტონაციური არამდგრადობა – სპეციფიკური აფროამერიკული მახასიათებლები.

cool ჯაზს გააჩნია ისეთი ნიშნები, როგორიცაა ემოციური თავშეკავებულობა, ინტელექტუალური საწყისის გაძლიერება, ტონალურ-მოდულაციური ლოგიკის გართულება, ფაქტურის პოლიფონიზაცია, ყოველივე ეს მას აახლოებს ევროპულ აკადემიურ მუსიკასთან, განსაკუთრებით ბაროკოსთან (ეს პროცესი გამოიკვეთა ისეთ მუსიკოსებთან, როგორებიც არიან: ბილ ევანსი, ლენი ტრისტანო, დეივ ბრუბეკი).

დროთა განმავლობაში ჯაზმა ახალი თვისებებით გაამდიდრა XX საუკუნის კლასიკური მუსიკის ყველა ჟანრი. ამის მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ ჯ. გერშვინის („რაფსოდია ბლუზის სტილში“), ი. სტრავენსკის („ებონი კონჩერტი“), მ. რაველის („ფოქსტროტი“ და ე. წ. „ბლუზური სონატა“ ვიოლონისა და ფორტეპიანოსათვის), დ. მიიოს (ბალეტი „სამყაროს შექმნა“), ფ. პულენკის, ჰ. კოუელის, ე. ე. ვილა-ლობოსის, ა. შნიტკეს, ქართველთაგან ბ. კვერნაძის, გ. ყანჭელის, ნ. გაბუნიას, ს. ბარდანაშვილის, ვ. კახიძის და სხვათა ნაწარმოებები.

სინთეზისადმი სწრაფვა ჯაზმენების მხრიდანაც ყოველთვის არსებობდა: „ჯაზინგი“ (Jazzing), „კლასიკის გასვინგვა“ (Jazzing The Classics) – ინტერპრეტაცია, გადამუშავება ჯაზურ სულში თემებისა ან მთლიანად ნაწარმოებისა, ნიშნავს კლასიკური სტილის ჯაზურ იმიტაციას. ზოგიერთი მკვლევარი, მათ შორის უინტონ სარჯენტი ძალზედ კრიტიკულად უდგება ასეთ პროცესებს.⁸ გარკვეულწილად შეიძლება მას დავეთანხმოთ, რადგან კლასიკური მასალის ჯაზმუსიკოსების მიერ გადამუშავების შედეგად, ყოველთვის როდი მიიღება მხატვრულად სრულფასოვანი ნაწარმოები. ასეთი ექსპერიმენტების ღირებულება დამოკიდებულია იმაზე, თუ რა ესთეტიკურ, ეთიკურ საფუძველზე და რა მიზნით ტარდება ისინი; რამდენად ეთანაწყობა გამოსაყენებელი მასალის გამომსახველობითი თვისებები მხატვრულად გამიზნულ ამოცანებს და პროფესიონალიზმის რა დონესთან გვაქვს საქმე. რაც შეეხება დასესხებას მუსიკაში (იქნება ეს მელოდიის ციტირება, სტილიზაცია, დამუშავება, ტრანსკრიფცია, რედაქცია ან ახალი საშემსრულებლო ვერსია), ის წარმოადგენს სავსებით კანონზომიერ და გავრცელებულ მოვლენას შემოქმედებაში.

„კლასიკის გაჯაზების“ ტრადიცია, ჯაზის ჯერ კიდევ ადრეულ ეტაპზე გვხვდება: ზანგური სამხედრო ორკესტრები, რომლებიც გავრცელებული იყო XIX-XX ს.-ში; ახალორღეანური მარშირებული

ორკესტრები; ხშირად კლასიკურ ნაწარმოებს სინკოპირებულ მანერაში ამუშავებდნენ პიანისტი-რეგტაიმერებიც; იტალიური, ფრანგული, გერმანული ოპერების ჯაზურ სტილში პაროდირებას აკეთებდნენ მენესტრელები.

ჯაზის ისტორიაში ამის უძველეს მაგალითს წარმოადგენს ჯელი როლ მორტონის საფორტეპიანო პიაესა „Miserere“, რომელიც ვერდის „ტრუბადურის“ თემის გადამუშავებული ვერსიაა. 20-30-იან წლებში მრავალი კლასიკური მელოდია აჟღერდა Sweet ჯაზის არანჟირებითა და დამუშავებით. კლასიკური ნაწარმოების თემებზე გაკეთებული პრეტენზიული და ტექნიკურად მსუყე პოპურები ხშირად ისმოდა პოლ ვაითმენის სიმფო-ჯაზური ორკესტრის და სხვა ანალოგიური კოლექტივების კონცერტებზე.

ჯაზისა და კლასიკური მუსიკის ურთიერთობის ჭრილში gansaku Tr ebi T გვინდა „Baroque Jazz“-ზე გავამახვილოთ ყურადღება. ბაროკოს ეპოქა მსოფლიო კულტურის ისტორიაში ერთ-ერთი ყველაზე საინტერესო ეპოქაა თავისი დრამატიზმით, ინტენსიურობით, დინამიკით და ჰარმონიით. საგულისხმოა, ის ფაქტი, რომ ჯაზ მუსიკოსებს განსაკუთრებით იზიდავდათ ბაროკოს მუსიკის ეს თვისებები და კერძოდ ი. ს. ბახის შემოქმედება. მიმდინარეობა „Baroque Jazz“ უკავშირდება ბაროკოს ევროპული მუსიკის ჯაზურ ინტერპრეტაციას, ასევე ჯაზმენების მცდელობას ამ ტიპის მუსიკის შექმნისა. ყველაზე ადრინდელი ნიმუშები ბაროკო-ჯაზისა ეკუთვნის სეინგის პერიოდს.

ჩვენი აზრით ჯაზისათვის ყველაზე ახლობელი ბაროკოს შემდეგი ნიშნებია:

1. თავის დევიზად ბაროკო *“inventio“-ს* („აღმოჩენას“, „გამოგონებას“) და *„მოდრაობა, დრო, სიერცის“* პრინციპს ირჩევს – რაც ასევე ჯაზური იმპროვიზაციის უპირველესი თვისებაა.

2. *„თამაშის“ პრინციპი.* სტილური თამაშის ხერხები ძალზედ გავრცელებულნი იყო ბაროკოს ეპოქაში. თამაშის პრინციპი მეტად ქმედითაა სტილურ და ჟანრულ სისტემებში. – ჯაზში „ძველი“ სტილები და ჟანრები წარმატებით ესადაგებიან „ახალ“ სუნთქვას და „ახლები“, რომლებიც კარგად ასიმილირებდნენ „ძველთან“ ერთგვარი ტრანსფორმაციით.

3. ბაროკოს მუსიკის დამახასიათებელი ნიშანია – *„წამების ათვლა“, მუდამ პულსირებული რიტმი*, რომელიც ხშირად ერწყმის დაკლავნილ რიტმულ სურათს. ბაროკოს მუსიკამ შექმნა კონტრასტის

განსხვავებული სახეც: მიმდინარე, ცვალებადი დრო (აღმდინარე ცხოვრების დრო) და გაყინული დრო (მარადიული დრო): ტემპების კონტრასტი მრავალნაწილიან ნაწარმოებებში; – ვარიაციის ჟანრები უცვლელ, ოსტინატურ ბანზე, ქორალური პრელუდიები...⁹ ჯაზიც უადრესი დინამიკურობითა და იმპულსურობით ხასიათდება. რიტმი არის ჯაზის ნამდვილი სული, მისი იმპულსი, რიტმის მკვეთრი გამოხატვა მას განსაკუთრებულ ენერგიასა და წინსწრაფვას ანიჭებს.

ჯაზური „ბახიანა“ ისტორიკოსების მოსაზრებით დაიწყო 1937 წელს, როდესაც შესრულდა **ბახის ორმაგი კონცერტი რე მინორი** გადამუშავებული სვინგის სტილში – ე. საუტის (ვიოლინო), ს. გრაპელის (ვიოლინო), ჯ. რეიჰარდის (გიტარა) მიერ, ამან შემდგომში გაგრძელება პოვა ბენი გუდმანის ორკესტრში – **ჯაზური ფუგა „Buch goes to town“**.¹⁰ მოგვიანებით ამ სტილში თავის ძალებს ცდიდნენ დ. ბრუბეკის კვარტეტი, ვოკალური ანსამბლი „Swingle singers“, პიანისტები: ჟაკ ლუსიერი, ჯონ ლუისი, „Modern Jazz Quartet“, ბილ ევანსი კ. ოგერმანის ორკესტრთან ერთად, ბობი მაკფერენი და სხვა.

ჯაზი და ბახი – ერთი შეხედვით, ეს არის ორი სხვადასხვა სამყარო. ზედაპირული მიდგომისას ჩნდება ისეთი აზრი, რომ ეს არის კლასიკური მუსიკის ჯაზური გადამუშავება, მაგრამ საჭიროა გარკვეული ჩაღრმავება, რათა გამოვავლინოთ ორივე მიმდინარეობის მახასიათებლები წმინდა სახით. განსაკუთრებით ნათელი მაგალითია ამ მხრივ ჯაკ ლუსიერის – „Play Bach“-ი და ჯგუფი „Swingle Singers“-ის ვოკალიზი.

კითხვაზე, თუ რატომ მიმართავენ უფრო ხშირად ჯაზური გადამუშავებისათვის ბახს, და არა, ვოტკათ, შუბერტს, რომლის სიმღერები ერთი შეხედვით უფრო ახლოსაა ბლუზთან, ან ჩაიკოვსკის, რომლის მელიოდური თემები სავსებით გამოდგებოდა „ჯაზურ სტანდარტად“ ან ბოლოს და ბოლოს დებიუსის, რომლის ჰარმონიული ენა ახლოსაა ჯაზთან; ვფიქრობთ, პასუხი ასეთია: ჯაზი და ბახისეულ სტილი ღრმა ნათესაურ კავშირშია, რომლის ფესვებზე მიუთითებს ესა თუ ის ინტერპრეტაცია.

ზოგჯერ თავად ბახისეულ მუსიკალურ ტექსტში შეინიშნება სვინგის ნიშნები და ჯაზ-მუსიკოსს შესაძლოა დიდი ჯაფა არ დასჭირდეს ბახის მუსიკის ჯაზში გადატანისათვის. თუმცა, მსგავსი გარდაქმნების შედეგად, ხშირად იქმნება ისეთი ჯაზური დამუშავება,

რომელიც უფრო ინსტუმენტულ სვინგს გამოკვეთავს, ვიდრე მის იმპროვიზაციულ ბუნებას, რაც სრულიად ზედმეტია. იმისათვის, რომ გამოიკვეთოს სვინგის შეგრძნება ბახის მუსიკაში, სულაც არაა საჭირო კონტრაბასის ან დასარტყამების მოშველიება.

სვინგის „ბახისეური“ შეგრძნების მაგალითად გამოდგება მისი ნებისმიერი ნაწარმოებიდან თემის საწყისი ფრაზები. ჯანგო რეინჰარდის აზრით, ეს ელემენტი უცბად როდი შეიმეცნება. მისი აღქმა შეუძლია მხოლოდ ჯაზზე კარგად გასაფულ სმენას – რეინჰარდის მოსაზრებით, თემის მე-13 მე-14 ნოტში კარგად ისმინება ბლუზის ტონები, რის გამოც, ბახისეული თემის განვითარების ლოგიკა გაცილებით ადვილად ეთანაწყობა ჯაზურ იმპროვიზაციას, ვიდრე მაგალითად, ჰაიდნის მუსიკალური თემები.¹¹

და მაინც, როგორ შეიძლება ბახის მუსიკაზე იმპროვიზაცია? ცნობილია, რომ იმპროვიზაცია არსებობდა ჯერ კიდევ ბაროკოს პერიოდში. თავად ბახიც არაჩვეულებრივად იმპროვიზირებდა ორგანსა და ჩემბალოზე. ბაროკოს მუსიკაში შეიძლება აღმოვაჩინოთ მკაფიო პარალელები ჯაზურ რიტმ-ჯგუფსა და კონტრაბასთან: ჯაზ-მუსიკოსი იმპროვიზირებს აკორდების თანმიმდევრობის თანხლებით, ბაროკოს ეპოქის მუსიკოსი – ბას-კონტინიუს თანხლებით.

მარკუს ველფელეს საყოველთაო თეზისი ასეთია: ბახის თხზულებებში თითოეულ ნოტს გააჩნია იმდენად ზუსტად გათვლილი ადგილი, რომ მისი ფრაზები შეიძლება მათემატიკურ ფორმულებს შევადაროთ. საფუძვლიანად თვლიან, რომ კლასიკურ მუსიკოსს არ ძალუძს მელიოდური ხაზის განვითარება ისე, როგორც ამას აკეთებს ჯაზ იმპროვიზატორი. მაგალითად, შეიძლება მოვიყვანოთ ორი ერთმანეთისგან განსხვავებული პიესა კოლემან ჰოკინსის „Picasso“ და ლენი ტრისტანოს „Line Up“-ი; მათში ყველა ტონი ჯაზურად ინტენსიურია მაგრამ თანმიმდევრობა თითქოსდა სპონტანურია. კრიტიკოსები ამ პიესებს ხშირად ადარებენ ბახის მუსიკას.

ერთხელ სტეფან გრაპელმა თავის თავზე საუბრისას აღნიშნა, რომ იგი იმპროვიზაციებში ცდილობს ისეთ ხარისხობრივ მასშტაბებს მიაღწიოს, რომლებიც ბახის მუსიკას ახასიათებს. ჯაზმენი არ უარყოფს სულიერ სიახლოვეს ბახის მუსიკასთან, მაგრამ სულაც არ მოსწონს, და სამართლიანადაც, როდესაც მისი მუსიკის მიმართ იყენებენ კლასიკური მუსიკის კრიტერიუმებს.

„გოლდბერგ-ვარიაციები“ ბახის პირველი ბიოგრაფის, იოჰან ნიკოსაუს ფორკელის მტკიცებულებით (1802) – „წარმოადგენს

მოდელს, რომლის მიხედვითაც უნდა აიგოს ყველა ვარიაცია.“ ამ თეზისს დღესაც არ დაუკარგავს მნიშვნელობა; ის, რომ ბევრი „ვარიაცია“ ემყარება ბაზისულ მეტრულ, ჰარმონიულ მოდელს კანონზომიერია არა მხოლოდ ბაროკოს პერიოდისათვის, არამედ XIX-XX საუკუნეებისთვისაც. რა თქმა უნდა, ეს განსაკუთრებით რობერტ შუმანს ეხება (თუმცა, ამ ტიპის ვარიაციების ნიმუშები გვხვდება შუმანამდელ, ბეთჰოვენთან და მის შემდეგაც, მაგ., ბრამსთან).

ბაზისულ „წყაროს“ ეტანებიან უმეტესად ჯაზ პიანისტები, ბევრი მათგანი – ელინგტონიდან ევანსამდე – უკრავს ბაზს შინაგანად, გარკვეული „ინტიმით“, თითქოს თავისთვის, ზოგიერთი უძღვნის მას თავის ჩანაწერებს. ბად პაუელის „Bud on Bach“-დან მელ უოლდრონის „Back to bach“-ით დამთავრებული. მომღერალ ნინა სიმონეს პოპულარობა მეტადაა დაგალებული ფუგის სტილში საფორტეპიანო იმპროვიზაციებისგან. ბაროკოს, ბაზის მუსიკის ზეგავლენა იგრძნობა cool ჯაზის პიანისტებზე, განსაკუთრებით კი ლენი ტრისტანოზე, მისი კონცერტები ხშირად იწყებოდა ბაზის რომელიმე ნაწარმოების ტექსტის ზუსტი შესრულებით და მხოლოდ ამის შემდეგ უკრავდა იგი „თავის მუსიკას“. ალბათ, ვერც დეივ ბრუბეკი მიაღწევდა ბაზის გარეშე დიდებას. ასევე ჯონ ლუისმა ჯგუფ „Modern Jazz Quartet“-ში მიუძღვნა თავის ჩანაწერები ბაზს „Blues on Bach“ და სოლო „Preludes and Fuges“.

უნდა აღინიშნოს, რომ ბაზის ზოგიერთი კომპოზიციის ინტერპრეტაციაში და მის ჯაზურ სტანდარტში მეტად თვალნათლივ ჩანს პოლიფონიურობისაკენ სწრაფვა. ეს ტიპური იყო ნიუორლეანის ჯაზში; სვინგისა და ბიბოპის ეპოქაში აღნიშნული ნიშნები ნაკლებად ვლინდება. cool ჯაზის მუსიკოსები კი, რომლებსაც აკადემიური განათლება ჰქონდათ მიღებული, კვლავ უბრუნებენ ჯაზს პოლიფონიზაციის პრინციპს და ბაზი მათ მუდმივ ორიენტირად რჩება.

მიუხედავად იმისა, რომ თემებში და მრავალი ჯაზური სტანდარტების ჰარმონიულ საფუძველში (მაგალითად, პიესაში „Softly, As In A Morning Sunrise“) პოლიფონიური მოდგომა არ არის, მელოდიურ ქსოვილის იმპროვიზაცია მაინც წააგავს ბაზისას. ამის ნათელი მაგალითია „All The Things You Are“: არამარტო cool ჯაზში, არამედ პარკერისეულ ბოპში, განსაკუთრებით კი ბრაზილიელი გიტარისტის ბადენ პაუელის იმპროვიზაციებში – ნებისმიერ

შემთხვევაში ჯერომ კერნის, ეს სტანდარტი მოგვგონებს ბაროკოს ეპოქას.

დაბოლოს, ბაზისა და ჯაზის მიმართებაში, უნდა გავიხსენოთ ლი კონიცი, რომელმაც ერთ-ერთ ინტერვიუში განაცხადა „მე ვუსმენ ჩემს ბაზს, და ყოველთვის ვცდილობ არ დავივიწყო, რომ ჯაზი სწორედ მისგან წარმოდგა. მე ვფიქრობ, ბაზი იყო პირველი ჯაზ-მუსიკოსი. მის მუსიკაში არის იგივე სვინგი და იგივე შინაარსი, რაც ჩემთვის ჯაზს წარმოადგენს... მე თითქმის ყოველდღე ვუსმენ მის სუიტებს ვიოლონჩელოსათვის, უფრო გრანდიოზული, უფრო ამაღლებული მუსიკა მე არ მეგულება“.

50-იანი წლების ბოლოს ჯაზის პრინციპებისა და თანამედროვე აკადემიური მუსიკის ელემენტების შერწყმის შედეგად წარმოიშვა თანამედროვე სტილური მიმართულება სახელწოდებით „მესამე მიმდინარეობა“ (Third Stream), „მესამე მიმდინარეობა“ წარმოიშვა აკადემიური მუსიკალურ ხელოვნებისა და ჯაზის სინთეზის საფუძველზე და მას უკავია შუალედური პოზიცია მათ შორის (ტერმინი ეკუთვნის ამ მიმართულების ფუძემდებელს გიუნთერ შიულერს).

ამდენად, მუსიკის ეს ორი სფერო – ჯაზი და კლასიკა ურთიერთ ზემოქმედებდა, და ეს ორმხრივი პროცესი პარალელურად მიმდინარეობდა.

დღეს, ჯაზურ და კლასიკურ მუსიკას ერთი და იგივე პროცენტული მაჩვენებელი უკავია ამერიკული მუსიკის ბაზარზე. დღევანდელი ჯაზური მუსიკა ახალ-ახალი იდეებით ამდიდრებს თანამედროვე მუსიკალურ სივრცეს – ხდება მუსიკალური ხელოვნების სხვადასხვა სფეროების, ჟანრების, მიმართულების ინტეგრაცია, მათ შორის კვლავაც აქტუალურია ჯაზისა და კლასიკური მუსიკის შერწყმა, რამაც გამოიწვია ე. წ. ზღვრის წაშლა – კლასიკური მუსიკის და ჯაზის შემსრულებლებს შორის. ამის დასადასტურებლად მრავალი მაგალითი შეიძლება მოვიყვანოთ: ოსკარ პიტერსონით... დაწყებული, ბრედ მელდაუთა და იარონ ჰერმანით დამთავრებული.

საგულისხმოა ისიც, რომ აღნიშნული მუსიკოსები უმაღლესი აკადემიური განათლება მიღებული არიან და შესანიშნავად ასრულებენ კლასიკურ მუსიკას, როგორც პირველადი ორიგინალის სახით (მაგალითად, კიტ ჯარეტის შესრულებით ბაზის „ეტკ“-ს I და II ტომი და შოსტაკოვიჩის პრელუდიების და ფუგების I და II ტომი, რიკ კორეას და ბობი მაკფერენის მოცარტის №23 კონცერტი, კიტ

ჯარეტის მოცარტის №23 კონცერტი, უინტონ მარსალისის ვივალდის №2 კონცერტი საყვირისათვის, მოცარტის რე მაჟორული კონცერტი საყვირისათვის და სხვ.), ასევე მის ჯაზურ სტილში ინტერპრეტაციისას.

1. Конен В., Рождение джаза, М., 1990. გვ. 5-44.
2. Переверзев Л., Жив ли джаз? ежедневный сетевой журнал «ДЖАЗ.РУ», 1998, Выпуск #43. გვ. 15.
3. Панасье Ю., История подлинного джаза Л. 1978 გვ. 75-81.
4. Shipton A., Groovin' High: the Life of Dizzy Gillespie, New York, 1999.
5. ე. ბუჩუკური, იმპროვიზაციულობა როგორც საზოგადოებრივი პრინციპი და ჯაზი/ამერიკის შესწავლის საკითხები, N 2, 2003, გვ. 352-357.
6. Курмаев С., ДЖАЗ — МУЗЫКА ДВАДЦАТОГО ВЕКА, Бостон, 2007.
7. The New GROVE Dictionary of Music and Musicians, №9, 1989, გვ. 561-579.
8. Саргент У., ДЖАЗ М., 1987. გვ. 218-225.
9. Лобанова М., Западноевропейское музыкальное барокко: Проблемы эстетики и поэтики, М., 1994.
10. Панасье Ю., История подлинного джаза Л. 1978 გვ. 234.
11. Велфле М. А., Джаз и Бах _ Дюк Иоганн? Каунт Себастиан?, Jazz-Квадрат, 2007. გვ. 27.

- www.swingtime.ru
- www.apassion4jazz.net
- www.jazz.ru/eng/history/default.htm

ანტიკური ტრადიცია XX საუკუნის მუსიკალურ-სცენურ ნაწარმოებებში – ქანონის ინტერპრეტაციის საკითხები

კაცობრიობის ისტორიაში ერთ-ერთი პირველი მაღალგანვითარებული ცივილიზაციის – ძველი საბერძნეთის კულტურული მემკვიდრეობა ასწლებულების მანძილზე არაერთხელ გახდა სხვადასხვა ეროვნების დიდ ხელოვანთა შთაგონების წყარო. სწორედ მათი შემოქმედების წყალობით შეიქმნა და დამკვიდრდა წარმოდგენა ძველ საბერძნეთზე, როგორც ჰარმონიულ, დახვეწილ, იდეალურ სამყაროზე, მაგრამ მათ შორის არც ერთისთვის ყოფილა ეს სამყარო ჩვეულებრივი ყოველდღიურობა, ამიტომაც იყო ეს წარმოდგენები პირობითი.

სწორედ ანტიკური მუსიკის აღორძინების მცდელობას დაუკავშირდა ოპერის დაბადება XVI-XVII საუკუნეების მიჯნაზე, მაგრამ, როგორც გერმანელი კომპოზიტორი კარლ ორფი წერდა, ოპერის ისტორია, რომელიც, ცხადია, მუსიკალური ჟანრების და გამოქმნის ხელოვნებითი საშუალებების განვითარების პროცესში აღმოცენდა, მაინც შეცდომით დაიწყო.¹ აქ იგულისხმება ფაქტი – ფლორენციის წრის წევრები დაახლოებით 1600 წლისთვის ბერძნულ ტრადიციას მუსიკალურად მიიჩნევდნენ არა მარტო საუხუნოდ პარტიებში, არამედ მთლიანად. პირველი იტალიური ოპერა და საერთოდ, ევროპული მუსიკალური თეატრის პირველი ნაწარმოები პერისა და რინუნჩინის „დაფნე“, იყო მცდელობა შეესრულებინათ – ემღერათ ბერძნული ტრადიცია.

ოთხი ასწლებულის წინ დაწყებულმა ამ პროცესმა – ინტერესმა ანტიკური თეატრისადმი – საუკუნეთა განმავლობაში რამდენჯერმე, მათ შორის გასული საუკუნეში, კიდევ ერთხელ იჩინა თავი. ანტიკურ სიუჟეტებზე მრავალრიცხოვანი ნაწარმოები შეიქმნა: ოპერები – რიჰარდ შტრაუსის „ელექტრა“, ერნსტ კრჟენიკის „ორესტეს ცხოვრება“, ჯორჯე ენესკუს „ოიდიპოს მეფე“, კარლ ორფის ამავე სახელწოდების მუსიკალური ტრადიცია, მიო-კლოდელის „ორესტეა“ და მთელი რიგი „წუთ-ოპერებისა“; იგორ სტრავინსკის „ოიდიპოს

მეფე“, არტურ ონეგერის, ასევე კარლ ორფის „ანტიგონე“ და სხვა. მოგვიანებით ამ თემატიკას თავიანთ სცენურ opus-ებში მიმართავენ პიერ ბულეზი, იანის ქსენაკისი, ლუიჯი ნონო, ჰანს ვერნერ ჰენცე. თითოეულ მათგანთან სხვადასხვაგვარად გაიაზრება დრამატურგიის, სტილის, მუსიკალური ენის და, რაც ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანია, ჟანრის საკითხი.

საერთოდ, ამა თუ იმ ჟანრისადმი მიკუთვნებულობის პრობლემა გასულ საუკუნეში განსაკუთრებით გამწვავდა და ერთიანად შეეხო როგორც ინსტრუმენტული, ისე ვოკალური მუსიკის ყველა ნაირსახეობას, მათ შორის, მუსიკალურ-სცენურსაც. მოხსენებაში ოპერის ნიშნების მატარებელ მრავალრიცხოვან opus-თა შორის ყურადღებას მხოლოდ იმათზე შევაჩერებთ, რომლებიც სწორედ ანტიკური, უფრო ზუსტად კი ძველი ბერძნული ტრაგედიის კლასიკოსების შემოქმედებით არიან ინსპირირებულნი, განვიხილავთ, თუ როგორ ხდება მათში ამ ყველა დროისთვის აქტუალური თემატიკის ახალ დროსა და სივრცეში გადმოტანა – გათანამედროვეება და როგორ აისახება ეს ნაწარმოების ჟანრულ ბუნებაზე. კონკრეტულად კი შევეხებით იგორ სტრავინსკის „ოიდიპოს მეფეს“, არტურ ონეგერის, ასევე კარლ ორფის „ანტიგონეს“, იანის ქსენაკისის „ორესტას“.

XX საუკუნის 20-იან წლებიდან აღორძინებული ანტიკური სიუჟეტები, სხვადასხვა დროს სხვადასხვა ჟანრული და სტილური დამუშავებების სახით გვხვდება. მათ ვხედავთ ჯერ კიდევ ექსპრესიონისტებთან, ნეოკლასიციზმთან, ახალ პოზიტივისტებთან. მათ მიმართავდნენ პ. კლოდელი, ო. კოკოშკა, და პ. პიკასო, ჟ. კოკტო. ცნობილია ჟან კოკტოს სიტყვები: „თვითმფრინავიდან ვისურვებდი ძველი საბერძნეთის ფოტოგრაფირებას“². ეს სიტყვები აშკარად მიუთითებს ანტიკურობის გათანამედროვეების იმ მისწრაფებაზე, რომელიც ანტიკურ სიუჟეტებზე შექმნილი მუსიკალურ-სცენური ნაწარმოებებისთვის დაწერილ მის ტექსტებში გამოვლინდა.

განსახილველი ნაწარმოებების შექმნის თარიღებს ერთმანეთისგან მიახლოებით ოცწლიანი დროითი ინტერვალები აშორებთ³, მაგრამ ანტიკურობისა და თანამედროვეობის შერწყმის მცდელობა აახლოებთ, თუმცა განსხვავებულია ავტორთა მიზნები და შესაბამისად შედეგებიც. თუ ქსენაკისი მიზნად ისახავდა ძველი ბერძნული თეატრის ელემენტების რეკონსტრუირებას, თანამედროვეობის სარკეში თავისებური არქეოლოგიური სურათის ანარეკლის შექმნას, და მთელი რიგი ორიგინალური ხერხების გამოყენების წყალობით სრულად

მიიღწია მიზანს⁴, ონეგერთან და სტრავინსკისთან ანტიკურის გათანამედროვეების ტენდენცია და ზოგადად, ინტერესი ანტიკური თემატიკისადმი ნეოკლასიციზმთან არის დაკავშირებული. „ანტიგონე“ და „ოიდიპოსი“ ერთსა და იმავე პერიოდში (1926-1927 წწ.), ერთსა და იმავე კულტურულ სივრცეში იქმნებოდა, მაგრამ მათ შორის თვისობრივი განსხვავებებია. სტრავინსკი მიზნად ისახავს აღადგინოს ოპერა-ორატორიის⁵ ჟანრი ანტიკურ სიუჟეტზე დრამატურგიის, ფორმის, მუსიკალური ენის, ტექსტის არქაიზაციის ნიშნით; ონეგერი კი „ანტიგონეს“ ქმნის, როგორც მუსიკალურ დრამას, მაგრამ, თავად მას „მუსიკალურ ტრაგედიას“ უწოდებს⁶. კომპოზიტორისთვის ოპერის მიახლოება ორატორიასთან იმ პერიოდში შექმნილი სიტუაციიდან გამოსავალი იყო: „ოპერაში სამი დიდი მუსიკოსი ბატონობს: ვაგნერი, დებიუსი და რიჰარდ შტრაუსი. თუ დებიუსის გავლენას გაეცევი, მეორე უკიდურესობისკენ – მასნესკენ წახვალ; შტრაუსიდან პუჩინისკენ გადადიან – ეს კიდევ უფრო უარესია. უკანდახვეის ნაცვლად (უკანდახვეა ხომ დამარცხებას ნიშნავს), რატომ არ ვეძებთ ახალი გზები?“⁷ – წერდა ონეგერი. ასეთი გზა მისთვის იყო ოპერის გამდიდრება ეპიკური, გმირულ-ხალხური თემატიკით, მისი დაახლოება ორატორიასთან, რაც „მეფე დავითში“ და „ივლითში“, მოგვიანებით, მეტნაკლებად „ანტიგონეში“ გამოვლინდა.

თუ სტრავინსკი და ორფი მიზნის განსახორციელებლად სტილიზაციას მიმართავენ, ონეგერი ანტიკურ სიუჟეტებს ზოგადსაკაცობრიო თემატიკის თვალსაზრისით იაზრებს. მას მიაჩნია, რომ სტილიზაციის გზით ასეთი მარად ცოცხალი და აქტუალური პრობლემების გადმოცემა აღარიბებს მას და ამასთანავე ბოჭავს შემოქმედებით როლს. ამიტომ იგი კრიტიკულად ეკიდება სტრავინსკის ნეოკლასიციზტური ოპერების და ბალეტების მთელ სერიას. ანტიკურის გათანამედროვეება ონეგერთან გამოიხატება სახეობრივ დახასიათებებში და მუსიკალურ ენაში და, რაც ძალიან მნიშვნელოვანია, ტექსტში. კოკტოს ტექსტის შესახებ იგი ამბობდა, რომ ესაა ტექსტი, რომელიც „ცრუ „ლიტერატურაში“ (ბრჭყალები ჩემია – მ. ს.), არქეოლოგიის, ყალბი დიდებულების გარეშე გადმოსცემს წარსულის ამ ჭეშმარიტებას, რომელიც მარადიული გახდა“⁸. მკვეთრმა, ყოველგვარ რომანტიზმს მოკლებულმა კოკტოს ტექსტმა უბიძგა ონეგერს, რომ თავისი სახეებისთვის ეძებნა შესატყვისი მკვეთრი შეფერილობები, მოკლებული უმცირეს სირბილესა და სენტიმენტალობას. გარდა ამისა,

კომპოზიტორი ახდენდა მოვლენების დროში შემჭიდროებას, იყენებდა დამდაბლებულ სტილისტიკას, თითქმის ყოფით, ლექსიკას, რომ ამ გზით ანტიკური ტრადიცია უფრო გასაგები გახდა XX საუკუნის მსმენელისათვის. „ტექსტის შემჭიდროებამ გაუთვალისწინებელი შედეგები მოიტანა: მკვეთრი, ხისტი სცენების და მრავალრიცხოვანი „სიკვდილების“ დროში დაახლოება მის ზემოქმედებას კი არ აძლიერებს, არამედ პირიქით, ასუსტებს, რადგან მსმენელი მათ აღქმას და გააზრებას ვერ ასწრებს [...] კოკტოს მიერ სოფოკლეს ტექსტის თავისუფალი ადაპტაცია დრამატული პოეზიის ამ შედეგს მშრალ საგაზეთო ქრონიკას ამსგავსებს“⁹. დრამატიზმის, სცენური დამაბულობის მხრივ „ანტიგონე“ შორდება ორატორიას და უფრო მეტად უახლოვდება „წმინდა“ ოპერას, ვიდრე ონეგერის ამ ტიპის ადრინდელი ქმნილებები, რომლებშიც საგუნდო ეპიზოდების სიჭარბე და დრამატურგიის ეპიკურობა აშკარად შეინიშნება. მუსიკალური განვითარების სწრაფვით დინამიკა, ნათელი, მკაფიო თეატრალური ქმედება, დეკლამაციური მონოდიის ბატონობა „ანტიგონეს“ საოპერო დრამატურგიის ნიშან-თვისებებია. კომპოზიტორი თეატრალური დრამატურგიის კანონებს ემორჩილება და ცდილობს მის თავისებურებებს ოპერის სპეციფიკა მიუსადაგოს. „ანტიგონე“ სინთეტიკური ნაწარმოებია, მოქმედების განვითარებული ელემენტებით (სწრაფი ტემპი და რიტმი, თეატრალური დრამატურგიის კანონზომიერებების მიხედვით სცენების განლაგება, მოქმედების კონცენტრირებულობა, მისი მიმართება ერთიანი კულმინაციისკენ და ა. შ.). მაგრამ გუნდი-ხალხის მუდმივი – ხილულად და უხილავად – ყოფნა სცენაზე, მაღალი განზოგადების მომენტი და პოზიტიური იდეის განმტკიცება (კვანძის ტრაგიკული გახსნის მიუხედავად) აახლოებს მას ონეგერისვე სხვა ოპერა-ორატორიებთან, ამიტომ, ზოგიერთი მკვლევარი „ანტიგონესაც“ ოპერა-ორატორიას უწოდებს.

სტრავინსკი სხვა გზით მიდის. უპირველეს ყოვლისა, ის იღებს სოფოკლეს „ოიდიპოს მეფის“ თემატიკას იმიტომ, რომ ზოგადსაკაცობრიო სიუჟეტი სჭირდება, ან, იმ ზომამდე ცნობილი, რომ არ საჭიროებდეს დაწვრილებით გადმოცემას. „მინდოდა პიესა, როგორც ასეთი, უკანა პლანზე გადამეწია, რადგან ვფიქრობდი ამით გამოძეკვითა მისი დრამატული არსი და თავი გამეთავისუფლებინა, რომ უფრო მეტად ჩავლრმავებოდი მუსიკალურ დრამატიზაციას“ – წერდა კომპოზიტორი¹⁰. შესაძლოა, ამიტომაც არ მოექცა იგი კოკტოს ტექსტის გავლენის ქვეშ, პირიქით, ძალზე აქტიურად ჩაერია ლიბრეტოს

შექმნაში, ვიდრე არ შეიქმნა არა დრამა მოქმედებით, არამედ „რადაც „ნატურმოტის“ მსგავსი“. „რა ეკუთვნის ლიბრეტოში კოკტოს? [...] ვფიქრობ უფრო ნაკლებად ფორმა, ვიდრე ფრაზების აღნაგობა [...] მაგრამ მუსიკა მოდის სიტყვების გვერდის ავლით და მთლიანად შთაგონებულია სოფოკლეს ტრადიციით“¹¹.

კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი ტექსტთან დაკავშირებით არის ისიც, რომ კოკტოსეული ფრანგული ტექსტი ლათინურად ითარგმნა და მსმენელისთვის კვლავ გაუგებარი დარჩა. ამასაც თავისი მიზეზი ჰქონდა, რომელსაც კომპოზიტორი ასე ხსნიდა: „დღი ხანია მინდოდა დამეწერა ოპერა მკვლარ ენაზე. ლათინურს სულაც არ აღვიქვამდი მის კათოლიკურ-კლერიკალურ ასპექტში, არამედ საფუთიაქო, იურისპრუდენციულ, ნოტარიალურ, სამეცნიერო – ერთი სიტყვით, მეტად ზუსტ და მყარ ენად მესახებოდა. იგი ჩემს ოპერაში დეკორატიულია, სტატიკური, უძრავი, მასიური“¹². გარდა ამისა, ლათინურის საშუალებით სტრავინსკი ნეოლასციისტური თეატრისთვის დამახასიათებელ გაუცხოების ეფექტსაც აღწევს, მაგრამ ნაწარმოების შინაარსისგან მაყურებლის სრული გამიჯვნის თავიდან ასაცილებლად შემოჰყავს სპიკერი (მთხრობელი), რომელსაც ორგვარი ფუნქცია აკისრია: იგი პუბლიკას მათთვის გასაგებ ენაზე ესაუბრება და ამით ეხმარება გაჰყვეს მოვლენების მსვლელობას. მეორე მხრივ, გვევლინება რა შუალედურ „რგოლად“ შემსრულებლებსა და მაყურებელს შორის, აძლიერებს გაუცხოებას და კიდევ უფრო მეტ ობიექტივიზაციას ახდენს. აღსანიშნავია, რომ ამ სტატიკურ ნაწარმოებში მხოლოდ სპიკერი მოძრაობს. მ. დრუსკინი გამოთქვამს ვარაუდს, რომ ეს შესაძლოა მეიერჰოლდის ზეგავლენა იყოს, რომელიც 1908 წელს წერდა: „საჭიროა უმოძრაო თეატრი. ეს არაა არნახული, არასდროს არსებული რამ. ასეთი თეატრი უკვე იყო. საუკეთესო ტრადიციები: „ევმენიდები“, „ანტიგონე“, „ელექტრა“, „ოიდიპოსი კოლონოსში“, „პრომეთე“, „ქოფეორები“ უმოძრაო ტრადიციებია. მათში ფსიქოლოგიური ქმედებაც არაა, მატერიალურზე რომ არაფერი ვთქვათ. ანუ, არაა ის, რასაც სიუჟეტს ვუწოდებთ“¹³.

სტრავინსკის „ოიდიპოს მეფეში“ ორატორიის წილი გაცილებით აღემატება ოპერისას. ძალზე მცირეა არიების რაოდენობა, მაშინ, როცა მოქმედების მთავარი წარმმართველი გუნდია. შეკრული, მკაცრი საგუნდო სცენები ჰენდელის ორატორიებთანაც ავლენენ გარკვეულ მსგავსებას. კომპოზიტორი უპირველესად განვითარების წმინდა მუსიკალურ კანონზომიერებებს ემორჩილება და ამას ლიტერატურული

და თეატრალური მხარე ეწირება (აქედან – ლათინური ტექსტი და მოქმედების სტატიკურობა, რის წყალობით სტრავინსკისთან ორატორიის ნიშნები ჭარბობს). „შინაარსის მიხედვით „ოიდიპოს მეფე“ შეიძლება ოპერად ჩავთვალოთ, ან არა. მაგრამ მოძრაობის თვალსაზრისით სრულიად არასაოპერო ნაწარმოებია“ – წერდა კომპოზიტორი „დიალოგებში“¹⁴.

ანტიკურ ტრაგედიებზე შექმნილ კარლ ორფის სცენურ ნაწარმოებებს, მათ შორის „ანტიგონესაც“ (1949 წ.) სტრავინსკის „ოიდიპოს მეფესთან“ აკავშირებთ ანტიკური თეატრისთვის დამახასიათებელი ფორმების და ჟანრული თავისებურებების აღორძინების მცდელობა. ამასთან, ორფი ათანამედროვედა ძველ ბერძნულ სიუჟეტებს მხოლოდ მუსიკის საშუალებით. ლიტერატურული წყაროს დრამატურგიულ ქსოვილს, ტექსტს, უძველეს პრობლემასიკას (რომელთაც ონეგერის მსგავსად ყველა დროისთვის აქტუალურად მიიჩნევდა) – ხელუხლებლად ტოვებდა. „ანტიგონესთან“ დაკავშირებით კომპოზიტორი წერდა: „ჩემი ამოცანა იყო, არაფერი მიმემატებინა სოფოკლეს ტრაგედიისთვის, მხოლოდ ინტერპრეტირება მომეხდინა თანამედროვე საშუალებებით [...] „ანტიგონე“ არაა ჩვეულებრივი სარეპერტუარო ნაწარმოები საოპერო თეატრისთვის, ესაა საკულტო თეატრის საზეიმო წარმოდგენა [...] აქ ჩემს ნაწარმოებზე არაა საუბარი, არამედ სოფოკლეს ტრაგედიაზე, რომლის მიღმა მთელი სამყაროა“¹⁵. საინტერესოა, რომ თავად კომპოზიტორი თავის ანტიკურ ტრაგედიებს „საკულტო დრამებს“ უწოდებს¹⁶.

„ანტიგონეში“ ანტიკური დრამა ღრმა ტრაგიკულ განზოგადებას ინარჩუნებს. მუსიკა სანახაობის ერთ-ერთი ატრიბუტია, რომელიც თეატრის კანონებს ემორჩილება, ამ შემთხვევაში – ბერძნული ტრაგედიის.

ორფი ანტიკურ ტრაგედიებს აღიქვამდა არა როგორც წმინდა მუსიკალურ, არამედ სინთეტურ ნაწარმოებებს. მან უარი თქვა სპეციალურად შედგენილ ლიბრეტოზე და „ანტიგონეში“ სოფოკლეს ტექსტის გერმანულ ენაზე ჰელდერლინისეული თარგმანი გამოიყენა. ესქილეს მიხედვით შექმნილ „პრომეთეში“ კი, ქსენაკისის მსგავსად, საერთოდ უარყო ყოველგვარი თარგმანი და შეინარჩუნა ძველი ბერძნული ენა, რომელიც მისთვის სიმბოლური მნიშვნელობის იყო, როგორც პირველი ენა, რომელზეც შეიქმნა ევროპული კულტურა¹⁷.

კომპოზიტორი ცდილობს თანამედროვე სცენის პირობებში კლასიკური ტრაგედიის უტყუარი ფორმა თანამედროვე მუსიკალური

ენისა და ინსტრუმენტების საშუალებით გააცოცხლოს. მაგალითად, ტექსტის მუსიკალური ინტერპრეტაციისთვის იგი ირჩევს ტუნწ, მკაცრ დეკლამაციურ სტილს: იყენებს ერთხმად ფობურდონულ გუნდებს ძველი იტალიური მადრიგალების სტილში და სოლოებს გამოკვეთილად ფიქსირებული რიტმით, მკვეთრად შეზღუდულ საორკესტრო პალიტრას. მელოდია რაც უფრო იშვიათად ჩნდება, მით ნათლად და მნიშვნელოვნად ჟღერს. კომპოზიტორი ცდილობს შექმნას რიტმულად ორგანიზებული რეჩიტაციის განსაკუთრებული ტიპი, რომელიც ცნობილი იყო, როგორც გავრცელებული და მიღებული ძველ ბერძნულ თეატრში. დეკლამაციის და რეჩიტაციის შეცვლა ერთ ბერძნულ ფსალმოდირებით – ლეთისმსახურების რიტუალით არის შთაგონებული. ბიზანტიური ლიტურგია უფრო ახლოა ბერძნულ ტრაგედიასთან, ვიდრე ოპერა.

ორკესტრი მაქსიმალურად უახლოვდება ანტიკურ ინსტრუმენტარიუმს (ცხვლებით იშვიათ ინსტრუმენტებს, „არქაულ დასარტყამებს“, არატრადიციულ შემადგენლობას)¹⁸; გამოხატვის საშუალებები ტუნწია, ტემბრები – ერთმნიშვნელოვანი, ერთფუნქციური, განსაზღვრული პერსონაჟისთვის თუ სიმბოლო-იდეისთვის მისადაგებული. ორფი უარს ამბობს სიმფონიური ორკესტრისთვის ტრადიციულ შინაგან ორგანიზებაზე და იყენებს ორიგინალურ ინსტრუმენტულ შემადგენლობას. მასთან პირველ ადგილზე სიმღერა, სიტყვა, მეტყველების მუსიკაა, ინსტრუმენტული თანხლება – დაქვემდებარებულ როლშია. სხვადასხვაობა, სახასიათო დეტალები მინიმალურია, მაქსიმალური კონცენტრაცია, ძირითადად, ერთ განწყობილებაზეა, დაცულია სტილის სიწმინდე, მუსიკალური და ფერწერულ-დეკორატიული საშუალებები მკაცრად შეირჩევა, არ ვითარდება ფსიქოლოგიური კონფლიქტები, დაპირისპირებულია მხოლოდ პირობითად შავი და თეთრი. ამ თვისებებით ორფის ნაწარმოები ონეგერის „ანტიგონეს“ სრული ანტიპოდაა.

თუ სტრავინსკიმ „ოიდიპოსში“ კოკტოს ტექსტის ლათინური თარგმანი გამოიყენა, ონეგერმა – კოკტოს მიერვე ფრანგულად ადაპტირებული სოფოკლეს ტექსტი, ორფმა – სოფოკლეს ჰელდერლინისეული თარგმანი, რომელშიც ანტიკური მეტრი ორგანულად ერწყმის გერმანულ სინტაქსურ სტრუქტურებს. შესაბამისად, ორფის „ანტიგონე“ ბერძნულ ორიგინალთან ყველაზე ახლოა და, ამ მხრივ, ერთგვარად ენათესავება ქსენაკისის „ორესტას“ – სოფოკლესეული ტექსტის უცვლელად გადმოცემის გამო და

მეორე მხრივ, – სტრავინსკის და ქსენაკის სტილიზაციის გამოყენების გამო.

თუ ზემოთ განხილული სამი ნაწარმოების ჟანრული მიკუთვნებულობის საკითხი მეტნაკლებად გარკვეულია, ეს პრობლემა ნამდვილად დგას ქსენაკისთან. ზოგადად, ეს ნაწარმოები მრავალი პარამეტრითაა საინტერესო. ამიტომ, „ორესტეას“ შედარებით ვრცლად მიმოვიხილავთ.

უპირველესად, აღსანიშნავია მისი ადგილი და მნიშვნელობა თავად კომპოზიტორის შემოქმედებაში, რომელსაც ხშირად, ფართოდ გავრცელებული და არცთუ მართებული წარმოდგენების მიხედვით მხოლოდ რთული და რიგითი მუსიკოსისთვის გაუგებარი თეორიების შედეგად შექმნილის იარაღად აკრავენ. „ორესტეა“ ისევე ამსხვრევს ქსენაკის შესახებ ფართოდ გავრცელებულ შეხედულებებს, როგორ თავად ქსენაკისი, რომელიც ამ opus-ით ანტიკურ სამყაროზე საყოველთაოდ გავრცელებულ წარმოდგენებს ცვლის.

„ორესტეას“ თამაზად შეიძლება ვუწოდოთ უნიკალური ნაწარმოები – იგი ბერძნულ თემატიკაზე ბერძენი კომპოზიტორის ქმნილებაა.

„ჩემ მიერ დამუშავებულ ანტიკურ ტრაგედიებში, ვცდილობ მოვახდინო ანტიკური თეატრალური დეკლამაციის, მელოდიკის რეკონსტრუირება, თანამედროვეობის სარკეში არქეოლოგიური სურათის ანარეკლი შევქმნა“¹⁹ – ასე ახასიათებს ქსენაკის ანტიკურ ტექსტებზე შექმნილ თავის opus-ებს, მათ შორის „ორესტეასაც“, რომელიც კომპოზიტორის შემოქმედებაში ამ ტიპის ნაწარმოებების ერთ-ერთ ყველაზე სრულყოფილ ნიმუშად ითვლება.

1965-1966 წლებში, როცა ნაწარმოები იქმნებოდა, ევროპაში ჯერ კიდევ ბატონობდნენ ავანგარდისტული იდეები, რომელსაც ქსენაკისიც იზიარებდა. ამ ფონზე ერთგვარი კონტრასტი შექმნა „ორესტეამ“, თავისი უჩვეულო, შეიძლება ითქვას, ავანგარდისტის მითებზელი ჟღერადობით, ანტიკურ ტრადიციებთან მჭიდრო კავშირით, რაც მუსიკალური ენის ცალკეულ თვისებებში, აღნაგობის და რაც მთავარია, ჟანრის თავისებურებებში გამოვლინდა.

სხვადასხვა მკვლევართან ნაწარმოების ჟანრის პრობლემა სხვადასხვაგვარადაა გადაჭრილი. „ორესტეა“ ცნობილია, როგორც ოპერა, იმავდროულად, კომპოზიტორი კატეგორიულად აცხადებს, რომ ოპერა მისთვის მკვდარი ჟანრია და ამ სფეროში საკუთარ თავს ვერ ხედავს. თუკი კომპოზიტორი გადაწყვეტს ოპერის დაწერას,

უნდა იპოვოს გამოსახვის სრულიად განსხვავებული საშუალებები... მას ვერავინ აცდუნებს ამ წინადადებით²⁰.

Grove-ს ლექსიკონში „ორესტეასთან“ დაკავშირებით ვკითხულობთ: „ოპერების შექმნის ნაცვლად ქსენაკისმა განავითარა „ხელოვნებათა სინთეზის“ საკუთარი ხედვა ანტიკური დრამის საფუძველზე“. Boosey & Hawkes-ის გამოცემაში „ორესტეა“ განსაზღვრულია, როგორც ნაწარმოები გუნდისა და კამერული ანსამბლისათვის; ე. ფერაპონტოვა უწოდებს „მსხვილ ვოკალურ-ინსტრუმენტულ ნაწარმოებს, რადიკით ახლოს მდგომს ორატორიასთან“²¹.

ქსენაკისის „ორესტეას“ ჟანრის დასადგენად ჩვენ, უპირველეს ყოვლისა, დავინტერესდით, თუ რომელ ჟანრს მიეკუთვნებოდა ესქილეს ტრილოგია.

როგორც გამოირკვა, „გუნდების დიდი რაოდენობის, მათი მნიშვნელოვანი მასშტაბების გამო ესქილეს „ორესტეას“ ჟანრი ჯერ კიდევ ორატორიულად კვალიფიცირდება, თუმცა, აქ ორატორია თავის კრიზისს აღწევს და ცალკეულ ადგილებში ნამდვილ დრამად გარდაიქმნება“²².

ამგვარად, ხელთ გვაქვს რამდენიმე ცნება: ოპერა, ორატორიულობა, კამერულობა, ხელოვნებათა სინთეზი. თუ მათ სათითაოდ განვიხილავთ, აღმოჩნდება, რომ: „ორესტეას“ ნამდვილად გააჩნია ოპერის რიგი ნიშნებისა. ესაა მუსიკისა და დრამის სინთეზი, დამახასიათებელი პერიპეტეიებით, პერსონაჟებით, მათი მეტ-ნაკლებად გამოკვეთილი ხასიათებით, კვანძის შეკვრით, კულმინაციით და გახსნით და, რაც მთავარია, სცენური მოძრაობით და არა სცენური ქმედებით (პარტიტურაში კომპოზიტორი თავად მოუთითებს, სად, როდის, როგორ გადაადგილდებიან მონაწილენი, როგორ არიან ჩაცმულნი და ა. შ.).

სცენური ქმედება, რაც გამოარჩევს ოპერას სხვა მსხვილი ვოკალურ-ინსტრუმენტული ჟანრებისაგან, „ორესტეაში“ საერთოდ არ გვხვდება. მიუხედავად იმისა, რომ დრამა თავის თავში შეიცავს ამის რესურსს, სცენაზე არც ერთი აქტიური ქმედება არ ხორციელდება. ეს, ჩვენი აზრით, ანტიკური ტრაგედიის გამოძახილია.

ლიტერატურული პირველწყაროს შესაბამისად, აქტიური სცენური ქმედების არარსებობა, ჩვენი აზრით, ოპერის, როგორც ჟანრის წილს ნაწარმოებში არ უნდა ამცირებდეს. საოპერო ლიტერატურაში ცნობილია ე. წ. სტატიკური ოპერები, მაგ: ვაგნერის „ტრისტან და იზოლდა“, „პარსიფალი“, დებიუსის „პელეას და მელიზანდა“, ფალიაშვილის „აბესალომ და ეთერი“.

ორატორიას ოპერის მსგავსი დრამატურგია გააჩნია, მაგრამ სრულიად გამორიცხულია რაიმე სახის მოძრაობა²³. „ორესტეაში“ ორატორიის სასარგებლოდ მეტყველებს გუნდების დიდი რაოდენობა, მაგრამ გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ცალკეული პერსონაჟის ვოკალურ პარტიასაც გუნდი ასრულებს (აგამემნონის, ეგისტეს, ორესტეს, ელექტრას, ათენას, ქოროს გამძღოლი ქალის). ასეთ შემთხვევაში დრამის მხრივ წმინდა საგუნდო ეპიზოდების წილი ნაწარმოებში საკმაოდ იკლებს, თუმცა, მუსიკალურ-აკუსტიკური თვალსაზრისით, გუნდების რაოდენობის მნიშვნელობას ვერ გავუქცევით. მათ „ორესტეაში“ ძალზე საინტერესო ფუნქცია აკისრიათ²⁴.

მესამე ცნება **კამერულობაა**.

ესქილეს „ორესტეას“ სტილი განსაზღვრულია, როგორც მონუმენტურ-პათეტიკური²⁵, რასაც ნამდვილად ვერ გავიმეორებთ ქსენაკისის ქმნილებასთან დაკავშირებით. კამერულად ნაწარმოები შეიძლება უპირველესად შემსრულებელთა და პერსონაჟთა მცირე რაოდენობის გამო მივიჩნიოთ, მაგრამ არსებობს რამდენიმე საპირისპირო არგუმენტიც. აუცილებლად უნდა მივიღოთ მხედველობაში დასარტყამ საკრავთა დიდი და წარმოუდგენლად მრავალფეროვანი შემადგენლობა, რაც აბათილებს ინსტრუმენტალისტთა საერთო მცირერიცხოვნებას. გარდა ამისა, XX საუკუნეში ამ ტიპის **opus**-ებს ხშირად ახასიათებთ პერსონაჟთა სიმცირე, მაგრამ მათი მრავალფუნქციური დატვირთვა, რის თითქმის ქრესტომათიული მაგალითია შტოკჰაუზენის ჰეპტალოგია, სადაც სულ სამი პერსონაჟია, თითოეული მათგანი — რამდენიმე სახეს განასახიერებს. მსგავს შემთხვევას (ერთი პერსონაჟის მრავალფუნქციურობას) ვხვდებით თვით ძველ ბერძნულ თეატრშიც ესქილემდე²⁶.

რაც შეეხება **ხელოვნებათა სინთეზს ანტიკური დრამის საფუძველზე**: საპროგრამო ტექსტში „Notes sur la Musique du Theatre Antique“ ქსენაკისმა ახსნა „აბსტრაქტული ზოგადი მღერის“ იდეა, რომელიც წარმოიშვა „დროში და სივრცეში ინვარიანტული“ სტრუქტურების ფორმალიზაციის შედეგად. ამ დროიდან მოყოლებული ეს იდეა შეიცავს ქსენაკისის ორივე კონცეფციას: რეჩიტატივის კონცეფციას ანტიკურ თეატრში და რეჩიტატივის გამოცდილებას იაპონური კაბუკის და ნოოს თეატრებში²⁷.

ამგვარად, ჩვენ განვიხილეთ ქსენაკისის „ორესტეას“ ჟანრთან დაკავშირებული ოთხი ცნება. მათგან კამერულობა ნაწარმოების ზოგადი მახასიათებელია, ხოლო ხელოვნებათა სინთეზი — ზოგადი

კონცეფცია. აქედან გამომდინარე, გვრჩება ორი „წმინდა“ მუსიკალურ-სცენური ჟანრი: ოპერა და ორატორია.

დრამა და ორატორია, სცენური ქმედება და სცენური სტატიკა კი, როგორც ცნობილია, უძველესი დროიდან ურთიერთშეღწევადი მოვლენებია. ეს ჟანრული მახასიათებლები როგორც უკვე შევნიშნეთ, წინამორბედ ნაწარმოებებშიც უმთავრესია.

ძველი ბერძენი მოაზროვნეების მიერ საუკუნეების მანძილზე დამკვიდრებული ტრადიციის სქემას ქსენაკისი უცვლელად ინარჩუნებს. ეს საშუალებას გვაძლევს „ორესტეას“ შესახებ მსჯელობისას თამამად და დამატებითი ახსნა-განმარტებების გარეშე გამოვიყენოთ ტერმინი „ტრადიცია“. ეს კლასიკური სქემა ასევე სინთეტურ კომპოზიციაში ცოცხლდება, რომლის თითოეული ნაწილი დასრულებული მუსიკალური ნაგებობაა და, იმავდროულად, განუყოფელ მთლიანობას წარმოადგენს. მაგრამ, ამასთან, მას მიზნად არ დაუსახავს უცვლელად დაეცვა ყველა პარამეტრი ანტიკური თეატრისა. ამ უკანასკნელისთვის დამახასიათებელი ცალკეული თვისებების და ორიგინალური მიგნებების სინთეზის წყალობით კომპოზიტორი ქმნის სრულიად ახალ ჟანრს, რომელსაც პირობითად შეიძლება ვუწოდოთ სინთეტური მუსიკალური ტრადიცია ანტიკური თეატრის საფუძველზე.

ამგვარად, ირკვევა, რომ ჩვენ მიერ განხილულ მუსიკალურ-სცენურ ნაწარმოებებს საფუძვლად ერთი და იმავე ძველი ბერძნული ტრადიციის გათანამედროვების იდეა უდევთ და სხვადასხვა დონით გამოვლენილი, მაგრამ მაინც საერთო ჟანრული მახასიათებლები გააჩნიათ. მიუხედავად ამისა, ისინი საბოლოო ჯამში. ოთხ პრინციპულად განსხვავებულ სურათს გვაძლევენ. თუ სტრავინსკის „ოიდიპოსი“ ყველაზე ზუსტად ოპერა-ორატორიის ჟანრს შეესაბამება, ონეგერის „ანტიგონეში“ ოპერის წილი ჭარბობს ორატორიისას, ორფთან კი ეს ორი ჟანრი ისეთ ერთობლიობას ქმნის, რომ რთულდება განსაზღვრა, რაა საოპერო და რა ორატორული. სწორედ ამიტომ არიან კომპოზიტორი თავს კონკრეტული ჟანრის დასახელებას — „საკულტო დრამებს“ უწოდებს მათ. ორფის ანტიკურ ტრადიციებზე შექმნილი ნაწარმოებები, როგორც ო. ლეონტიევა წერს, „არც ოპერაა, არც „ანტიოპერა“. კომპოზიტორის ჩანაფიქრი რომ გავიგოთ, უნდა დავივიწყოთ ოპერის ნიშნები და გავიხსენოთ სიტყვის, ბერძნული და პლასტიკის ერთიანობის ბერძნული იდეალი“²⁸.

სწორედ ამ იდეალის აღორძინებასა და თანამედროვე სცენაზე დამკვიდრებას ცდილობს ქსენაკისი ანტიკური ტრადიციების

საფუძველზე შექმნილ თავის სცენურ ქმნილებებში. მისი ბერძნული ფესვები მთელი ნაწარმოების მანძილზე იგრძნობა, მიუხედავად იმისა, რომ ზედაპირზე არ „დევს“. „ქმნის მუსიკას, რომელიც ახალია და, მიუხედავად ამისა, „ფიზიკურად“ ცოცხალ კოსმოსს, ესქილეს ენას უსადაგებს“²⁹. იმავდროულად, ქსენაკისი ჭეშმარიტად XX საუკუნის კომპოზიტორია და ეს „ორესტეაში“ არანაკლებ მკაფიოდ აისახება. სინთეტურობა, რომელიც ზემოთ აღვნიშნეთ, ამ ეპოქისთვისაც სავსებით ბუნებრივი მახასიათებელია.

სინთეტურობას თავისთავად გულისხმობს კონცეფცია, რომელიც ქსენაკისის ამ ქმნილებას უდევს საფუძვლად – ეს თანამედროვე სცენისა და ანტიკური ტრადიციების სინთეზია. თავისი არსით სინთეტურია ნაწარმოების ჟანრული ბუნება. მასში ერთმანეთს ერწყმის ოპერა – ბოლო ოთხი ასწლეულის მონაპოვარი, ორატორია, რომელიც ფესვებს სწორედ ანტიკურ პერიოდთან მიეყვარათ, ქსენაკისის ორიგინალური იდეები და ანტიკური მეტეფორების თანამედროვეობასთან „მორგების“ ტრადიცია, რომელიც XX საუკუნის პირველ ნახევარში კიდევ ერთხელ, მორიგი სახით აღორძინდა. სწორედ ამიტომ მიგვაჩნია შესაძლებლად, „ორესტეას“ ჟანრი განვსაზღვროთ, როგორც სინთეტური მუსიკალური ტრაგედია ანტიკური თეატრის საფუძველზე.

ჩვენს მოხსენებაში XX საუკუნეში ანტიკურ თემატიკაზე შექმნილი მუსიკალურ-სცენური opus-ების მხოლოდ ოთხი კონკრეტული ნიმუში განვიხილეთ და შევეცადეთ შეგვექმნა ჟანრის სფეროში არსებული რთული სურათი, რომელიც მაგალითების ზრდასთან ერთად კიდევ უფრო გართულდება და რომელიც შემდგომი ხანგრძლივი კვლევის საგანია.

¹ Леонтьева О., Карл Орф. Москва: «Музыка», 1984, с. 105.

² Кокто Ж., Петух и Арлекин, Заметки вокруг Музыки, Москва: «Прест». 2000, с. 11.

³ იგორ სტრავინსკის „ოიდიპოს მეფე“ 1927 წელს დაიწერა, არტურ ონგერის „ანტიგონე“ – 1926 წელს, კარლ ორფის „ანტიგონე“ – 1949, იანის ქსენაკისის „ორესტეა“ – 1965-66 წლებში.

⁴ ამასთან, ქსენაკისს ერთი „უპირატესობაც“ აქვს: ანტიკური თემატიკა მისთვის ისეთივე ახლობელია, როგორც „სადღოთ გაზაფხულის“ ან „ქორწილის“ სტრავინსკისთვის ან „ჟანა დ'არკისა“ ონგერისთვის.

⁵ აქ, ჰენდელის გვიანი პერიოდის ორატორიები იგულისხმება.

⁶ იხ.: Филенко Г., Артюр Онеггер // Французская музыка первой половины века, Очерки, Ленинград: «Музыка», 1983.

⁷ Раппопорт Л., Артур Онеггер. Ленинград: «Музыка», 1967, с. 107. Цит. по кн.: Врунг J. Honegger et son œuvre, p. 113.

⁸ Ibid – с. 127

⁹ Филенко Г., Op.cit. - с. 156.

¹⁰ Стравинский И., Диалоги. Ленинград: «Музыка», 1971, с. 177.

¹¹ Ibid – 178.

¹² Савенко С., Мир Стравинского, Москва: Композитор, 2001, с. 59.

¹³ იხ.: Друскин М., Игорь Стравинский: Личность, творчество, взгляды. Л., 1974.

¹⁴ Стравинский И., Op. cit. - с. 179.

¹⁵ Леонтьева О., Карл Орф. Москва: «Музыка», 1984, с. 161.

¹⁶ Ibid – с. 161.

¹⁷ თუმცა, შესრულებისას პროგრამა შეიცავდა სრულ თარგმანს გერმანულ ენაზე.

¹⁸ ჩამონათვალი იხ.: Леонтьева О. Op. cit.

¹⁹ Baculevski K. Kwadransz Iannis Xenakisem // Ruch Muzyczny, 1980 - s. 11.

²⁰ იხ.: Ibidem.

²¹ Ферапонтова Е. Яannis Ксенакис: Через авангард к античности. Музыка и поэтика древнегреческого языка // Музыкальная академия. 2007, № 2 - с. 174.

²² იხ.: Античная Литература, Москва, 1973.

²³ თუმცა, გამონაკლისის სახით, არსებობს სტრავინსკის „ოიდიპოს მეფის“ სეიჯი ოზავასეული დადგმა The Saito Kinen Festival matsumoto, Japan, 1993.

²⁴ საინტერესოა აგრეთვე, რომ XX საუკუნის საოპერო ლიტერატურაში საგუნდო ოპერის ნიმუშიც არსებობს კარლჰაინც შტოკაუზენის Atmen gibt das Leben-ის სახით.

²⁵ იხ.: Античная Литература. Москва, 1973

²⁶ ესქილე იყო პირველი, ვინც ტრაგედიაში მეორე მსახიობი შემოიყვანა და ამით გზა გაუკვალა დრამის დაბადებას. იხ.: Античная Литература. Москва, 1973.

²⁷ Hoffmann P. Xenakis Iannis // The New Grove Dictionary of Music and Musicians. Oxford, Oxford University Press, 2006.

²⁸ Леонтьева О. Op. cit. - с. 160.

²⁹ Restagno E. Die „Oresteia“ von Iannis Xenakis // Wien-Modern – elektronik. Raum. „Musique Spectrale“. Ein Festival mit Musik unserer Zeit. ien, 2000 – s. 192.

- Aeschylus The Oresteia translated by Ian Johnston // <http://records.viu.ca/>
- Baculevski K. Kwadrans z Iannisem Xenakisem // Ruch Muzyczny, 1980.
- Hoffmann P. Xenakis Iannis // The New Grove Dictionary of Music and Musicians. Oxford, Oxford University Press, 2006.
- Restagno E. Die `Oresteia~ von Iannis Xenakis // Wien-Modern – Elektronik. Raum. `Musique Spectrale~. Ein Festival mit Musik unserer Zeit. Wien, 2000.
- Античная Литература. Москва, 1973.
- Друскин М. Игорь Стравинский: Личность, творчество, взгляды. Л., 1974.
- Кокто Ж. Петух и Арлекин. Заметки вокруг Музыки. Москва: «Прест». 2000.
- Леонтьева О. Карл Орф. Москва: «Музыка». 1984.
- Раппопорт Л. Артур Онеггер. Ленинград: «Музыка». 1967.
- Савенко С. Мир Стравинского. Москва: Композитор, 2001.
- Стравинский И. Диалоги. Ленинград: «Музыка», 1971.
- Ферапонтова Е. Яннис Ксенакис: Через авангард к античности. Музыка и поэтика древнегреческого языка // Музыкальная академия. 2007, № 2
- Филенко Г. Артур Онеггер//Французская музыка первой половины века. Очерки. Ленинград: «Музыка», 1983.

ქეთევან ჭიტაძე

დოქტორანტურის I კურსი

ხელმძღვანელი - ასოც. პროფ. ქეთევან ბოლაშვილი

ახალი ჟანრული მოდელის ძიება XX საუკუნის მუსიკაში

XX საუკუნეში მომხდარმა მნიშვნელოვანმა მიღწევებმა მეცნიერებასა და ტექნიკაში, გარდაქმნებმა სოციალურ შეცვალა სამყაროს მოდელი, რამაც იმოქმედა ადამიანის არა მხოლოდ ყოველდღიურ საქმიანობაზე, არამედ მის სულიერ სამყაროზე, ამ სფეროში მის აქტიურობაზე. ხელოვნების ყველა დარგში რადიკალური გარდატეხა მოხდა. ცხადია, ცვლილებები შეეხო მუსიკასაც, სადაც კალეიდოსკოპური სიჩქარით ერთმანეთს ენაცვლებოდა, ხშირ შემთხვევაში კი თანაარსებობდა სხვადასხვა სტილი, მიმდინარეობა, მსოფლმხედველობა.

ყოველ ახალ ესთეტიკურ პოზიციას მისთვის შესაბამისი, ახალი გამოქმენილი ხერხების სისტემის ჩამოყალიბება მოჰყვებოდა შედეგად. ბუნებრივია, მუსიკალური ენის გარდასახვის პროცესი თანდათან ზორციელდებოდა, რამაც გამოიწვია ჯერ ტონალობის რესურსების თანდათანობითი ამოწურვა და შემდგომ ისეთი სისტემების წარმოშობა, როგორებიცაა ატონალობა (თავისუფალი და ორგანიზებული), ნეომოდლობა, სერიალიზმი, ალგებრული და სხვ.

ახალი ენის წარმოშობამ განაპირობა მუსიკალური აზროვნების მთელი სისტემის, მისი ყველა დონის გარდაქმნა. ეს ცვლილებები ჯერ ენის შესაბამისი სტრუქტურების ჩამოყალიბებაში გამოვლინდა, შემდეგ კი აისახა მუსიკალური აზროვნების ყველაზე „მაღალ“, მდგრად და, ერთი შეხედვით ურყევ, ჟანრის დონეზე. მოხდა ტრადიციული ჟანრული მოდელების უარყოფა, რაც უპირველეს ყოვლისა, ავანგარდის ესთეტიკას უკავშირდება. სწორედ ამ მიმართულების კომპოზიტორებმა მოახდინეს მნიშვნელოვანი გარდატეხა ჟანრების ისტორიაში: ერთი მხრივ, მათ შემოქმედებაში იკვეთება სწრაფვა ტრადიციული ჟანრების სამსაუკუნოვანი კლიშესგან გათავისუფლებისკენ, ხოლო მეორე მხრივ – ახალი მოდელების შექმნისკენ, ცალკეულ შემთხვევებში ტრადიციული ჟანრების ურთიერთქმედების საფუძველზე.

ახალი სააზროვნო სისტემის შექმნის თაობაზე თეოდორ ადორნო წერს: „ახალი ეპოქა ეძებს ადეკვატურ ფორმებს და ეს უკვე ექსპერიმენტიია; ხშირ შემთხვევაში ექსპერიმენტს, როგორც საშუალებათა შესწავლის პროცესს მივყავართ ტიპებისა და ჟანრების კრისტალიზაციისკენ“¹.

ტრადიციული ჟანრების რესურსების ამოწურვის პარალელურად მიმდინარეობდა და ღღესაც გრძელდება ახალი ჟანრული მოდელების ძიების პროცესი. ეს პროცესი, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, განსაკუთრებით XX საუკუნის მეორე ნახევარში, ავანგარდის ესთეტიკის დამკვიდრებასთან ერთად გააქტიურდა, როდესაც ინდივიდუალიზმს გადამწყვეტი მნიშვნელობა მიენიჭა, ხოლო ტრადიცია კი იგნორირებულ იქნა: „თუ თქვენ არ უარყოფთ, არ გადააქცევთ მემკვიდრეობას tabula rasa-დ, თუ ფუნდამენტური ეჭვის ქვეშ არ აყენებთ ყველაფერს, რაც აქამდე იყო ღირებული, მაშინ ვერ შეძლებთ პროგრესირებას. ჩვენთვის ეს ეჭვები აბსოლუტური კონტროლის წერტილამდე განვითარდა“² – წერდა მუსიკალური ავანგარდის ერთ-ერთი ფუძემდებელი, კომპოზიტორი, დირიჟორი და თეორეტიკოსი პიერ ბულეზი. კომპოზიტორებმა განსხვავებული, არატიპური, „ჟანრულად ნეიტრალური“³ დასახელებების მქონე ნაწარმოებების შექმნა დაიწყეს.

XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან კლასიკური ჟანრების მიმართ ინტერესმა სულ უფრო იკლო. ეს პერიოდი შეიძლება შევადაროთ XVII-XVIII საუკუნეების მიჯნას, როდესაც პოლიფონიური აზროვნება ჩაანაცვლა ჰომოფონიურმა, თუმცა XX საუკუნეში მოხდა ადრინდელი გამოცდილების იმგვარი რადიკალური იგნორირება, როგორიც მუსიკის ისტორიას არ ახსოვს. ახალი დროის ამოცანა ტრადიციის უარყოფა და ყველაფრის ათვლის ახალი წერტილიდან დაწყება გახდა. ამ პირობებში უპირატესობა ინდივიდუალიზაციის პროცესს მიენიჭა მუსიკალური აზროვნების ყველა დონეზე. ახალი დროის ახალი საშუალებებით აღფრთოვანებული პიერ ბულეზი ამერიკელ მეგობარს და კოლეგას, ჯონ კეიჯს წერდა: „ყველა საგანს საკუთარი, დამოუკიდებელი უნივერსუმი, სტრუქტურა და მოდუსი ექნება, რომელიც ყველა დონეზე იმუშავებს“⁴.

ტოტალური ინდივიდუალიზმის ეპოქისთვის სახასიათო არასტაბილურობა იყო. ამგვარად, წინამდებარე მოხსენების ობიექტმა ჟანრმა, რომლისთვისაც, პირველ რიგში, სტაბილურობა სახასიათო, დაკარგა თავისი ჩარჩოები, ახალ მაგისტრალზე გადავიდა და ათვლა კვლავ ნულიდან დაიწყო. ამის ერთ-ერთი გამოვლინება კი

არატრადიციული დასახელების ნაწარმოებების შექმნა იყო, რაც განსაკუთრებით ხშირად ავანგარდის პერიოდში გვხვდება, თუმცა ამის ნიშნები XX საუკუნის დასაწყისიდანვე ვლინდება. მაგალითად, ისეთ ნაწარმოებებში, როგორიცაა ვარეზის *Intégrales, Arcana, Hyperprism*; ბარტოკის „მუსიკა სიმებიანების, დასარტყამების და ჩელესტასთვის“, პიესების (*Stück*) ციკლები (სხვადასხვა შემადგენლობის და სოლო საკრავებისთვის) შონბერგის, ბერგის და ვებერნის შემოქმედებაში, რომლებიც არ შეიცავენ ჟანრულ განსაზღვრებას და სხვ. გასული საუკუნის 50-იანი წლებისათვის კი, ავანგარდის ესთეტიკის დამკვიდრებასთან ერთად, სულ უფრო ხშირდება ნაწარმოებების არატიპური სახელწოდებები, რომელთა დასახელება არც ერთ შემთხვევაში არ აღძრავს ტრადიციულ ჟანრულ ასოციაციებს (წინასწარ განწყობას). აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ასეთ თხზულებებში ავტორიულ კომენტარებს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს მუსიკალური ნაწარმოებების ანალიზისას.

ჩვენს მოხსენებაში საუბარი რამდენიმე ასეთ ნაწარმოებზე გვექნება. აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ამგვარი ნაწარმოებების კონსტრუირებაში, ხშირ შემთხვევაში, მთავარია ზოგადლოგიკური პრინციპები და უმეტესად მთავარ როლს მათში ჩადებული არამუსიკალური იდეები თამაშობს, რომლებიც მათ „დამოუკიდებელ უნივერსუმს, სტრუქტურას და მოდუსს“⁵ განსაზღვრავს.

ერთ-ერთი ასეთი ნაწარმოებია გეომეტრიული ფიგურის აგებულებით ინსპირირებული ედგარ ვარეზის *Hyperprism* (ცხრა ჩასაბერი საკრავისა და ამავე რაოდენობის დასარტყამისთვის), რომელიც 1921-1923 წლებშია შექმნილი. იგი არატიპური დასახელების მქონე ნაწარმოების ერთ-ერთი პირველი ნიმუშია. ამ მხრივ, ედგარ ვარეზის ფიგურა განცალკევებით დგას XX საუკუნის პირველი ნახევრის მუსიკაში. მისი მცირერიცხოვანი ნაწარმოებიდან არც ერთს არ აქვს კლასიკური ჟანრული განსაზღვრება. თითოეული თხზულება გარკვეულ იდეას, ვერბალურ ტექსტსა თუ პრინციპს ემყარება, რომელიც უმთავრესად არამუსიკალური სფეროდანაა ნასესხები. ამის გამო მკვლევართა დიდი ნაწილი საუბრობს მუსიკის მიმართ კომპოზიტორის „მეცნიერულ“ მიდგომაზე. ვარეზი მუსიკაში ე. წ. „ტექნიკური ესთეტიზმის“, *Ars Scientia*-ს (მეცნიერული ხელოვნების) ფუძემდებელია. კომპოზიტორი აღნიშნავდა: „თუ ხელოვნების ნიმუში იწყებს ცქერას წარსულში, იგი ვერ შეესატყვისება სინამდვილეს და თავს არიდებს თანამედროვეობის პრობლემებთან

პირისპირ შეხვედრას⁶. ახალ ბეგრასთან ერთად კარეზი მისთვის ორგანული ფორმების ძიებაში იყო.

სწორედ ასეთია Hyperprism, რომლის არამუსიკალური, გეომეტრიის სფეროდან მომდინარე იდეა სხვაგვარ განხორციელებას მოითხოვდა, რასაც კომპოზიტორმა, შეიძლება ითქვას, სამაგალითოდ მიაღწია.

კარეზის Hyperprism რამდენიმე მონაკვეთისგან შედგება. მის პარტიტურაში, ინსტრუმენტების ურთიერთობაში მკაფიოდ იკვეთება სამი პლასტი-განზომილება. ესაა: დასარტყამი, ლითონის ჩასაბერი და ხის ჩასაბერი ინსტრუმენტები. თითოეულ პლასტს სიბრტყეთა გადაკვეთის თავისი წერტილი აქვს, რომელიც სხვადასხვა მონაკვეთში სხვადასხვა სივრცეში იჩენს თავს.

Hyperprism სტრუქტურული თვალსაზრისით არ ავლენს კავშირს რომელიმე კლასიკურ ფორმასთან. ჩვენი აზრით, ნაწარმოების დასახელებიდან გამომდინარე, აქ საქმე გვაქვს გეომეტრიული ფიგურის მუსიკალურ ანალოგთან. წერტილებთან, სიბრტყეებთან რომლებიც რამდენიმე განზომილებაში მოძრაობენ და ქმნიან რთულ მრავალწახნაგოვან, კრისტალურ კომპოზიციას.

Hyperprism-ის მსგავსი, არატიპური, აბსტრაქტიზებული დასახელების მქონეა 1945 წელს დაწერილი ბულეზის Notations (ნოტაციები)⁷.

საგულისხმოა Notations-ის დასახელებისადმი რუსი მკვლევარის, დ. სმირნოვის მიდგომა: „<...> სიტყვა «Notations», რომელიც ბულეზმა აირჩია, თითქოს პოეტური ასოციაციებისგან თავის დახსნის და ჩვენი ყურადღების სანოტო ტექსტზე გამახვილების მცდელობაა“⁸. და მართლაც, თითოეული პიესა განსხვავებული ფაქტურით, დინამიკითა და არტიკულაციითაა მოცემული. ესაა თორმეტი განსხვავებული მუსიკალური აზრი, ჟესტი, აფორიზმი.

აღსანიშნავია, რომ რიცხვი თორმეტი ყველა დონეზე დომინირებს. ციკლში თორმეტი პიესაა, რომელთაგან თითოეული თორმეტტაქტიანია. ყველა პიესა თორმეტტონიან სერიაზეა დაფუძნებული, რომელიც ამავე რაოდენობის განსხვავებულ როტაციამაა მოცემული. პიესებში დაფიქსირებულია შესრულების ტემპისა და ხასიათის განმსაზღვრელი თორმეტი აღნიშვნა. ყოველივე ეს ერთი, უნივერსალური მეთოდის ტოტალურობაზე მიუთითებს.

რაც შეეხება საკუთრივ პიესებს, თითოეულ მათგანში კონკრეტული ამოცანაა გადაწყვეტილი.

ბულეზის Notations – ესაა ციკლი, რომელიც შემადგენელი ნაწილების დისკრეტულობის მიუხედავად უჩვეულო ერთიანობით ხასიათდება. გამაერთიანებელ ფაქტორად, პირველ რიგში სერია გვევლინება, თუმცა არანაკლებ მნიშვნელოვანია მელოდიური თუ ინტერვალური კავშირები. რაც შეეხება ჩვენი კვლევის ობიექტს – ჟანრულ გააზრებას, Notations თავის ზოგად განსაზღვრებას იმით პასუხობს, რომ მასში განსხვავებული ნოტაციები – ნიშნები, ჟესტები, სიმბოლოები, ფაქტურები ერთიანდება.

Notations-ის მსგავსი, თუმცა ამჯერად მუსიკასთან კავშირის არქონე, ზოგადლოგიკური პრინციპიდან გამომდინარეობს კარლჰინც შტოკაჰუზენის Kreuzspiel, ანუ „ჯვარედინი თამაში“, რომელიც 1951 წელსაა შექმნილი. იგი შტოკაჰუზენის ერთ-ერთი პირველი opus-ია და მასში კომპოზიტორის თითქმის ყველა ადრინდელი თეორიული მოსაზრებაა მატერიალიზებული. ავანგარდის ერთ-ერთი ფუძემდებელი ამ ნაწარმოებით დეკლარირებს შემოქმედებით Credo-ს. ამ მხრივ, პირველ რიგში უნდა აღინიშნოს მუსიკალური ქსოვილის ტოტალური ინტეგრაციის იდეა. Kreuzspiel-ში, ჯვარედინი გადაკვეთის პრინციპი შეჯერებულია კომპოზიციის სერიალურ მეთოდთან. უნდა აღინიშნოს, რომ ჯვარედინი თამაშის პრინციპი კონკრეტულად ამ ნაწარმოებისთვის ყველა დონეზეა დამახასიათებელი.

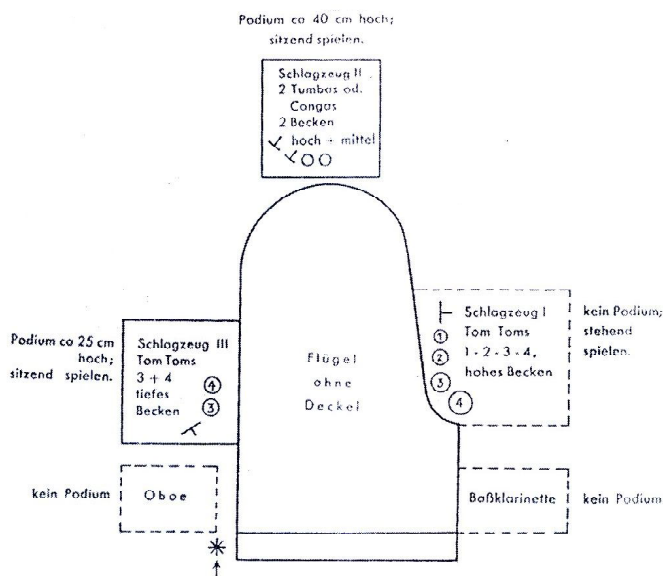
ავტორისეულ კომენტარში ვკითხულობთ: „Kreuzspiel-ში დროისა და სივრცის გადაკვეთის იდეა სამ სტადიადაა წარმოდგენილი“⁹. პირველ სტადიაში უკიდურესი რეგისტრებიდან იწყება მოძრაობა გადაკვეთისკენ, შემდეგ უკუპროცესი მიმდინარეობს, მეორეში ტემბრული გადაკვეთის იდეა განხორციელებული, მესამე სტადიაში კი ორივე პროცესი ერთდროულადაა წარმოდგენილი.

რაც შეეხება საკუთრივ მუსიკალური მასალის ორგანიზების პრინციპს, აქ სერიალიზმის ერთობ საინტერესო სახეა გამოყენებული – ჯვარედინი თამაში სერიების დონეზეც ვლინდება: „თითოეული ბეგრა რიგების გადაჯვარედინების შედეგად განისაზღვრება და ფიქსირდება“¹⁰.

Kreuzspiel-ში რიგების სხვადასხვა პარამეტრი – სიმაღლე, ინტენსივობა, ხანგრძლივობა და ტემბრი არაა მუდმივი. გადაჯვარედინების გამო ისინი ყოველ ჯერზე იცვლებიან, ხდება მათი ხელახალი ფორმირება. გადაკვეთის პრინციპი აგრეთვე სივრცულ პარამეტრზე, მუსიკალური ინსტრუმენტების განლაგებაზე ვრცელდება. პარტიტურის პირველ გვერდზე შემსრულებლებისთვის სპეციალური

მითითებებია. მსხვილი პლანით ერთმანეთს გადაკვეთს ჩასაბერებისა და დასარტყამების ტემბრები, რეგისტრები¹¹.

ინსტრუმენტების განლაგება



ამრიგად, Kreuzspiel-ის ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მასში გადაჯვარედინების პრინციპი თამაშობს მთავარ როლს. იგი ორგანულადაა შეგვრებული ერთი შეხედვით ისეთ რეგლამენტირებულ კომპოზიციურ მეთოდთან, როგორიცაა სერიალიზმი.

შტოკჰაუზენის ერთ-ერთი პირველი opus-ისთვის დამახასიათებელი უკიდურესი რაციონალიზმისგან სრულიად განსხვავებულია მაურისიო კაგელის Match (მაჭი). იგი ჩვენ მიერ გაანალიზებულ ნაწარმოებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე უჩვეულოა, რადგან უკავშირდება ისეთ ირეალურ სფეროს, როგორიცაა სიზმარი. ცნობილი ფაქტია, რომ Match-ი კომპოზიტორმა სიზმრის ნახვის შედეგად შექმნა და ავტორისეული კომენტარი ამ შემთხვევაშიც დიდ როლს ასრულებს ნაწარმოების გააზრებაში:

„ერთხელ როცა 1964 წლის პირველ აგვისტოს დილას გავიღვიძე, უცადა გავაცნობიერე, რომ უჩვეულო დეტალური სიზუსტით, დასრულებული სახით მუსიკალური ნაწარმოები დამესიზმრა.“

უპირველეს ყოვლისა, კარგად მახსოვდა მუსიკოსთა განლაგება: ორი ჩელისტი იჯდა სცენის წინა განაპირა ნაწილზე, მათ შორის კი დასარტყამ ინსტრუმენტზე შემსრულებელი როგორც „მსაჯი“.

ცნობიერებაში მკაფიოდ შემინარჩუნდა შესრულების დეტალები ჟღერადობის ტიპებთან, არტიკულაციასა და ჟესტიკულაციასთან ერთად, ასევე ნაწარმოების გამოკვეთილად „სპორტული“ ხასიათი. იმ პერიოდში ვმუშაობდი ნაწარმოებზე, რომელიც სიზმრისგან სრულიად განსხვავდებოდა შემადგენლობით და მასალის განლაგებით. ვერავითარ კავშირს ვერ ვხედავდი ამ ორი ნაწარმოების აკუსტიკურ საძვარის შორის, ვერც ფორმის და ვერც შინაარსის დონეზე. არ მინდოდა შემეწყვიტა მუშაობა თხზულებაზე, რომელზეც უკვე ვმუშაობდი, რათა ზმანებისთვის ხორცი შემესხა, თუმცა ცხრა ღამის შემდეგ სიზმარი იმავე სიცხადით გამიმეორდა. თავგზა ამებნა! ამჯერად რაღაც ჩავინიშნე, ვცადე წარმოსახვითი მუსიკალური ნაწარმოების ილუმინირებით ელემენტი კონკრეტულ ტემპებში გარდამესახა. მეორე დილას გავაცნობიერე, რომ სიზმარი ხელახლა გამიმეორდა – ამჯერად ყველაფერი გვერდზე გადავდე – ჩავთვალე, რომ ბედმა საძვარე დამიკაკუნა და სწორედ ის დრო იყო, რომ განმეხორციელებინა ჩემი მოვალეობა. „Match“ შეიძლება დღის განმავლობაში ხილვიდან რეალურ ჟღერად მასალად გადავაქციე – ის სიზმარი აღარასდროს განმეორებულა. სამწუხაროა, რადგან მინდოდა იგი დასრულებული პარტიტურისთვის შემედარებინა. Match ეძღვნება დიტერ შნებელს“¹².

უნდა აღინიშნოს, რომ Match-ში სიზმრისთვის დამახასიათებელი ალოგიკური, ქვეცნობიერი კავშირების დემონსტრირების მცდელობაა, რაც როგორც ვიზუალურ, ასევე აკუსტიკურ მხარეს ეხება.

კარლ გუსტავ იუნგის კონცეფციით სიზმარი წარმოადგენს „არაცნობიერის პირდაპირ მანიფესტაციას. მისი ენის არციოდნა გვიშლის ხელს გავიგოთ მისი გზავნილი“¹³. შესაბამისად, სიზმარს რეალობისგან განსხვავებული, ჩვენთვის ბოლომდე ამოუცნობი ლოგიკა, ასოციატური კავშირები ახასიათებს. სწორედ ასეთია Match-ი. ამიტომ მისი გაანალიზება რომელიმე, აქამდე აპრობირებული მეთოდით სრულიად წარმოუდგენელია.

Match-ში არანაკლებ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს თამაშის ესთეტიკა. Match-ის შემთხვევაში ესაა ერთგვარი, პირობითად, სპორტული შეჯიბრი ორ ჩელოს შორის, სადაც მსაჯის ფუნქციას

დასარტყამი საკრავები ასრულებენ, ამ მოსაზრებას აძლიერებს ისიც, რომ Match-ის შუაში „მსაჯი“ (დასარტყამ საკრავებზე შემსრულებელი) სასტვენს ნამდვილი საფეხბურთო არბიტრით იყენებს¹⁴.

კაგელის ეს „სპორტული სიზმარი“ კონცერტის ერთგვარ პაროდიაზე წარმოადგენს, სადაც შემსრულებლებს შორის ხშირად მუსიკალური შეჯიბრი იმართება.

Match-ის პარტიტურის პირველი ხუთი გვერდი წესდება, ანდა დებულებას მოგვაგონებს¹⁵. მასში სტრუქტურულად გამოიყოფა ძირითადი და ქვეპუნქტები, რომლებშიც შესრულების წესებზეა საუბარი, ანუ, ნაწარმოებს აქვს როგორც ჟღერადი, ასევე ვიზუალური დატვირთვა. ეს უკანასკნელი უდიდეს როლს ასრულებს სპორტული შეჯიბრის წერებისას. გარდა ამისა, ამ opus-ში მნიშვნელოვანია თამაშის – ინსტრუმენტული თეატრის ესთეტიკა, რომელსაც კაგელი კეიჯის კვალდაკვალ ავითარებდა. იგი მიმართულია სმენადის ვიზუალიზაციის და ვიზუალურის სმენადობისკენ¹⁶.

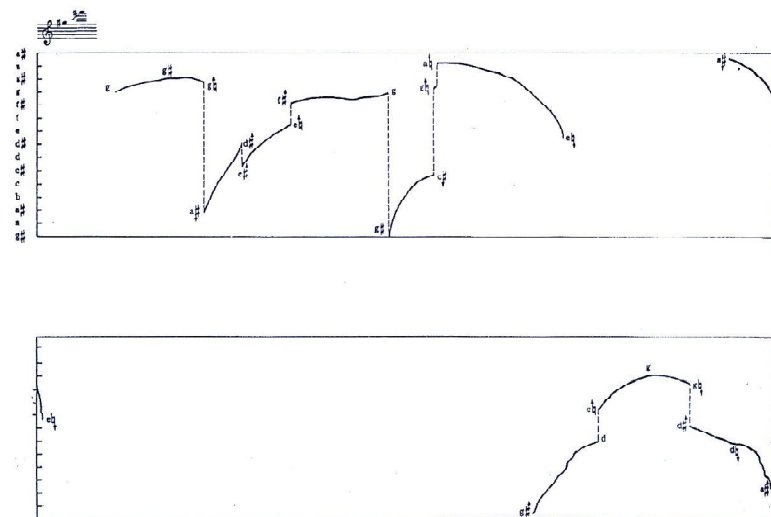
XX საუკუნის მუსიკაში ხშირია ნაწარმოებები, რომელთა დასახელება გარკვეულ ადგილს უკავშირდება. მაგალითად: აივზის „ახალი ინგლისის სამი ადგილი“, კეიჯის „წარმოსახვითი ლანდშაფტი“, ვარეზის „ამერიკები“. სწორედ ასეთია ჯონ კეიჯის Ryoanji, რომლის სახელწოდება ტოპონიმს უკავშირდება, ხოლო მუსიკალური კანონზომიერებები უშუალოდ ამ ადგილის – ძენ-ბუდისტური ბაღის შიდა სტრუქტურიდან გამომდინარეობენ.

Ryoanji კეიჯის გვიანდელი ნაწარმოებია. თითქმის ათი წლის განმავლობაში, სიცოცხლის ბოლომდე კომპოზიტორს ცვლილებები შეჰქონდა მასში. Ryoanji წარმოადგენს ე. წ. work in progress-ს. მის შესახებ კომპოზიტორი წერს: „1983 წელს დავიწყე მუშაობა ნაწარმოებზე, რომელსაც სახელი კიოტოში (იაპონია) მდებარე კლდოვანი ქვების ბაღის მიხედვით ეწოდა“¹⁷. ამ უჩვეულო opus-ს წინ უძღოდა 1982 წლის ზაფხულში მუშაობა ნახატების სერიაზე სახელწოდებით *Where R=Ryoanji*, სადაც გამოიყენა განსხვავებული ფორმის თხუთმეტი ქვის კონტური: 1983-85 წლებში „მუსიკალურ“ Ryoanji-ს ერთი ნაწილი და ოთხი ინსტრუმენტის პარტია დაუმატა (ხმა, ფლეიტა, კონტრაბასი და ტრომბონი). 1992 წლის ივლისში ჯოან რეტელეკსა და მაიკლ ბახთან ინტერვიუში (რომელიც შემდგომში შევიდა წიგნში: *Musicage-Cage muses on Words, Art, Music*) კეიჯმა ჩელოს პარტიის ესკიზებზე ისაუბრა¹⁸. აქვე უნდა

აღინიშნოს, რომ ცვლილებები, რომლებიც კომპოზიტორს წლების განმავლობაში შეჰქონდა, არ იყო რადიკალური.

Ryoanji-ს თითო პიესა ორგვერდიანია, ყოველი გვერდი, თავის მხრივ, ორ ოთხკუთხედს მოიცავს. თითოეულ ოთხკუთხედს კეიჯი მოცემული ლოდის პერიმეტრის (მონაცემების, ნაწილების) მიხედვით აგებს.

როგორც მაგალითიდან ჩანს, მრუდე ხაზები ვიზუალურად ქვების კონტურებთან ასოცირდება. ისინი უნდა შესრულდეს როგორც გლისანდოები მითითებულ ბგერასიმალურივ დიაპაზონში¹⁹. კეიჯი



დიაპაზონს საზღვრავს როგორც მიკრო (გლისანდოს დიაპაზონი), ისე მაკროდონზე (მთლიანი პიესის დიაპაზონი). რამდენიმე ადგილში კონტურები კვეთენ ერთმანეთს და ამიტომ სოლისტი სთვით მისი შესრულება შეუძლებელი ხდება. ეს ადგილები აუდიოჩანაწერთან ერთად სრულდება და სოლო ღუეტად ან ტრიოდ იქცევა. ნაწარმოებში ყოველი სოლისტის პარტია ზემოაღნიშნულ, გლისანდოების პრინციპს ემყარება.

კეიჯის წარმოდგენით სოლისტები შეესატყვისებიან ბაღის ლოდებს, ხოლო თანმხლები ინსტრუმენტალისტები – „დავარცხნილ“ ქვიშას.

შესაბამისად, თანმხლებ ინსტრუმენტებს პერიოდული, ხოლო სოლისტებს აპერიოდული პულსაცია აქვთ.

ამრიგად, Ryoanji-ს მუსიკალური კომპოზიცია გამომდინარეობს ძენ-ბუდისტური ბალის კანონზომიერებებიდან. ისევე როგორც ბალში, სხვადასხვა რაკურსიდან შეიძლება ქვების სხვადასხვა ნახაზის დანახვა, ასევე ამ ნაწარმოების თითოეული ახალი შესრულება ახალ მუსიკალურ რაკურსებს გვიხსნის. და კიდევ ერთი, ჯონ კეიჯი ამ ნაწარმოებზე სიცოცხლის ბოლომდე მუშაობდა, ამატებდა ახალ სოლოებს, ახალ გააზრებებს, თუმცა ის ბოლომდე ვერ ან არ ამოწურა და ისეთივე ამოუხსნელ გამოცანად დატოვა, როგორიც Ryoanji-ს ბალი და მისი თხუთმეტი ქვაა.

მოხსენებაში საანალიზოდ შევარჩიეთ იმგვარი ნაწარმოებები, რომლებიც ატარებენ არატრადიციულ დასახელებებს. ეს სახელწოდებები არაა დაკავშირებული პროგრამასთან ამ სიტყვის XVIII-XIX საუკუნის მუსიკის ტრადიციასთან მიმართებით, მათ არც ტრადიციულ ჟანრებთან აქვთ კავშირი, რომლებიც რაიმე გარკვეულ წინასწარ განწყობას ქმნიან. შესაბამისად, ეს ნაწარმოებები არ შეიცავენ წინასწარ დადგენილ უნივერსალურ მახასიათებლებს, რაც ჟანრის ერთ-ერთი აუცილებელი ტიპოლოგიური თვისებაა. ამგვარად, ანალიზი ცხადყოფს, რომ, როგორც წესი, ნაწარმოებების დასახელებები ზოგადლოგიკური ხასიათისაა, ხოლო მუსიკალური მასალის ყველა კომპონენტი მასალის თვისობრივი მახასიათებლებიდან გამომდინარეობს, რომელსაც, თავის მხრივ, სახელწოდება, ანუ იდეა, განაპირობებს. ე. ი., ნაწარმოების სახელწოდება განსაზღვრავს მისი სტრუქტურის ყველა დონეს.

ამგვარად, ჟანრის ცნება რამდენადმე იცვლის სემანტიკას: „არატიპური დასახელების ნაწარმოებებში ჟანრი, როგორც წესი, უშუალოდ უკავშირდება წერის ტექნიკას. ამით იერარქიულ კიბეზე მისი ადგილი დაბლდება – ჟანრი ინაცვლებს კომპოზიციისა და კონკრეტული საშუალებების სფეროში“²⁰. ამის მკაფიო მაგალითებია ჩვენ მიერ განხილული ნაწარმოებები: ე. ვარეზის Hyperprism, პ. ბულეზის Notations, კ. შტოკაუზენის Kreuzspiel, მ. კაგელის Match, ჯ. კეიჯის Ryoanji, თუმცა, ჟანრის ერთ-ერთი მთავარი მახასიათებელი მისი სტაბილურობაა. სწორედ ამიტომ, იმისთვის, რომ ამგვარი ნაწარმოებების სათაურებს ჟანრის სტატუსი მივანიჭოთ, ვფიქრობთ, აუცილებელია მათი განმეორებითობა „ტირაჟირება“, ანუ, საყოველთაო დონეზე გასვლა, უნიფიცირება.

დღეს, როდესაც გლობალიზაცია თანამედროვე სამყაროს მოწყობის ერთ-ერთი წამყვანი პრინციპია, სიტუაცია სიჭრელით გამოირჩევა. შესაძლოა კომპოზიტორები დაუბრუნდნენ კლასიციზმის უნიფიცირებულ კატეგორიებს, რადგან ისინი ყველაზე განზოგადებულ პრინციპებს ემყარებიან. შესაძლოა თანდათანობით შექმნან ახალი უნივერსალური ჟანრული მოდელები. თუმცა შესაძლოა, ინდივიდუალობის, განსაკუთრებულობის შესანარჩუნებლად, თანამედროვე რეალობის მიმართ ერთგვარ პროტესტად კიდევ უფრო მეტად გამძაფრდეს ინდივიდუალიზაციის პროცესი ზელოვნებაში. ერთი რამ კი ფაქტია. მუსიკა, როგორც კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმა ვერ იარსებებს კომპოზიტორსა და მსმენელს შორის გარკვეული პირობითი სისტემის გარეშე, რომელიც გასაგებს, აღქმადს გახდის მხატვრულ შემოქმედებას, ანუ, მისაღებელი იქნება გარკვეულ მყარ ჟანრულ მოდელს. რომელიც, როგორც ცნობილია, გულისხმობს გარკვეულ მოლოდინს, პროგნოზს, რომლის გამართლება კმაყოფილების შეგრძნებას იწვევს.

ბოლოს დავამთავრებთ თ. ადორნოს სიტყვებით: „ჟანრები იბადებიან და ქრებიან. მათ რაღაც აქვთ საერთო პლატონის იდეებთან. ჟანრებსა და ფორმებს იმ დრომდე აქვთ სუბიექტზე უპირატესობა, ვიდრე ნაწარმოებთა ერთობლიობა დამთხვევა მათ“²¹.

¹ Адорно Т., Эстетическая теория, М.: «Республика», 2001 – стр. 57.

² იხ.: Griffiths P. Modern Music. Lnd. – N. Y., 1979, p. 146-147.

³ მ. ლობანოვას ტერმინი.

⁴ იხილეთ კომპაქტდისკის ანოტაცია: Boulez – orchestral works & chamber music. Col legno College, AAD, WWE 1 CD 20509, 1951/58/59/61 SWR.

⁵ იხილეთ კომპაქტდისკის ანოტაცია: Boulez – orchestral works & chamber music. Col legno College, AAD, WWE 1 CD 20509, 1951/58/59/61 SWR.

⁶ Oullette F. Edgard Varese. New York: Da Capo Press Music Erprint Series, 1981-p. 4.

⁷ *Notatio* - რომელიმე სფეროს პირობითი აღნიშვნების სისტემაა. იგი შეიცავს მრავალრიცხოვან სიმბოლოებს, რომლებიც გამოიყენება აზრების და მათი ურთიერთქმედებების წარმოსადგენად. ყველაზე გავრცელებულია მათემატიკური, მუსიკალური, ფიზიკური, ქიმიური, ჭადრაკის ნოტაცია და სხვ.

⁸ Смирнов Д. Н., «Додекамания» Пьера Булеза, или заметки о его «Нотациях» // Музыкальная Академия, 2003, № 4, стр. 112.

⁹ Stockhausen K. Kreuzspiel. CD 1, Stockhausen Verlag, 1991 – s. 6.

¹⁰ Dibelius U. Moderne Musik nach 1945 (Mit 75 Abbildungen und 87 Notenbeispielen). München, Zürich: Piper, 1998, s. 108

¹¹ აღსანიშნავია, რომ მსგავს ხერხს შტოკაუზენმა მოგვიანებით Guppen-ში მიმართა, თუმცა, Kreuzspiel-ისგან განსხვავებით, შემსრულებლები აუდიტორიის ირგვლივ არიან მოთავსებული, Guppen-ს ავტორის მითითებით ორჯერ ასრულებენ და შესრულებებს შორის მსმენელმა უნდა შეიცვალოს ადგილი.

¹² Mauricio Kagel. Match für 3 Spieler (1964), Christoph Caskel – percussion, Siegfried Palm, Klaus Storck – violoncello. Deutsche Grammophon 137 006 [1967].

¹³ იხ.: <http://library.evro-bit.ru/>

¹⁴ საინტერესოა ის ფაქტი, რომ ნაწარმოების ბოლოს ერთ-ერთი ჩელისტი „მსაჯს“ ხელს ართმევს. ამ მხრივაც შეიძლება პირდაპირი პარალელის გავლება სპორტთან.

¹⁵ ამგვარი წინათქმა XX საუკუნის მრავალი კომპოზიტორის პარტიტურას უძღვის წინ. მაგალითისთვის შეიძლება მოვიყვანოთ ვარეზის თითქმის ყველა ნაწარმოები, შტოკაუზენის Stimmung-ი და Kreuzspiel-ი, შარინოს მესამე საფორტეპიანო სონატა, კაგელის Pas de cinq და სხვ.

¹⁶ მ. კაგელის ინსტრუმენტული თეატრის ჟანრში შექმნილი ცნობილი ნაწარმოებებია: Ludwig van - „მეტაკოლაჟი“, მიძღვნილი ბეთჰოვენის დაბადებიდან 200 წლისთავისადმი (1969 წელი); „Staatstheater“ (პრემიერა ჰამბურგში, 1971 წელი); Aus Deutschland – „სასიმღერო ოპერა“ (პრემიერა დასავლეთ ბერლინში, 1981 წელი). იხ.: Житомирский Д. В., Леонтьева О. Т., Мяло К. Г. Западный музыкальный авангард после второй мировой войны. М.: Музыка, 1989, стр. 37-38.

¹⁷ <http://www.johncage.info/workscage/ryoanji.html>

¹⁸ <http://www.johncage.info/workscage/ryoanji.html>

¹⁹ აქ შეიძლება გაიხსენოთ ქსენაკისის Metastasis-ი, თუმცა Ryoanji-სგან განსხვავებით, ინსპირაციის წყარო მუსიკალური ნაწარმოები გახლდათ, რომლის მიხედვითაც აიგო Phillips-ის ცნობილი პავილიონი 1958 წლის ბრიუსელის მსოფლიო გამოფენისთვის.

²⁰ Лобанова М., Музыкальный стиль и жанр. история и современность. М.: СК, 1990, стр. 227.

²¹ Адорно Т. Op. cit. – стр. 292

• თ. კახიძე, ტექნიკური ესთეტიკის როლი ე. ვარეზის საკომპოზიტორო აზროვნების განვითარებაში // სადი პლომო ნაშრომი, თბილისი, 1992

• Boulez P. Piano Sonatas Nos. 1-3. NAXOS, DDD, 8.553353

- Cage J. Conversation with William Duckworth, 1995
- Dibelius U. Moderne Musik nach 1945 (Mit 75 Abbildungen und 87 Notenbeispielen). München, Zürich: Piper, 1998
- Diliberto J. In Conversation with John Cage. Electronic Musician – January 2005
- Frisius R. Karlheinz Stockhausen. Mainz, Schott Musik International, 1996
- Frisius R. Pierre Boulez: NOTATIONS pour piano / <http://www.jstor.org/pss/833632>
- Kostelanetz R. Conversing with Cage. Second Edition. New York and London, 2003
- Oullette F. Edgard Varese. New York: Da Capo Press Music Erprint Series, 1981
- Peyser J. Conversing with Cage. 1976
- Stockhausen K. Texte zur elektronischen und instrumentalen Musik. Band 1. Köln, DuMont Buchverlag, 1988
- <http://www.japantoday.ru/japanaz/r3.shtml>,
- <http://www.johncage.info/workscage/ryoanji.html>
- http://www.specialradio.ru/i/varese_edgar/
- Аванесов А. Ю., Некоторые аспекты философии и эстетики дзэн-буддизма в музыке XX века. автореферат. Ереван, 2005.
- Адорно Т., Избранное: Социология музыки. М. – С. Пб.: Университетская книга, 1999.
- Адорно Т., Как устаревает «новая музыка» // Современное буржуазное искусство. Критика и размышления. М.: СК, 1975.
- Адорно Т., Философия новой музыки. М.: 2001.
- Булез П., Ориентиры I. Вообразать. Избранные статьи. М.: «Логос-Альтера», „**Eccehomo**“, 2004.
- Житомирский Д. В., Леонтьева О. Т., Мяло К. Г. Западный музыкальный авангард после второй мировой войны. М.: «Музыка», 1989.
- Лобанова М., Музыкальный стиль и жанр. История и современность. М.: СК, 1990.
- Переверзева М., Музыкальные формы Джона Кейджа // Музыка XX века. Вопросы истории, теории, эстетики. Материалы научной конференции. Сборник 54. Московская консерватория, 2005
- Смирнов Д. Н., «Додекамания» Пьера Булеза, или заметки о его «Нотациях» // Музыкальная Академия, 2003, № 4.

ეკა ჭაბაშვილი
დოქტურანტურის I კურსი
ხელმძღვანელი – პროფ. ნოდარ მამისაშვილი

ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკა

(პრობლემის დასმისთვის)

კაცობრიობის ისტორიაში XX საუკუნე ყველაზე გადატვირთულია სამეცნიერო სიახლეებით, რაც ასევე აქტიურად აისახა მსოფლიო კულტურაზე და მათ შორის მუსიკაზეც. ამ ეპოქისთვის ყველაზე დამახასიათებელია ხელოვნებაში მეცნიერული აღმოჩენების პირდაპირპროპორციულად გამოვლენის ტენდენცია. ამის შედეგად წარმოიშვნენ ორიგინალური, ჰიბრიდული ტიპის მოღვაწეები ხელოვნების სხვადასხვა სფეროში, მათ შორის მეცნიერ-კომპოზიტორებიც. ხელოვნების დარგების სინკრეტიზაციის შედეგად იქმნება განსხვავებული სპეციფიკის მხატვრული ნიმუშები (სინკრეტული აზროვნება ახასიათებდა უძველესი სამყაროს ხელოვნებასაც, რის საფუძველზეც იქმნებოდა ისეთი ჟანრები, როგორიცაა ფსალმუნი, სატურა და სხვა). სწორედ მსგავსი მოვლენების ფონზე XX საუკუნის II ნახევარში და XXI საუკუნეში ხელოვნათა უმეტესობაში შეიმჩნევა ლტოლვა „გამთლიანებული აზროვნებისკენ“¹.

ის, რომ აზროვნების ცვლა ხდება, ხშირად ისმის სხვადასხვა ხელოვნის გამონათქვამებში, ერთ-ერთი ასეთი აზრი ეკუთვნის მუსიკალური ავანგარდის ერთ-ერთ ლიდერს, გერმანელ კომპოზიტორ **კარლჰაინც შტოკაუზენს**:

„ეპოქა, რომელიც დაიწყო ასეულობით წლის წინ, უფრო სწორედ 2500 წლის წინ და რომელიც ეფუძნება ძველბერძნული ტიპის აზროვნებას, დასრულდა!“²

ასევე ცნობილი ქართველი მეცნიერ-კომპოზიტორისა და გამომგონებლის ნოდარ მამისაშვილის აზრით, „თანამედროვე ტექნიციზმის პირობებში ლოგიკური აზროვნების ფორმები და ფორმალური ლოგიკის მაქსიმალური პროცესები იმდენად გაბატონდა დღევანდელ ყოფიერებაში, რომ რაიმე მეთოდოლოგიური სასწაულებით

თუ მწიგნობრობით მისი მარწუხებიდან თავის დაღწევა შეუძლებელია. არა და გამთლიანებულ აზროვნებაზე გადასვლა თანამედროვე ცივილიზაციის სასიცოცხლო პროცესების აღმავლობისათვის აუცილებელი პირობაა“³.

ზემოთ მოყვანილი მოსაზრებები შეესაბამება ეპოქალურ სააზროვნო პოტენციალს და ეხმაურება მომავლის მეცნიერებასაც. ხშირად ხელოვნება და ლიტერატურა წინასწარ სახავს სიახლეებს, რომელთა რეალიზება ეპოქალურ სინამდვილეში ჯერ კიდევ ილუზიურია. ხელოვნები ამ მოვლენებს მხოლოდ მხატვრული ხერხებით ასახავენ საკუთარ შემოქმედებაში, რაც შემდგომ მეცნიერულ აღმოჩენებში გამოვლენილა, რისი ნათელი მაგალითია, თუნდაც, ჟიულ ვერნის შემოქმედება.

რამ შეიძლება ახსნას ეს მოვლენა? შესაძლოა გენეტიკამ... ინფორმაცია რომელიც ჩაწერილია გენში აქტიურდება და გენიოსები იწყებენ ამ ინფორმაციის წაკითხვას – გაცნობიერებას.

აზროვნების ცვლადობის მიუხედავად, გენურ კოდში ჩაწერილი ინფორმაცია მუდამ მუშაობს. თუ ცნობიერებას შეუძლია მომავლის ინფორმაციას მიაგნოს, მით უმეტეს, წარსულში მიღებულ ინფორმაციას კიდევ უფრო გაუფრთხილდება. ასე რომ, როგორც არ უნდა ვეცადოთ წავშალოთ წარსული – ეს შეუძლებელია. შესაბამისად, XX საუკუნის კომპოზიტორ-ავანგარდისტების მხრიდან გასული საუკუნეების მუსიკალური კულტურის უარყოფისა და ყველაფრის ახლიდან დაწყების მცდელობა განუხორციელებელ ამბიციად დარჩა.

„ორ მსოფლიო ომგადახდილ კაცობრიობას, უფრო სწორედ, ინტელექტუალთა ნაწილს პროტესტი უჩნდება საუკუნეების განმავლობაში ჩამოყალიბებული ესთეტიკური ფასეულობების მიმართ. განსხვავებული სტილის კომპოზიტორებს – ბულესს, შტოკაუზენს, ლიგეტის, ნონოს, ბერიოს – დაახლოებით ერთდროულად იპყრობს სურვილი, მიღწეულ იქნეს ცნობიერების ისეთი მდგომარეობა, რომელსაც მეტაფორულად *tabula rasa* შეიძლება ეწოდოს (*tabula rasa* მუსიკაში – ეს არის მცდელობა, მეხსიერებიდან ამოიშალოს წარსულის მუსიკალური სტრუქტურა და შემოქმედებითი პროცესი „ნულიდან“ დაიწყოს – Null Punkt, Punkt Zero). 1945 წელი პირობითად აღიარებულია ათვლის წერტილად, რომელიც ახალ

ეპოქას, ახალ კულტურასა და ჭეშმარიტად ახალ მუსიკას⁴ აძლევს დასაბამს.“ (ნაწყვეტი ნ. ჟვანიას საღისერტაჟიო ნაშრომიდან)

ასეთი რადიკალიზმი მათ შემოქმედებაში მიმდინარე პროცესების არასწორად გაგებამ გამოიწვია. თაობა, რომელიც „გამთლიანებული აზროვნების“ საზღვარზე დგას, ჯერ კიდევ დაბნეულია იმ გაუცნობიერებელი მოვლენების გამო, რომელიც მათ აზროვნებაში ხდება. იგი უსაზღვრო ენერგიის მორევში ტრიალებს – ენერგიისა, რომელიც კაცობრიობას სიახლეში ნახტომისთვის ამზადებს.

კაცობრიობის ახალ ერაში შესვლას სწორედ „კამთლიანებული აზროვნების“ პროცესები განაპირობებს, თუმცა მას უპირისპირდება ზომიერების მეთოდით მიღებული ცნობიერების უმარტივესი ფორმები. ამიტომ ხელოვნების ნებისმიერ დარგში ისეთი სააზროვნო სისტემების შექმნა, სადაც ინტუიციას ინერციით მივყავართ, მომავლის ადამიანის გადარჩენის იარაღია.

საზოგადოებასა და ინდივიდის ინტელექტუალურ არეალში გაჩნდა, არსებულისგან განსხვავებული, სხვაგვარი პროდუქტის გასინჯვისა და მიღების მოთხოვნილება. მსმენელისთვის ახალი პროდუქტის მიწოდება, ზოგადად, ხელოვნების მუდმივი პროცესია, თუმცა სხვა ეპოქების ადამიანებისგან განსხვავებით დღევანდელი აუდიტორიის გარკვეული ნაწილი ითხოვს სიახლეს, ის ინტელექტუალურად გაცილებით მომზადებული და პროგრესულია. როცა წარსულ, XX საუკუნეშიც კი პროტესტისა და აგრესიის ფონზე ინერგებოდა სიახლე, დღეს მომხმარებლის ინოვაციისაკენ სწრაფვა აშკარა ინტერესისა და ინტუიციური თვითგანწყობის ფონზე ვლინდება, ეს პროცესიც „კამთლიანებული აზროვნების“ საწინდარია. მიმწოდებლის და მომხმარებლის ინტერესების ერთობლიობა განა იდენტურია, არამედ ინფორმაციულად ჰარმონიულია და ატარებს შეხედულებათა ცვლადობის იმპულსს.

მუსიკალური გენეტიკური კოდები

საკითხი, რომელსაც განვიხილავთ, სინკრეტული აზროვნების ფენომენს ეხება. ვგულისხმობთ „ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკას“, რომელიც ასევე „გამთლიანებული აზროვნების“ ნაყოფს წარმოადგენს, სადაც **მუსიკალური გენეტიკური კოდები** თავისებურად აქტიურდებიან. სწორედ ეს მუსიკალური გენეტიკური

კოდები „უნარჩუნებენ“ კომპოზიტორის შემოქმედებას ეროვნულ ელფერს და თვითდყოფადობის მუხტს. სხვა შემთხვევაში ნებისმიერი საკომპოზიციო ტექნიკა მთანთჱვდა კომპოზიტორის ინდივიდუალობას.

დღიდან მუსიკალური აზროვნების გაჩენისა არსებობს გარკვეული კანონზომიერებები, რომლებიც ამა თუ იმ ეპოქაში იცვლება, ადამიანი კი ცდილობს ამ მოვლენებს რაღაც ლოგიკური ახსნა მოუძებნოს და მოახდინოს მისი კლასიფიკაცია. მაგალითად, რუსი კომპოზიტორი ვ. მარტინოვი საკუთარი წიგნის „Opus Posth“ ბოლო თავში კონსპექტურად აყალიბებს ევროპული აზროვნების, ისტორიის და მუსიკალური შემოქმედების **ტრანსფორმაციის** პროცესს.

ცხრილი 1

[illegible]

XX საუკუნეში გაცილებით მომრავლდა ასეთი მოსაზრებები მუსიკის ფილოსოფიაში.

მუსიკალური გენეტიკური კოდების დასადგენად ჩვენ დაგვჭირდა ერთგვარი კლასიფიკაციის მოფიქრება, სადაც აისახებოდა მუსიკალური აზროვნების სხვადასხვა ტიპების ჩასახვის პერიოდები და მათი თანმიმდევრობა. საკლასიფიკაციო მოდელის შექმნისას დავეყრდნით ქართველი კომპოზიტორის ნოდარ მამისაშვილის სქემას, სადაც 7 ბგერას აკავშირებს 7 სპექტრულ ფერთან და აზროვნების 7 ღონესთან.

ცხრილი 2

ინტელექტუალური კოდის ხარისხი							
პერიოდები	I პერიოდი	II პერიოდი უხველესი სამყარო	III პერიოდი ბედი ანტიკური სამყარო	IV პერიოდი (VI-XIX ს.ს.) შუა საუკუნეები, რენესანსი, კლასიციზმი, რომანტიზმი	V პერიოდი		
					(ა) (ახალი სამყარო)	(ბ) თანამედროვე სამყარო	(გ) (მომავალი სამყარო)
მუსიკალური აზროვნების დონეების ფორმები	კარაქ-ღიშნები, მითოლოგია	მაგია, რენესანსი, ბუნების თავუფანსცემა	ინტელექტუალური, ფილოსოფიური აზრი	ინფინიტა, დროში მიფარება	პლანეტარული აზროვნება		
ობერტონების აღსაქრება დროში							
გამოცდილებითი კოდის ხარისხი							

მუსიკალური აზროვნების ყოველი ფორმა დამოუკიდებლად გაივლის ევოლუციური განვითარების ეტაპებს მომდევნო პერიოდებში. ამ პერიოდების ამპიტუდა დროის სიზშირის აჩქარებასთან ერთად უფრო და უფრო მოკლდება.

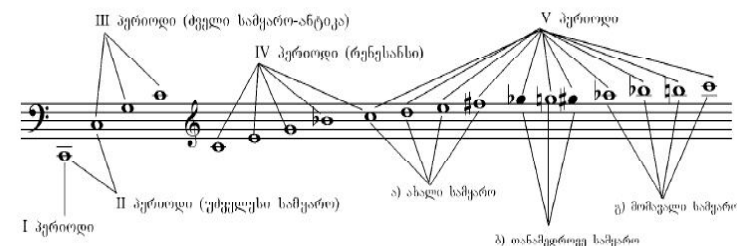
გადაწყვეტილი გენეტიკური კოდების საძიებელი არეალი ბგერის უმცირეს ნაწილაკებში მოგვეძებნა და ეს ნაწილაკები მეტაფორულად გაგვეიგივებინა ნუკლეოტიდებთან⁵. ამგვარად როგორც დეზოქსირიბული ნუკლეინის მჟავაშია (დნმ-ში) ჩაწერილი გენეტიკური ინფორმაცია, ასევე შესაძლოა ბგერაში იყოს დაშიფრული მუსიკალური გენეტიკური ინფორმაცია.

ბგერაში კონსერვირებულია ინფორმაცია გენეტიკური კოდების სახით. ცივილიზაციის ყოველ პერიოდში ობერტონების რიგის განსაზღვრული ნაწილი იწყებდა აქტიურობას, რომლის მიხედვითაც ადამიანის სხეული, მსგავსად ინსტრუმენტისა, ეწყობოდა.

ობერტონების კოდებად დაშიფრის შედეგად ძალიან საინტერესო ვიზუალურ გამოსახულებას მივიღებთ. ბგერათრივი ჰორიზონტალში აჩქარდება – რაც აისახება ობერტონებს შორის მანძილების თანდათანობითი დამოკლებით. ამ შემთხვევაში ვიღებთ გამოსახულებას, რასაც შეგვიძლია დავარქვათ „აჩქარება დროში“ (ნახაზი 1). ხოლო თუ ბგერათრივს სივრცეში განვაღებთ, ის შექმნის სიღრმისეულ მრავალშრიან პერსპექტივას, რასაც შეგვიძლია დავარქვათ „აჩქარება სივრცეში“.

(ნახაზი 1)

ბგერა „დო“-ს ობერტონების რიგი (აჩქარება დროში)



(ნახაზი 2.)

ბეგუზ ადოქას ინტერინების რეგი (აქტუალა სერცეში)

გამეტიკაპური კოლეგია

გამეტიკაპური კოლეგია – VII კოლეგია

მელოზონი – VI კოლეგია

სერცე – V კოლეგია

ტრეკი – IV კოლეგია

პროსტეკი – III კოლეგია

მელოზონი – II კოლეგია

სერცე – I კოლეგია

ტრეკი – I კოლეგია

პროსტეკი – I კოლეგია

ნოდარ მაძისაშვილის კვლევის მიხედვით არსებობს მუსიკალური გენის სამი ტიპი: ფონოგენი, ინტრაგენი და ჰოლოგენი.

ფონოგენი – ბეგერის ობერტონების დაყოფა მუსიკალურ გენეტიკურ კოდეზად და მათი დაკავშირება ცივილიზაციის განვითარების სხვადასხვა პერიოდებთან. გააქტიურებული კოდი გენში ჩაიწერება მუსიკალური ფონის ფუნქციით.

ინტრაგენი (მეხსიერება, ინტუიცია, განწყობა) წარმოებს ფონოგენიდან, რომელსაც თან ერთვის ევფონიის მოვლენა. **ევფონია**, ჩვენი აზრით, არის სამყაროს საერთო ჰარმონიიდან ნებისმიერი სმენადი მატერიის ადამიანის მიერ საკუთარი სხეულით (გარედან მიღებული მუსიკალური ინფორმაციისთვის აკუსტიკური სარეზონატორი გარემო) შერჩეული, მისთვის სასურველი კეთილხმოვანება და ცნობიერებაში გარდაქმნის შედეგად – ინდივიდუალური აღქმა. სწორედ ეს გენი აქტიურებს ინდივიდუალურ საწყისს.

ჰოლოგენი კი ფსიქოდროში გადაადგილების საშუალებას და გენში დაშიფრული საერთო ინფორმაციის წაკითხვის შესაძლებლობას იძლევა. თუმცა საკითხის გაცნობიერება ხდება სუბიექტის რეალურ დროში და შეიმეცნება იმ სემანტიკით, რაც მისი ეპოქისთვისაა შესაფერისი.

ამ აზრს მიყვავართ კიდევ ერთ მოვლენასთან – შემოქმედებითი მედიტაციებისას დროში გადაადგილება და ინფორმაციის მოპოვება გენეტიკას და აზროვნებას არ ცვლის. მოცარტის ან ბახის, ბეთჰოვენისა თუ ჰაიდნის ზოგიერთი ნიმუშის მაგალითზე ჩანს, რომ ისინი უბადლოდ იჭერდნენ საერთო ინფორმაციული ბანკიდან გაჟონილ ტალღებს, სადაც მომავალ მუსიკალურ სიახლეებზე იყო ინფორმაცია ჩაწერილი. თუმცა ეს ინტუიციურად გაშიფრული აზრები, არ აისახებოდან მათი მუსიკალური აზროვნების სისტემაზე, იგი უბრალოდ გამონაკლისი იდეა-ფანტაზიის სახით კლინდებოდა მათ შემოქმედებაში

* * *

მეცნიერთა ინტერესის სფერო დიდია უკვე ჩამოყალიბებული მუსიკალური სისტემების კლასიფიკაციისა და საკომპოზიციო ტექნიკის სხვადასხვა სახეების მიმართ, რაზეც მეტყველებს საკმაო რაოდენობის

ლიტერატურა. თუმცა სამეცნიერო შრომა თანამედროვე ატომალურ-ბირთვული მუსიკალური სისტემის და საკომპოზიციო ტექნიკაში მისი გამოყენების შესახებ არ შეგვხვდებოდა, შესაბამისად, ეს **პრობლემატური** საკითხია და უნდა იქნას გამოკვლეული.

რატომ დაერქვა ამ საკომპოზიციო ტექნიკას ატომალურ-ბირთვული? თუ XX საუკუნის მნიშვნელოვან მოვლენებს გადავხედავთ, ერთ-ერთი მათგანი აუცილებლად ატომი და მასთან დაკავშირებულ კვლევები აღმოჩნდება. ატომბირთვულ ფიზიკაში მიღწეული აღმოჩენები, დამეთანხმდებით, ეპოქალური აზროვნების სისტემის შედეგია და ბუნებრივია ეს მოვლენები ასევე აისახა ხელოვნებაზეც.

„ატომალურ-ბირთვული“ საკომპოზიციო ტექნიკის სახელწოდებიდან ნათლად ჩანს, რომ იგი ეხმოდება ატომბირთვის ფიზიკის საკითხებს. იგი მეტაფორულად ეფუძნება ატომბირთვის ფიზიკის პრინციპებს და კანონზომიერებებს, ასევე ითვალისწინებს გარკვეულ აკუსტიკურ და ოპტიკურ პროცესებს, მუსიკალურ გენეტიკას, აკუსტიკური გარემოს ვირტუალური აღქმის ხერხებს, მისტიკური შეგრძნებების ფსიქოგანწყობას და თანამედროვე მეცნიერებაში მიმდინარე რიგ აქტუალურ საკითხებს. ეს არის **მედიტაციური**⁷ მუსიკის განვითარების მომდევნო ეტაპი.

მედიტაციური მუსიკა გულისხმობს რეალურ-ასტრონომიურ დროში განფენილი მუსიკალური მასალის სხვადასხვა სივრცულ შრეებში განვითარებას; ამ სივრცეების ინდივიდუალური **f si qd ro i w y e b s p u l s i r e a s (პოლი-ე)**.⁸ პირველ ხანებში მედიტაციურ მუსიკაში, მედიტაციური განწყობის მისაღწევად, მიმართავდნენ ერთფეროვანი რიტმული მასალის განმეორების მეთოდს, რომელიც რეალური დროის დაკარგვის ილუზიას იწვევს. ირჩევენ სივრცის რამდენიმე შრეს და ყოველ მათგანში ერთმანეთისგან მეტრულად და რიტმულად განსხვავებულ მუსიკალურ მასალას იმეორებენ, ასეთი **საშემსრულებლო** მეთოდით მიიღწევა მედიტირების ერთ-ერთი ფორმა. ამ მოვლენას მინიმალისმის ეწოდება (მედიტაციური მუსიკის ამერიკული სკოლა – ს. რაიხი, ტ. რაილი, ფ. გლასი და სხვა).

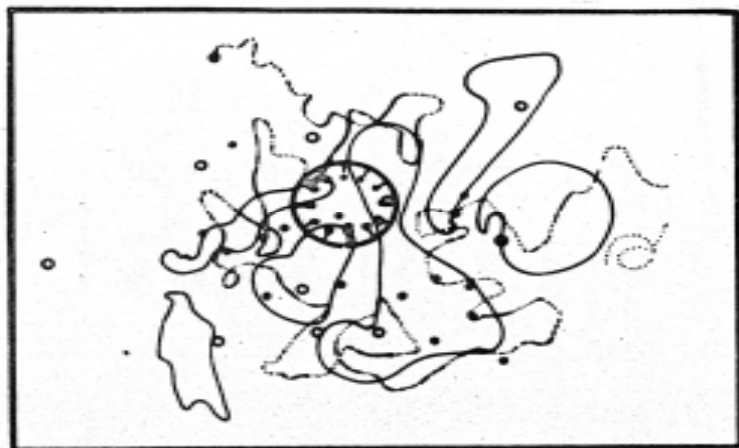
რადგან მუსიკალური მასალის გამეორების ეფექტი ანელებს ადამიანის რეაქციას ასტრონომიულ დროში, ამგვარ ხერხს ჯერ კიდევ უძველეს ხანაში სხვადასხვა ქვეყნის შამანები დიდი წარმატებით იყენებდნენ „ხალხზე“ საკუთარი მაგიის ზეგავლენის

მოხდენის ილუზიის შესაქმნელად. ზოგჯერ მინიმალისმის წარმოქმნის ერთ-ერთ წყაროდ ჯაზსაც მიიჩნევენ, ალბათ აფრიკული ფესვების გამო, სადაც იგრძნობა შამანური მუსიკის მედიტაციური მუხტი. წარმოიშვა **ინტუიტიური მუსიკა** – თავისუფალი იმპროვიზაცია ან ალგორითიკა, რაც ასევე საშემსრულებლო მედიტირების მეშვეობით წარმოებს. მედიტაციური მუსიკის შესრულების პროცესი, შესაძლოა, მუსიკალური მასალის სხვადასხვა ხაზებზე გამეორების პრინციპს სულაც არ ეყრდნობოდეს. იგი სივრცეთა შრეებში გადანაწილებული მუსიკალური მასალის ერთობლიობით მიიღწეოდეს. ამგვარად, მუსიკალური ქსოვილის სტატიური ბუნება მოცულობით მუსიკალურ ორგანიზმს ქმნის, სადაც „სიჩუმეც“ კი მედიტირების ნაწილია. მაგალითად, ჯ. კეიჯის ან დ. ლიგეტის ნაწარმოებებში.

ზოგ შემთხვევაში რადიკალურად განსხვავებული საკომპოზიციო სტილის კომპოზიტორების შემოქმედებაში იხადება მედიტაციური მუსიკისთვის დამახასიათებელი თვისებების მქონე ნაწარმოებები, განურჩევლად იმისა თუ რომელ საკომპოზიციო ტექნიკას მიმართავს ესა თუ ის ავტორი. შესაბამისად, მედიტაციური მუსიკის ნიმუშები შეიძლება აღმოვაჩინოთ, როგორც ამერიკელი ჯონ კეიჯის, ასევე არგენტინელი მაურისიო კაგელის ან პოლონელი კშიშტოფ პენდერეცკის, და თუნდაც ქართველი სულხან ნასიძის შემოქმედებაში.

მედიტაციურ მუსიკაში საკმაოდ დიდი ადგილი უკავია მუსიკის ახალბურთულ ჩაწერის ფორმებს. ახალი **ნოტაცია** – როდესაც ნაწარმოები ჩაწერილია ვიზუალურ-გამომსახველი არადეტერმინირებული მეტაფორულ-შემსრულებელს ანიჭებს უფლებას საკუთარი ფანტაზიის წყალობით, თუმცა ავტორისეული სურვილების და სტილის გათვალისწინებით, მონაწილეობა მიიღოს ახალი ნაწარმოების შექმნის შემოქმედებით პროცესში. (ამ შემთხვევაში ადგილი აქვს შემსრულებლისა და კომპოზიტორის მედიტირების სინთეზს).

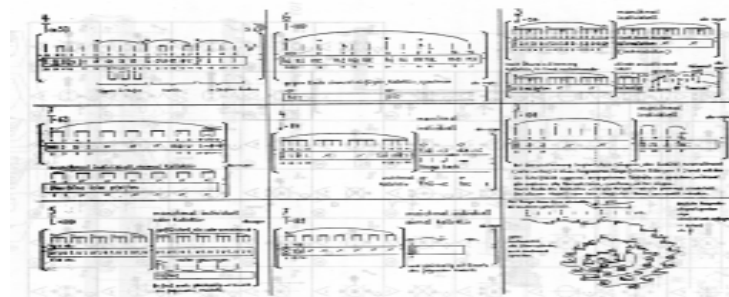
მაგ.: ჯ. კეიჯის „Cartridge Music“



მუსიკალური მედიტაციის განსხვავებული ფორმები გამოჩნდა ევროპაში. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ევროპისთვის მედიტაციური მუსიკის პირველწყარო თავად შუა საუკუნეების ევროპული მუსიკა იყო. თუმცა, ისევე როგორც ამერიკულ სკოლას, არც მათ აუვლიათ გვერდი აზიური მუსიკალური აზროვნებისთვის (ინდური, არაბული, ჩინური მუსიკა და მათი ფილოსოფია). ევროპაში მუსიკალური მედიტაციების ხერხებად ხშირად მინიმალიზმისთვის არატიპიურ მეთოდებსაც იყენებენ, გაცილებით რთულ და ინტელექტუალურ შესაძლებლობებს მიმართავენ. მათ შორის, **მათემატიკურ ან მეცნიერების** სხვა **დარგებთან** დაკავშირებულ პრინციპებს, რომელთა გადმოტანით კომპოზიციის შემქმნელ კანონზომიერებებს აღგენენ.

ასე მაგალითია, კარლჰაინც შტოკაჰუზენის საგუნდო ნაწარმოები „Stimmung“-ი, რომელსაც საფუძვლად უდევს ერთი აკორდის მოდიფიკაციის მეშვეობით მედიტირება (აქვე ავტორი აქტიურად იყენებს ლინგვისტიკის წესებს, ნოტაციის ვერბალურ ხერხს, მუსიკალური კომპოზიციის შესაქმნელად მათემატიკური გამოთვლის

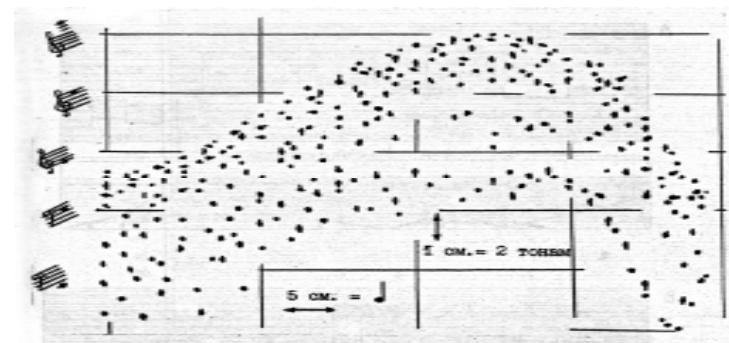
მეთოდს და სხვ.). ამ შემთხვევას ბგერისა და ლექსიკური ერთეულების მუსიკალურ „მიკროსამყაროსთან“ უფრო მივეყვართ, ვიდრე მინიმალიზმთან.



მაგ.: კ. შტოკაჰუზენის „Stimmung“ (პარტიტურა)

ასეთი მეცნიერული დამოკიდებულება და მათემატიკური მეთოდებით მედიტირება ახასიათებს ქსენაკისსაც⁹, მისი აზრით, „მუსიკა – არ არის ხელოვნება, ის მეცნიერებაა, მეცნიერება ლოგიკისა და ზუსტი მათემატიკური გათვლების“¹⁰. იგი, თავის თანამედროვე კომპოზიტორების მსგავსად, სცილდება ბგერითი ტემპერაციის ფარგლებს და იყენებს ბგერის მთელ შესაძლებლობას, სწორედ ასე შეიქმნა „ბგერითი ღრუბლებიც“, რომლის წარმოშობასაც გაზში შემავალი მიკრონაწილაკების მოძრაობის იმიტირება დაედო საფუძვლად.

მაგ.: ი. ქსენაკისი „Pitoprakta“ სიმებიანი ორკესტრისთვის



(პარტიტურა)

* * *

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, „ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკა“ მედიტაციური მუსიკის განვითარების მომდევნო ეტაპისთვისაა დამახასიათებელი. მედიტაციური მუსიკის არსებულ ნიმუშებში უკვე შეინიშნება ის ტენდენციები, რაც შემდგომში ამ საკომპოზიციო ტექნიკის ჩამოყალიბებას შეუწყობს ხელს. ესაა დროისა და სივრცის განსხვავებული მდგომარეობა მუსიკალურ ნაწარმოებში, მუსიკალური მასალის განვითარების პირობითობა და კომპოზიტორის, შემსრულებლისა და მსმენელის შინაგანი თავისუფლების „დიდი ღოზა“. მუსიკალური კომპოზიციის შექმნის პროცესში ალბათობის იმდენად დიდი პროცენტია, რომ მეტ-ნაკლებად სამივე მონაწილეს ნაწარმოების საბოლოო სახის ჩამოყალიბებაში (შესაძლოა სამივე ერთი პერსონაც იყოს).

ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკის გამოყენების შემთხვევაში კომპოზიტორის მიერ მიწოდებული მასალა იმდენად რიტუალური უნდა იყოს, რომ ყველა ვარიანტში არ დაიკარგოს მისი ორიგინალობა, შემსრულებელი კარგად უნდა მანიპულირებდეს ამ სტილისთვის დამახასიათებელ დროსა და სივრცეში, რომ მისი თავისუფალი ნებელობა აირეკლოს მსმენელის აღქმაზე, სადაც უსაზღვრო ფანტაზია ამოქმედდება და ჩაერთვება პროცესში. ამ შემთხვევაში ბ. ასაფიევის გამოთქმა „მუსიკალური ფორმა, როგორც პროცესი“ შებრუნდება, და პირიქით, პროცესი იქცევა მუსიკალურ ფორმად. ამის ნათელი ნიმუშებია ზემოთ ხსენებულ კომპოზიტორთა ნაწარმოებები. მედიტაციური მუსიკის განვითარების ისტორიულ ჭრილში, ჩვენთვის საინტერესოა მათ მიერ შექმნილი სინკრეტული ხელოვნების ფორმები, მულტიმედია და ჰიპენინგები, რაც „ატომალურ-ბირთვულ საკომპოზიციო ტექნიკისათან“ გვაკავშირებს.

ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკით დაწერილ მუსიკალურ ნაწარმოებში მუსიკალური მასალის სივრცესა და დროში გადანაწილება ხდება მსგავსად ატომების განლაგებისა (მეტაფორულ ასპექტში). ბერის მოძრაობის ტრაექტორია ისე გადაიტანება მუსიკის პლასტიკაში, თითქოს ატომები ან მათში არსებული ნაწილაკები მოძრაობდნენ. ეს ნიუანსები ხმოვანი მასალის აკუსტიკურ თავისებურებებს ქმნის. შედეგად ვიღებთ სივრცული მუსიკისთვის დამახასიათებელ ბერის აკუსტიკური გადანაწილების მეთოდს და

მისი განფენის პრინციპებს ერთი ასტროლოგიური დროის ფარგლებში სხვადასხვა სივრცეებში, რომელთა ინდივიდუალური ფსიქოლოგიები ერთმანეთთან „პოლი-ტ“-ს დამოკიდებულებაშია (ამ მოვლენის ჩანასახები ჯერ კიდევ ი. სტრავინსკის, პროკოფიევის, ვებერნის და სხვა XX საუკუნის კომპოზიტორების შემოქმედებაში ჩნდება).

ამ ტექნიკის მიერ შემოთავაზებულ სიახლეებს და კანონზომიერებებს ჩემს¹¹ მიერ შექმნილი *სიმფონიის „უკუნიითი უკუნისამდე“* მაგალითზე წამოვიდგენთ.

*ნიმუში 1. ფსიქოლოგიები - „კომპოზიციის პარტიტურა“
უკუნიითი უკუნისამდე*

(სამი ფსიქოლოგი)

კუბის (აურა) – ტოპოფონური პლასტი (7 როტაცია) – ინსტრუმენტები განლაგებულია 3 იარუსზე, მართვა ხდება ყურსასმენით ღირფორისთვის შექმნილი სპეციალური პარტიტურით სასიგნალო სიტყვების მეშვეობით (მაგალითად, ბრძანება: „შესვლა“ – საერთო რიტმული პულსარის ანსამბლურობისათვის).

პირამიდის (ინფორმაციული ველი) – ტოპოფონური პლასტი (13 როტაცია) – ელექტრონული პლასტი, მოძრავ მექანიზმზე დაკიდული 13 ცალი გამაძლიერებელი სპირალისებურ ხაზზე განლაგებული იმართება ოპერატორისგან, ბერის ტრანსფორმაციისთვის აქვს სპეციალური გეგმა და ელ. პლასტის პარტიტურა ტემპრულ-რიტმული მითითებებით.

ჯერის (ლიტერატურული პლასტი) – გუნდი და ინსტრუმენტები პარტერში ცენტრში. სამი ფაზა – სოფეტური წყარო ბიბლია, I ფაზა – „7 დღე“, II ფაზა – „სამება“, III ფაზა – „ოთხთავე“, Coda ფაზა – „ერთარსი“. საორკესტრო ბალანსი ჭადრაკული და ბირთვულია. საორკესტრო დრამატურგია ეყრდნობა 2 განზომილებიანი გრაფიკული ნახაზების პლასტიკას (ვთქვით, სპირალი, კლაკნილი, წყვეტილი, ორი სხვადასხვა ერთდროულად და ა.შ.). ნახაზის ბერის აკუსტიკურ გავრცელებასთან იდენტიფიკაცია ხმოვანების მოძრაობას ანიჭებს ერთგვარ აკუსტიკურ პლასტიკას (ზოგჯერ მოიცავს იარუსების თავისუფალ ინსტრუმენტებსაც).

სფერო (აერთიანებს ყველას) – მოიცავს ყველა საკრავს და ღინამიკს, ჩნდება 4-ჯერ 2-ჯერ I ფაზაში – დღე I („და იქნა ნათელი“), დღე IV „კოსმოსი“, II და III ფაზების მიჯნაზე – **კულმინაცია** მუსიკალური სიჩუმე და უკუნი სიბნელე „საბების“ ბოლოს და „ოთხთავეს“ დაწყებამდე, **Coda** „ერთარსი“.

მიმართული-სხივური, მოჭრილი-გამოსახავს ფიგურებს): **სფერო** – ლურჯი, ცისფერი, იასამნისფერი; **კუბი** – წითელი-მეწამულის ფერი; **პირამიდა** – ყვითელი-ნარინჯისფერი; **ჯვარი** – თეთრი-რძისფერი (კომპოზიციაში ცისფერითაა აღნიშნული).

პარტიტურაში მოცემული სხვადასხვა ფერი მიუთითებს სივრცის სხვადასხვა შრეებს. ის შეიძლება იყოს ასევე იგივე ფერის შუქის თანხლებით, რომელიც ბერასთან ერთად წარმოიშობა და იგივე ინტენსიობით ქრება (ფერი ხმის გავრცელების ვიზუალიზაციას აძლენს).

2024-09-06 08:00

I ԳՑԻ (7 min.)

	1.30 min		1 min		50 sec		50 sec		45 sec
	1.05 min		25'		30'		40'		35'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

7 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

8 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

9 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

10 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

11 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

12 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

13 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

14 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

15 ԳՑԻ

	1.15 min		45 sec		45 sec		40 sec		30 sec
	1.00 min		15'		30'		40'		25'

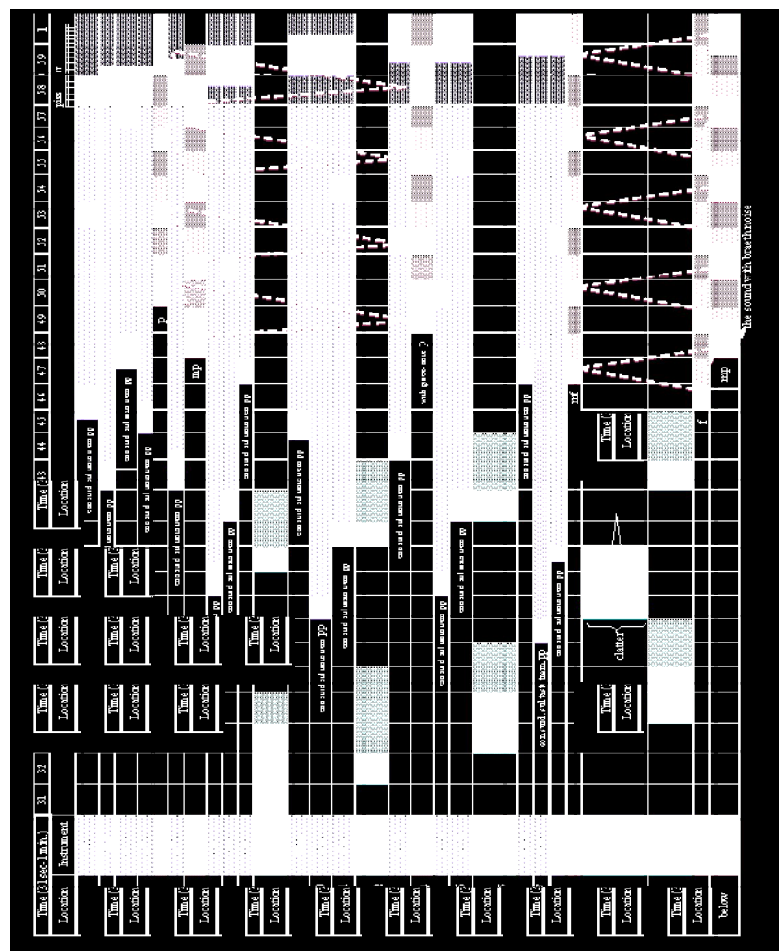
3-րդ հոգու ջրեր
ձգման Ներքին խողովակ

16 ԳՑԻ

ნიმუში 2. აკუსტიკური გადანაწილება „განლაგების პარტიტურა“

[illegible]

ნიმუში 3. ბგერის მოძრაობა-ტრაექტორია „I ფაზა – I დღე“



ატომალურ-ბირთვული მუსიკის შემთხვევაში ადამიანი – მსმენელი თუ შემსრულებელი – ექცევა არატიპიურ ხმოვან ველში, სადაც ის მუსიკის მიკროსამყაროს ცენტრშია და თითქოს მის გარშემო მოძრავ უმცირეს ნაწილაკებს შეიგნობს. ამ პროცესის მძაფრად შეგრძნებისთვის და აღქმისთვის, საუკეთესოა თუ ვიზუალური ხერხებიც იქნება ჩართული. ვთქვათ, თუ ფერი, პლასტიკა, შუქი, ჩრდილი და სხვა ვიზუალური ნიუანსები ბგერას შეერწყმება და ღინამიკის, რიტმის, ტემპის რეალიზებაში დაეხმარება.

ნიმუში 4. ბგერის მოძრაობა და ფერი „განათების პარტიტურა“ ინსტრუმენტების და გამაძლიერებლების განლაგება დარბაზში

განათების პარტიტურა და სივრცული შრეები (ფერში)

ბგერისა და შუქის გავრცელების პლასტიკა (მთავარი პარტიტურის თანხლებით, სადაც მითითებულია რა დროში და რა მიმართულებით ვრცელდება ბგერა და შუქიც მიჰყვება ბგერას)

ყოველი ინსტრუმენტი აღნიშნულია იმ ფერით, რომლითაც უნდა განათდეს, მხოლოდ ყვითელი ფერით აღნიშნული ინსტრუმენტები მიუნიშნებენ რომ ისინი გამოიყენება ელექტრონული პლასტიკისთვის და მათი განათება ხდება ან ლოკალურად პულტის გასანათებელი შუქით ან მხოლოდ ჯვრის თეორი განათებით. თეორი შუქით განათებული საკრავები არაა აღნიშნული ძირითად პარტიტურაში, იგი ერწყმის სხვა ფერის განათებას და გამოიყენება იმ შემთხვევაში, როდესაც მუსიკაში ჯვრის გამოსახულება გამოსახატავი. (ეს მითითებულია განათების პარტიტურაში სიტყვიერი შენიშვნით).

I. ლაზერული განათება აერთებს ფიგურების წვერებს, ხოლო ფერდები წარმოიქმნება რამპის მიმართული შუქის მეშვეობით.

წითელი შუქი – ხაზავს კუბის სხვადასხვა როტაციას.

ყვითელი შუქი – ხაზავს სხვადასხვა კუთხოვანი ფუძის მქონე პირამიდას.

ფერადი განათება – როდესაც საკრავებს შორის ბგერა მოძრაობს და წარმოიქმნის ფიგურას.

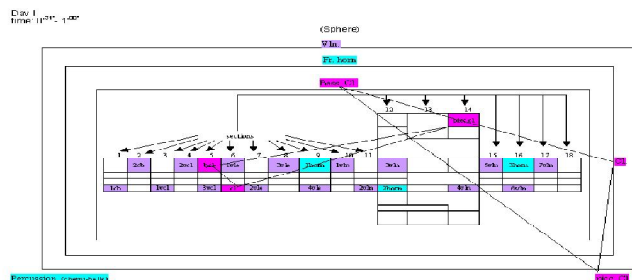
შენიშვნა: პირამიდის წვეროს გამაძლიერებლიდან მომავალი ხაზები ლაზერული სხივებია, რომლებიც ერთდროულად ვრცელდება ფუძის წვეროების გამაძლიერებლებისკენ, მათ შორის კი სხივები რიგ-რიგობით შეკრავენ პირამიდის ფუძეს და შეავსებენ ფერდებს. სპირალის დროს ყვითელი გაფანტული შუქი მოემართება ყოველი ჩართული გამაძლიერებლიდან ქვევით.

II. თეორი განათება ეკუთვნის ჯვრის ფორმაზე განლაგებულ შემსრულებლებს, შუქი ვრცელდება კონუსურად და შემსრულებელს ანათებს ზევიდან (დან 2 ან 3 მეტრის სიმაღლეზე).

III. ჯვრის ფერადი განათება (ცისფერი, ლურჯი, იისფერი, ვარდისფერი, იასამნისფერი, შინდისფერი და ა.შ.) ვრცელდება იატაკიდან

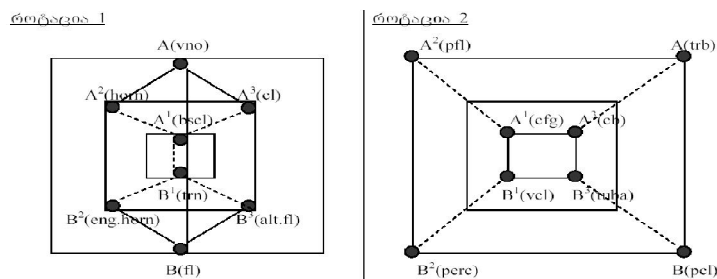
(სანათი მოწყობილობა დამინტაჟებულია იატაკზე თითოეული შემსრულებლის გარშემო). შემსრულებელი გაშვორტყმულია ოთხი ერთფერი სხივით, რომლებიც ერთმანეთს ჰკვეთენ მუსიკოსის თავს ზევით და თუ ამგდროულად მას თეთრი განათება ერწყმის, მაშინ ფერადი სხივები იკარგება თეთრი კონუსის წერღოში.

IV. სფეროს ფერადი განათება ვრცელდება როგორც დარბაზის გარშემო გაფანტული შუქის მეშვეობით და სფეროს იმიტაციას ქმნის (იმპროვიზაციული ვარიანტები), ასევე შემსრულებლის გარშემო იატაკზე დამონტაჟებული სანათებით, რომელიც აფეთქების ეფექტით ერთგვარ რიტმულ ღინამიკას ქმნის და საკრავების შესვლას აფიქსირებს.



ნიშუში 5. კუბის როტაცია ლაზერის შუქით წითელ ფერში „კუბის პარპიტირა“

I ୩୬୯୬ (7min)



ამ შემთხვევაში, ზოგადად, მუსიკა სტატიკურია, დინამიური პროცესების გააქტიურება კი მუსიკალური მატერიის შიგნით ხდება. (ასეთ მოვლენას ვხვდებით უნგრელი დ. ლიგეტის შემოქმედებაში). ლიგეტის შემთხვევაში მუსიკალური სტატიკა უფრო წინა პლანზე გადმოდის, რადგან მსმენელი გარედან ისმენს. ჩვენს შემთხვევაში კი მსმენელი შიდა **აკუსტიკურ პლასტიკას**¹² მიეყვება და იქმნება **ჰოლო**¹³ ეფექტი, ამიტომ მუსიკალური სტატიკა მსმენელის მიერ აღარ შეიგრძნობა ისე მკვეთრად, როგორც წინამორბედის მუსიკაში.

ატომალურ-ბირთვული მუსიკის მხატვრული გამომსახველობითი ხერხები. ატომის სტრუქტურის და თვისებების მეტაფორულად გადმოტანის მიზნით, განსაკუთრებულ მოდიფიკაციას განიცდის ზემოთ ხსენებული საკომპოზიციო ტექნიკაში ნაწარმოების შექმნისთვის აუცილებელი ფორმის შემქმნელი მუსიკალური ელემენტები, რაც ზოგჯერ საინტერესო ნოვაციებსაც გვთავაზობს. ასევე გასათვალისწინებელია მათი გამოყენების კონკრეტული მეთოდოლოგია.

ძალიან მნიშვნელოვანია **გამსუფქვებელი ტონის** ცნება, რომლის მოცულობა ობერტონების რიგში აღმოჩენილი მუსიკალური გენეტიკური კოდების სულ ბოლო კოდს შეესაბამება. მაგალითად ბერა „დო“-ს ობერტონულ რიგში:

(„ლა“ გეოლოგიან - თითქმის „დო“-მდე)

გამსუყებული ტონი თავის თავში იტევს ამ ორი ბგერის გარშემო მყოფ მიკროტონების მთელს „გროვას“, რაც მის გამსუყებას იწვევს.

გამსუფხუვებული ტონი შეიცავს ატომთა განუსაზღვრელ რაოდენობას. ატომი წარმოიშვება გამსუფხუვებულ ტონში შემაჯალი ბგერის მიერ სხვადასხვა რაოდენობის ნაწილაკების (პარმონიკების) შემოკრებით.

თითო გამსყეული ტონი თითო ატომ-ბირთვულ დონეზე არსებობს და მისი ტონები-ჰარმონიკები ქმნიან სხვადასხვა კომბინაციებს ერთ რომელიმე აკუსტიკურ შრეში.

ნიმუში 6. აზომების ცხრილი „კუბის პარტიტურა“

მათი მოდულაცია კი შეესაბამება ატომთა დიფუზიის კანონს,

კუთხები-მუსიკალური ატომები და შესაბამისი პარმონიკები ინდივიდუალური რიტმით და ტემპით:

კუთხები-მუსიკალური	პარმონიკები	რიტმი	ტემპი
A – აქ (ღა ბეკარი)	(კუთხე) $A^2 - A^3 - B$ (ბეგრა) აქ – აფ – ხჲ		♩=80
A ¹ – აქ (ღა 1/4 ტონით ზღდა)	(კუთხე) $A^2 - A^3 - B^1$ (ბეგრა) აქ – აფ – ხქ		♩=120
A ² – აქ (ღა 1/4 ტონით ზღდა)	(კუთხე) $A - A^1 - B^2$ (ბეგრა) აფ – აფ – ხქ		♩=80
A ³ – აფ (ღა ბემოლი)	(კუთხე) $A - A^1 - B^3$ (ბეგრა) აფ – აფ – ხჲ		♩=100
B – ხჲ (ხო ბემოლი)	(კუთხე) $B^2 - B^3 - A$ (ბეგრა) ხქ – ხჲ – აქ		♩=30
B ¹ – ხქ (ხო 1/4 ტონით ზღდა)	(კუთხე) $B^2 - B^3 - A^1$ (ბეგრა) ხქ – ხჲ – აქ		♩=60
B ² – ხქ (ხო ბეკარი)	(კუთხე) $B - B^1 - A^2$ (ბეგრა) ხჲ – ხქ – აქ		♩=90
B ³ – ხჲ (ხო დიეზი)	(კუთხე) $B - B^1 - A^3$ (ბეგრა) ხჲ – ხქ – აფ		♩=145

ერთი გამსუფულები ტონის ნაწილაკები შესაძლოა სხვა გამსუფულები ტონის ნაწილაკებს შეეზავოს, ასე წარმოიშვება ვირტუალური ჰარმონია.

თანამედროვე მუსიკალურ აზროვნებაში „ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიტორო ტექნიკა“ ისეთი სიახლეა, რომელიც მუსიკაში ალბათობის პრინციპების გავლენას განავრცობს და თავის თავში ჩაიტევს ზოგადად სოციომეტრიის¹⁴ პრობლემებსაც მეტნაკლებად კორექტირებული სახით. ალბათობა, რომელიც იმპროვიზაციისა და თუნდაც ალგებრის ცნებებისგან განსხვავებით უფრო გლობალურია, შეისწავლის არა მარტო უბრალო შემთხვევითობის პროცესს, არამედ მოწესრიგებულ თავისუფლებას გასხვავებულ საკომპოზიციო ტექნიკასთან მიმართებაში. რაც გულისხმობს, „ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიტორო ტექნიკით“ შექმნილ ნაწარმოებებში სხვა მუსიკალური აზროვნების ფარგლებში წარმოშობილი საკომპოზიციო ტექნიკის ჩართულობას. ასეთმა

თავისუფლებამ და საზღვრების გახსნამ რომ სისტემის რღვევა არ გამოიწვიოს, „სისტემური წონასწორობა“ უნდა იყოს დაცული. სისტემის დაცვის მექანიზმები კი კარგად დაკომპლექტებულ ფორმის შემქმნელ ძირითად კრიტერიუმებში უნდა იქნას ჩადებული. როგორიცაა:

კომპოზიციური ნახაზი, რომელიც უმეტესწილად მოჰყვება ნაწარმოებს, მისი სტრუქტურის სწორედ აღქმისთვის.

ფაზა (ფორმა) [ვერტიკალური დაყოფა]

ნაწარმოების სტრუქტურული მსხვილი ნაწილები.

ასტრონომიული დრო [ვერტიკალური დაყოფა]

ნაწარმოების სტრუქტურული მსხვილი და მცირე ნაწილების რეალურ დროში გადანაწილება.

სივრცული შეფარდებები [ჰორიზონტალური დაყოფა]

სამოდრო ბაზა მუსიკალური მასალის განლაგებისთვის დამოუკიდებელ ფსიქოდროებში და მათი დაშრეების მეშვეობით **სივრცული პოლიფონიისთვის** წარმოება.

ფსიქოდროების სიბრტყეები სივრცეებთან მიმართებაში [დინამიკა-აგოგიკა, რიტმი-ტემპი]

ატომ-ბირთვული დონე (ბგერითი საფუძველი) [მელოდია, ჰარმონია]

მელოდია და ჰარმონია – მოდიფიცირებულია, მიიღება **ბგერითი მატერიის** შექმნისას გამსუფულები ტონის ფარგლებში.

აკუსტიკური ბადე და შრეები [ფაქტურა, ინსტრუმენტარია]

ბგერის მოძრაობის პლასტიკა, აკუსტიკური წინააღობა, ბგერის ვირტუალური კედელი.

არამჟღერი კატეგორიების გამოყენება მუსიკალურ კომპოზიციაში. რომელიც ორგანულად ერწყმის ფორმის შემქმნელ სხვა ელემენტებს.

შედგად ვაღწევთ **აკუსტიკურ უწონადობას**, შეგრძნება, რომელიც მსმენელს ექმნება გაჟღერებული ნაწარმოების ბგერითი ველის არეალში ყოფნისას.

ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკის დამახასიათებელი მუსიკალური **თვისებები**:

1.საკუთარი ნოტაციის ჩამოყალიბება, დეტერმინირებული ან არადეტერმინირებული;

2.ახალი მუსიკალური ფორმისა და ჰიბრიდული ჟანრების წარმოქმნა;

3. მუსიკალურ ბეგრაათა კატეგორიაში უახლესი დამოკიდებულებების შექმნა და მათი აკუსტიკური განლაგება დროსა და სივრცეში (**გამსუფთავებული ტონი და დიფუზიის** მეშვეობით სხვადასხვა **ატომ-ბირთვულ ღონეზე** მიღებული **ბგერითი მატერია**).

4. ჰარმონიის მიმართ განსაკუთრებული მიდგომა (**ვირტუალური ჰარმონიის** ცნება, რომელიც აკუსტიკური პლასტიკის მეშვეობით წარმოიშვება მიკროტონების მეშვეობით, აქვე ჩნდება **ვირტუალური აკუსტიკური კედელიც** ფერის დადებითა და შუქის მეშვეობით. შუქის მოძრაობით შესაძლოა ილუზიური ჟღერადობის პროვოცირებაც).

5. რიტმის როლი (ფსიქოდროები შემქმნელი ძირითადი ელემენტი).

6. ორიგინალური ფაქტურის და გრაფიკული ჩაწერის ტექნიკა (ფერადი პარტიტურა, **აკუსტიკური და შუქის ბადე**).

7. გაორკესტრების მეთოდის და ტემბრის პალიტრა და მისი გამოყენების **აკუსტიკური პლასტიკა, აკუსტიკური წინაღობა**, რაც ნიშნავს ერთ სივრცულ მდგომარებაში გატარებულ ტემბრულ ფერთა შეუზავებლობას სხვასთან ერთდროული ჟღერადობის პირობებშიც.

8. საშემსრულებლო დამოკიდებულების სიახლეები (სრული კონცენტრაცია, მედიტაციური განწყობა, **დირიჟორის კომპიუტერული** ტექნიკით აღჭურვა და სხვა.)

ნიმუში 7. პულტი და სასივნალო ბრძანებები „დირიჟორის პარტიტურა“.

მზადყოფნა ერთდროული ბრძანებისთვის:

შესვლა; გამოსვლა; შეწყვეტა; ატაკა;

ტონები ფერთა გამაში:

(კუბი) წითელი შრე; (ელ. მუსიკის მასალა) ყვითელი შრე; იისფერი შრე; იასამნისფერი შრე; შინდისფერი შრე; მეწამურიფერის შრე; ვარდისფერი შრე; შაბიამნისფერი შრე; ცისფერი შრე; ლურჯი შრე; აგურისფერი შრე.

ხმამაღლობა:

მაღალი ღონე; საშუალო ღონე; დაბალი ღონე

ექო; გადაძახილი; აქცენტი

გადავლივართ სფეროს რეჟიმზე; შედის კუბის რეჟიმში; კუბის როტაცია, პოზიცია იწყება ჯვრის დანაწევრების რეჟიმში; ბგერითი რეზერვუარი და ა.შ.

თუ ზემოთ ჩამოთვლილ მხატვრულ გამომსახველობით ხერხებს შევინარჩუნებთ, რაც „სისტემურ წონასწორობას“ დაიცავს, შესაძლოა, აქამდე ცნობილი მუსიკალური სისტემებისთვის და საკომპოზიციო ტექნიკისთვის დამახასიათებელი თვისებების გამოყენებით ამავე ტექნიკაში შევქმნათ ნაწარმოები. ამის საშუალებას იძლევა დიფუზიის უნარი, რომელიც ამ საკომპოზიციო ტექნიკას ახასიათებს.

აღმოჩენილი კანონზომიერებების საფუძველზე ჩამოყალიბდა ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკისთვის დამახასიათებელი ერთგვარი დოგმატური წესრიგიც. თუმცა მხატვრული ნიმუშის შექმნისას სასურველია ეს წესრიგი თავისუფლად დავარდვიოთ, ვიდრე მის ტყვეობაში მოვექცეთ.

გფიქრობ, ეს მექანიზმი, რაც ამ საკომპოზიციო ტექნიკას სძენს თვითმყოფადობასა და განუმეორებლობის შესაძლებლობას, ადგილს დაუშვავიდრებს მას საერთო მუსიკალურ ინფორმაციულ კვლში. შესაძლოა, იგი XXI საუკუნის მუსიკის ერთ-ერთ საწყის ეტაპადაც ჩაითვალოს.

¹1. გამთლიანებული აზროვნება ნიშნავს ინტუიტიური აზროვნების ინტერსიფიკაციას, ე. ი., ინტუიტიური აზროვნების სუბდომინანტურობიდან გამოსვლას, რაციონალურის თანაბრად დომინანტურად ქცევას და ასეთნაირად რაციონალურისა და ინტუიტიურის გაწონასწორებას. („ნოოსფერო“, ირინა კალანდაძე, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი-2007, გვ. 70).

2. სადისერტაციო ნაშრომი ხელოვნ. კანდ. ხარისხის მოსაპოვებლად „კარლჰაინ შტოკპაუზენის საფორტეპიანო შემოქმედება და პიანისტის საშემსრულებლო შესაძლებლობების სპექტრის გაფართოების პრობლემა ახალ მუსიკაში“, თბ., 2006, ნინო ჟვანია, შესავალი, გვ. 3.

3. სალექციო კურსიდან „მისტიკური ანატომია“, ნ. მამისაშვილი.

4. მიუხედავად იმისა, რომ ტერმინი დიდი ხანია დამკვიდრდა მუსიკისმცოდნეობაში, ჩვენ საჭიროდ მივიჩნევთ, რამდენიმე სიტყვით შევეხოთ მას. ცნება **ახალი მუსიკა** ჯერ კიდევ XX საუკუნის 20-იან წწ. გამოიყენა პაულ ბეკერმა, მაგრამ საბოლოოდ იგი II მსოფლიო ომის შემდეგ დამკვიდრდა, რაშიც დიდ როლს ითამაშა თ. ადორნომ. ფართო გაგებით, ცნება აერთიანებს XX საუკუნის იმ კომპოზიტორთა შემოქმედებას, რომელთა მუსიკა „ახლად“ აღიქვა საზოგადოებამ (შონბერგი, ბარტოკი, პინდემიტი, სტრავენსკი, ვებერნი...). მოგვიანებით მან მოიცვა 1945 წლის შემდეგ ჩამოყალიბებული სერიალიზმი. დღეს ამ აღნიშვნის ასეთი პლურალიზმის წინააღმდეგ ბევრი მუსიკისმცოდნე გამოდის. მისი შემოფარგვლის მიზნით, კ. ბლუმროდერი გამოყოფს ცნების

ორ უმნიშვნელოვანეს კონსტანტას – ომის შემდგომ ავანგარდსა და 1950 წლის შემდეგ შექმნილ ექსპერიმენტულ მუსიკას. ამჟამად დასავლეთეუროპულ მუსიკისმცოდნეობაში ახალი მუსიკა ძირითადად ამ მიმდინარეობების მიმართებით გამოიყენება.

5. ნუკლეონის მჟავების მოლეკულაში მემკვიდრული ინფორმაციის დაშიფვრის სისტემა. ცხოველებში, მცენარეებში, ბაქტერიებსა და ვირუსებში იგი ნუკლეოტიდების თანმიმდევრობით გამოიხატება და ცილის მოლეკულაში ამინომჟავათა თანმიმდევრობას განსაზღვრავს.

6. „ვირტუალურ შესაძლებლობათა ფაზობრიობა, სადაც სივრცით განზომილებათა მონაცვლეობა ქმნის გამთლიანებული დროის ეფექტს“- ნოდარ მამისაშვილის განმარტება.

7. სიტყვა „მედიტაცია“ ჩვენს დროში მრავალი მნიშვნელობით გამოიყენება, თუმცა ყველა მათგანი გულისხმობს შინაგან ჩაღრმავებას, გარე შთაბეჭდილებებისგან გათავისუფლებას, მოღუწებას, ჭკრეტას სულიერებაში და სიმშვიდეს.

8. ნოდარ მამისაშვილის ტერმინი.

9. იანის ქსენაკის XX საუკუნის ბერძენი კომპოზიტორი და არქიტექტორი. 1947 წლიდან ცხოვრობდა პარიზში, იყო ლე კორპუსიას მოსწავლე. მათემატიკური და მექანიკური მუსიკის პროფესორი აშშ-ს უნივერსიტეტში. თავის შემოქმედებაში ხშირად იყენებს უახლესი სახის საკომპოზიტორო ტექნიკას, მათ შორის მათემატიკურსაც. დაწერილი აქვს სტატიები და წიგნები ექსპერიმენტულ მუსიკაზე.

10. Г. И. Супонева, «Проблемы нотации в музыке XX века», გვ. .23.

11. ეკა ჭაბაშვილი, ქართველი კომპოზიტორი, ატომალურ-ბირთვული საკომპოზიციო ტექნიკით და მუსიკალური გენეტიკით დაინტერესდა 2006 წლიდან. ეს ტექნიკა გამოყენებული აქვს ბოლო ნაწარმოებებში, თუმცა თვლის რომ სხვადასხვა დოზით კლინდებოდა ყოველთვის.

12. ბერის გადაადგილების ტრაექტორია, რომელიც ნათლად იგრძნობა და ვიზუალურად ხედვადი ხდება შუქის მიმართვის შემთხვევაში, რა თქმა უნდა ეს პროცესი ილუზიური, რადგან რეალურ დროში ბერის და შუქის მოძრაობის დანახვა შეუძლებელია.

13. ნოდარ მამისაშვილის კვლევები ჰოლოფონიაზე.

14. სოციალური ფსიქოლოგიის დარგი, რომელიც შეისწავლის პიროვნებათაშორის ურთიერთობებს, ჯ. მორენოს აზრით, სოციომეტრიული რეგულაცია უფრო ჰარმონიულს გახდიდა საზოგადოებრივ ურთიერთობებს.

- ვაშაყმაძე ვ., „ფიზიკა“, „განათლება“, თბილისი 1985წ.
- კალანდაძე ი., „ნოვოსფერო – მომავლის მეცნიერების სათავეებთან“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი - 2007

• კლაინი ბ., „ძიებაში ფიზიკოსები და კვანტური თეორია“, გამომცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, თბილისი 1984

• მამისაშვილის ნ., ლექციები „მისტიკურ ანატომია“.

• ჟვანია ნ., „კარლჰაინ შტოკჰაუზენის საფორტეპიანო შემოქმედება და პიანისტის საშემსრულებლო შესაძლებლობების სპექტრის გაფართოების პრობლემა ახალ მუსიკაში“, სადისერტაციო ნაშრომი ხელოვნ. კანდ. ხარისხის მოსაპოვებლად. თბ., 2006

• ქოქეთიანი პ. „ზოგადი ბიოქიმიის კურსი“ თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1971

• Michael Talbot – The Holographic Universe, <http://www.tobyjohnson.com/michaeltalbot.html>

• Д. В. Житомирский, О. Т. Леонтьева, Л. Г. Мяло, «Западный музыкальный АВАНГАРД после второй мировой войны», Москва, издательство «Музыка», 1989.

• Цтирад Когоутек, «Техника композиции в музыке XX века», издательство «Музыка», Москва, 1976.

• В. Варунц, «Музыкальный неоклассицизм», издательство «Музыка», Москва, 1988.

• Г. И. Супонева, «Проблемы нотации в музыке XX века», гв. 23.

• Любимов А. «Портрет художника в запредельности» К 60-летию Владимира Мартынова, Журнал «Музыкальная академия», 01 апреля 2006

***Faculty of Humanitarian Studies Social
Sciences, Business and Management***

THEATRE STUDIES

CONTEMPORARY EUROPEAN THEATRE STUDY

PhD Program

First Year Ph D. Student **Irakli Gogia**
Supervisor: Full Professor Levan Khetaguri Ph D.

**SHOTARUSTAVELI THEATRE AND FILM UNIVERSITY'S
FACULTY OF ARTS AND SOCIAL SCIENCES**

Summary

“The importance of teaching rhythm in the process of actor’s formation” Irakli Gogia’s refers to the problem caused by the traditional system acting trainings in Georgia. In author’s opinion it is essential to implement European way of teaching drama. In his view, experiments of the first half of the twentieth century pretty much shaped the future of theatre art. He brings examples of Rudolf Laban’s, Isadora Duncan’s and Jerzy Grotowsky’s experiments. The author makes a special emphasis on the importance of Rhythm Institute of Emile Jaques-Dalcroze and its systematic teaching approach. His answer to what is the main factor for out of date theatre is the actor whose formation process does not respond to a rhythm of that given time period. Along with the foreign examples, the author brings examples from Georgian theatre history as well. In his viewpoint it is important to determine the inner Georgian rhythm. He points at the components that Georgian actors lack in the development process. Author thinks, that actor’s rhythmic formation will make Georgian theatre much more interesting. He assumes that it is absolutely necessary (based on the example of Dalcroze’s lessons) to formulate methods of teaching Georgian rhythm and form an actor with outstanding successive thinking and acting.

First Year Ph D. Student **Mikheil Mestvirishvili**
Supervisor: Full Professor Levan Khetaguri Ph D.

THEATRE IN CYBER-UNIVERSE

Summary

On the being of the ends of the centuries theatre had promised its past’s self experience and such future, which had all changed or refused whole culture study. Modern theatres new discover memories scientist begin to study, such as theatre begin to study scientists. On one sight, this branch of the art take more different face and whole other positions put down in the every day life of the modern universe. “New Medias” had born whole change humans idea. Modern world’s fast education always goes at the art’s all branch fast development, which is always in search and look for it, it demands to look at it.

For to day many thinks, which theatre had lost it’s really face, but I think, that this simple choose is very far from realness, because Schiller said, too “**Der Mensch ist nur da ganz Mensch, wo er spielt**” (“Man is a whole there, where he is playing”). If we think in Schiller’s idea, than we would sure, to day modern multimedia performance have a long tradition for performance’s made space.

“Web dance’s” best examples are Sara Morrison’s “Leaping into the net!”, New-York’s “Cassandra project” and Laura Nott’s “World wide simultaneous dance”

I think, that these three projects can three different structures demonstration, because to show us different internet performances stenographic particularity.

First Year Ph D. Student **Lasha Chkhartishvili**
Supervisor: Full Professor Levan Khetaguri Ph D.

NEW INTERPRETATION OF SHAKESPEARE IN THE SECOND HALF OF THE XX CENTURY

(based on “King Lear” by Mikheil Tumanishvili)

Summary

The work by Lasha Chkhartishvili “New interpretation of Shakespeare in the second half of the XX century” (based on “King Lear” by Mikheil Tumanishvili) examines Mikheil Tumanishvili’s staging of “King Lear”. The author makes a historical overview of the performance and tries to determine its place in history of Georgian staging of Shakespeare. The author talks about the positive and negative sides of the performance. The summary makes it clear that modernization of Shakespeare in Georgia began with Mikheil Tumanishvili’s different stage interpretations of Shakespeare among those that of “King Lear” is of **utmost** importance.

The staging of “King Lear” during the sixties of the XX century was of a particular importance in life of Rustaveli Theatre. The rivalry between the “traditionalists” and the ones supportive of novelties was still hot. Debate took on a radical form and often the precious discoveries and novel findings that new theatre aesthetics was accompanied by were left out of attention. The first efforts of Tumanishvili to stage Shakespeare on Georgian stage were actually the first efforts in the direction of its modernization.

Despite this controversial performance and the fact that there were a lot of things that were reinterpreted in a whole new way, characters were not fully outlined and performance lacked a single unified ensemble.

A lot of things in Tumanishvili’s staging of “King Lear” were later used by the following generation of directors in stage interpretations of the very same tragedy. This is the reason for this unsuccessful performance to be of a crucial importance not only in history of Georgian stage interpretations of Shakespeare but in entire history of Georgian Theatre.

First Year Ph D. Student **Tamar Tsagareli**
Supervisor: Full Professor Levan Khetaguri Ph D.

CHURCH SHOW IN MEDIEVAL EUROPE AND IN GEORGIA

(Based on Theatre Anthropology Method)

Summary

Performance study has tended to prioritise theories and utopian ideas, neglecting the empirical approach. Theatre Anthropology directs its attention to this empirical territory in order to trace a path between the different techniques, aesthetics, genres and specialisations that deal with stage practice. It does not seek to fuse, accumulate or catalogue acting techniques. It seeks the elementary: the technique of techniques.

The remarkable fact that the revival of the drama in Medieval Europe and in Georgia was due to the Christian Church has been abundantly proved and illustrated. At first, certain parts of the church ritual were expanded in action, and especially at the great religious festivals of Christmas and Easter attempts were made to exhibit vividly before the faithful what the service was intended to commemorate. The Wise Men from the East, who had been guided by a miraculous star, worshipped and presented their gifts before the cradle of the Divine babe; the Virgin Mother was represented by a girl with a child in her arms; the Resurrection was suggested by a priest rising from a mimic sepulcher. Later the action was extended, and dialogues were added. These were, of course, in Latin, the universal language of the Church. Gradually scenes from other Scripture stories were combined with those strictly belonging to the service. These church dramas may have been inartistic, but they were characterized by strict simplicity and earnest devotion.

Characterized in itself by a simple dignity befitting the treatment of such themes, it was acted with all the pomp and circumstances associated with Roman Catholic worship; and nowhere shall we find a grander or more impressive spectacle than a Mystery of the Passion, as performed in one of these grand old Gothic piles. Banners hung above the fretted arches; the odor of incense filled the air; tapers shone brightly in the dim light from storied and diversely-colored windows; elaborate processions wound their way through the aisle to the strains of solemn music; the figures of the priest-players stood out in clear relief against the splendor of the altar, as, facing thousands of rapt spectators, they gravely declaimed, with appropriate gestures, the dialogue intended to set forth the events which led up to the Crucifixion.

FILM STUDIES

WORLD FILM HISTORY

MA Program

Second Year MA Student **Olga Eliashvili**
Supervisor: Zviad Dolidze Ph D.

THE GANGSTER FILM

Summary

“Gang” is English word and means “a group of villains”. The gangster film as an independent cinema genre established in the end of twenties in the USA and had developed in the other capitalist countries. These genre’s films narrate about organized crime world and professional outlaws. Firstly those films got the criticized position from press and society. The press declared this film production in propaganda of gangsters’ life and in creating the romantic style of negative heroes. After that there were made new films, the main characters of those were policemen and these heroes fought against organized crime. Thus there was appeared the new direction of genres – the criminal dramas in film.

In 1903 it was shot one of the first gangster films – Edwin Porter’s “The Great Train Robbery”. They say that this film had founded two film genres – the gangster film and the western simultaneously. Since World War II new direction appeared in the gangster films – the biographies of well-known gangsters. Today the gangster film is one of the popular film genres, on base of which there were shot many interesting films.

Second Year MA Student **Sofio Tsulaia**
Supervisor: Zviad Dolidze Ph D.

EVOLUTION PROCESS OF SCIENCE FICTION FILM

Summary

Film-fantasy is one of the most popular and interesting genres in cinema. This article wants to show, that film-fantasy isn’t only for exhibition of special effects. It is one of the most difficult genres, and was changing from time to

time. Sometimes it presented political symbols and metaphors for directors and authors film wise. For a long time it was experimental, political and intellectual. Unfortunately lot of spectators thinks so. The theme of this article isn’t a history of this genre. It is about its shortcomings, positive sides and major peculiarities of film-fantasy.

CONTEMPORARY FILM TEORIES AND CRITICISM

MA Program

Second Year MA Student **Rusudan Papunashvili**
Supervisor: Manana Lekborashvili Ph D.

REPRESENTATION OF WOMEN IN THE SPANISH FILM OF THE FRANCO PERIOD

Summary

In the history of Spain cinematography considerable period includes post civil war (1936-1939) films. Film production of the mentioned period, held by the CIFESA state patronage has sharply expressed propagandistic functions. CIFESA was founded in 1932 in Valencia and its goal is to “make Spain” 30 years film, to strengthen feeling of racial distinguish and to deep feeling of patriotisms. Politically it subordinates ideological interest of conservators and right wing. During the Spain republican years cinematographic production entirely included comedy and country drama that without exception are united with the following elements: religion, historical idyll among the classes and those archaic moral norms such as dignity (traditionally the bearer is a woman). Spanish is inspired in the city, it embodies traditions visually, nation unity and racial holiness. Frankist social system protects “family expansion” as Sanchez Lopez called that is established “Woman’s belonging toward the state (mother, family, nation)”; creation of “charter of women’s public unity” that is impossible to reject it should be “get and feel”. Transmitter of national mentality is a chief hero - mother, who is obliged transmitter of the national mentality. The discussed films; “Morena Clara”, “Dolores”, “Orosia”, “Raza” give information about woman representation in Franco’s Spain that isn’t an example of holiness, beauty, dignity, ethics and tradition protector. It must protect future of the nation and must be a transmitter of national self-consciousness.

CULTURE MANAGEMENT **CULTURAL POLICY**

CONTEMPORARY MANAGEMENT IN ARTS AND CULTURE

MA Program

Second Year MA Student **Elene Babakishvili**
Supervisor: Iuri Mgebrishvili Ph D.

THE ROLE OF SPONSORSHIP IN THE POLICY OF CULTURAL ORGANIZATION

Summary

Noncommercial cultural organizations in the whole world, including Georgia, are in a rather complicated situation from the perspective of finance. The State reduces financial support of the similar institutions from year to year. The above organizations differ from other organizations in diversification of sources of financing. In such circumstances cultural organizations try to attract sums from alternative sources, such as charity as well as sponsorship resources, grants from funds, membership fees, etc.

For normal functioning and development of own activity cultural organizations in increasing frequency build their actions upon economic calculations. This is a better way to realize and popularize cultural product. Promotion of the latter is planned in the same manner as of the classical marketing product. They work out a strategy for attracting both their own returns and external sources of financing for conducting expensive advertising and PR campaigns.

Amounts derived from sponsorship arrangement form a solid part of the budget of cultural organizations. Sponsorship is a widespread and reasonable form among the sources of financing attracted.

In the contemporary market conditions more and more companies switch from philanthropy to sponsorship activity to carry out their marketing purposes. Sponsorship differs from charity with its marketing and commercial purposes. Sponsorship is an economic arrangement targeting at exchange of funds, production, service, advertising funds, PR campaigns and events.

Sponsorship activity supports establishing of favorable relationships between the society and the organization. Companies supporting public initiatives win the recognition of consumers who are socially and politically active.

To finance certain events and projects cultural organizations apply to various companies. The sponsorship application should be drawn up diligently and professionally to awake the sponsor's interest in the proposal of organization. First of all such application should be in compliance with the purposes and criteria being substantial to certain company. Sponsorship application should meet the company's requirements. It is crucial as well to form a profitable alliance with the sponsor which is not achievable by the alternative means. Based on the aforesaid, the policy of cultural organization highly depends on the sponsor. Cultural organization should work up certain criteria with respect to the sponsor which will support determination of rights and obligations of the sponsor and cultural organization.

Such attitude will support to elaborate sponsorship activity in Georgia. Sponsors will find their valuable partner in cultural organizations and the amount invested in this sector will enable them to develop their activity. Fulfillment of these two factors will secure establishing of firm alliance between the culture and business sectors.

Second Year MA Student: **Ia Gabunia**
Supervisor: Iuri Mgebrishvili Ph D.

THE ADVERTISING POLICY AND MAIN POINT OF THE ADVERTISEMENT (Film fest 'Sesily')

Summary

The mission of a film fest 'Sesili' is to look for new talents, popularization, introduce new foreign movies to Georgian spectators and to develop new cinema traditions and relations. The aim of the film fest is to display talented youth and promote to become skilful masters.

The film fest received comparatively high financing in 2005, in 2006 the financing slightly decreased to 6000 GEL, in 2007 the financing amount equaled to – 5000 GEL and in 2008 remained unchanged. Without organizers'

enthusiasm, holding festival with such minimal financing would become impossible.

Without possessed funds the management of the festival faces different troubles.

Reasoning from low financiering, what basically depends on lack of sponsors, the festival does not manage to succeed. The proper advertising campaign should be held to attract resources and raise sponsors' interest in the festival business.

The advertising campaign demands vast of means. E.g. settling advertisements on 'Rustavi 2' costs as follows: from 07:40 to 18:00 prices vary between \$ 40-400, evening and night tariffs differ from \$ 400-1300. Prices at 'Print-Georgia' Ltd. also could be represented: e.g. designing of advertising-polygraph production cost \$ 40-300.

Advertising state in Georgia is following: the most expensive advertising service is TV. The Georgian art organizations enter the market without having any financial support.

To overcome financiering problems, I think it is necessary to look for means for correct advertising campaign, possible via making sponsors become interested in the festival. Due to interest potential sponsors in the festival, convenient and advantageous offer should be produced. The film fest's management should work out a strategy, to show the importance and concernment of the festival to potential sponsors. Sponsoring is the strategically planned effort, serving to increase sells and promotion. Advertisement is the best way. As a result, thank advertisements the public get informed about the festival and sponsors.

Second Year MA Student: **Sofio Komladze**
Supervisor: Iuri Mgebrishvili Ph D.

"SEVERAL ISSUES ON PUBLISHING MARKET RESEARCH"

Summary

For culture organization marketing is essential and a rather necessary direction. It is an aiding tool which we can wisely use in order to attract maximum number of people towards our product may it be theatre, Opera, Library, Gallery, Publishing house and etc. A correct research of customer market is an essential part of marketing. Especially when talking about an art product - an intellectual product - a book. Publishing houses carry a big

responsibility when it comes to "wrapping" a book as a product and making it attractive to a maximum number of readers. Although before the publisher decides to publish a book, he/she should definitely find out the reader's opinion first, find out which book the market is really in need of, what the cost of the book should be, what the quantity of the book should be and etc.

Research of a customer market is of an essential importance in marketing theory. There are several research models based on practical experience. Any of the publishing houses may choose one of them and work out a strategy according to that specific research model or create a brand new plan - one suitable for its organization and its characteristics.

Market research as determination of customer's needs is quite an interesting process. In a big organization research may be conducted by a marketing department, research committee, agency or a department. Whatever the research team is it should definitely consist of professionals. In a small publishing house research can easily be done by a manager and several assistants.

In my conference work I have offered you a mini strategy of publishing organization's market research, on basis of which an organization's administration may conduct a marketing research. After the research is done, results should be put together and analyzed. Outcome should be handed over to the organization's administration or a marketing team in order to create a new product by the requirements of the customer.

It should also be said, that customer market research for publishing houses is not only important for update of products. Through market research these types of organizations are able to determine the average price for the desired book among the customers. Last but not least they can determine the level of competition, place and status on the market and set forth a suitable plan for becoming or just maintaining a steady place and outstanding leadership in publishing business.

STRESS IN ORGANIZATION AND STRATEGIES OF ITS MANAGEMENT

Summary

According to one of the rules of Japanese management, efficiency of an organization depends upon the way the manager handles the stress of the coworkers and transforms it into the energy for success. What is stress?

Majority of people think that stress is just another term for tension. Stress was first scientifically founded by a famous Canadian biologist Hans Selie. According to him, stress is a peculiar reaction of the body towards any requirement set forth to it.

Stress is an inseparable part of contemporary business and influences every coworker of a company. For instance: A regular coworker is stressed for working long hours with a low salary, has lots of responsibilities but just a few rights.

People working under stress are generally not efficient and make wrong decisions most of the time. Stress accounts for the loss of staff which itself results in company's low work efficiency, decrease in productivity and increase in cost (for instance hiring new workers and their training).

Symptoms of Stress

- First of all people start to feel that they are not able to deal with obstacles;
- They are in a constant hurry and are always short of time;
- They cannot concentrate on work;
- They are constantly complaining of being tired;
- They are unable to rest at home and switch from work to relaxation;
- In severe cases they may develop fear of going to work;

Causes of stress and ways of its reduction

- Problems associated with work;
- Additional office hours;
- Style of management;
- Lack of communication;
- Family problems;
- Management stress;

In most cases stress is caused by several complex reasons requiring an adequate strategy to overcome it. These strategies are as follows:

- Self perception;
 - Harmony with oneself and high self-esteem;
 - Reasonable selfishness;
 - Risk;
 - Being moderate;
 - Emotional and behavioral responsibility;
 - Flexibility;
 - Acceptance of reality;
- Standards of stress management account for six basic aspects:
- Requirements;
 - Control;
 - Support;
 - Relationships;
 - Role;
 - Change;

Improving work conditions also supports stress prevention and reduction. For instance good lighting, room conditioning and ventilation, convenient work place, walls painted in calm colors, maximum reduction of noise. In companies where these conditions are not neglected, productivity remains high.

PR (PUBLIC RELATIONS) ROLE IN CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT

Summary

In the term of significance of the resource potential Georgia is one of the distinguished countries the interest towards which has existed since olden times, and the legend of Argonauts speaks of it.

During the last years cultural tourism is becoming especially important that is the best opportunity for acquainting with the other cultures.

Cultural Tourism covers all these directions connected to the popularization of history, culture, ethnography, the spiritual and material cultural

heritage of the nation. This direction of Tourism enables tourists to make acquaintance with the historical and cultural heritage, our country is very rich of which.

The maximal operation of the existing resources in Georgia is necessary for cultural tourism development.

It is important that our country will launch the world-wide international PR Campaign aiming at popularization of cultural tourism direction that will be placed in the world leading television-channels and printing media with high-quality advertising films and materials.

With the aim of the inner tourism development it is necessary to create such TV broadcast or radio broadcast program that will provide the permanent promotion to the different tourism places of Georgia.

It is significant to prepare advertisement materials, especially to print travelling maps, lists of the resorts of Georgia as brochures, guidelines of Hotels and Houses and etc. Therefore the informational web page is needed to be prepared.

Much more active involvement of the governmental structures will support the development of cultural tourism in Georgia. Government is to play the leading role as politics has a great impact on the whole country and its society.

Role of PR (Public Relations) in the development of cultural tourism is of great importance as without a vigorous involvement of the society tourism development will be impossible. And this is a prerogative of PR.

For cultural tourism and tourism development in general PR aims:

- 1) Awareness of Society,
 - Providing the information on the tourism products;
 - Formation of Travelling Companies and Product image.

- 2) Persuasion,
 - Attracting to purchase a tour product;

And changing the attitude towards it;

Introduction of better reputation compared with the competitive product.

- 3) Pressure on memory,

- Permanent existence of the company and its product on the tourism market and what's important maintaining its positive image.

Diversity of Georgian nature and richness of the cultural-historical heritage give us an opportunity to make conclusion that Georgia has got a great potential to become an immense centre of cultural tourism in the world, though the implementation of it will be impossible without taking the interests of the society into account. PR (Public Relations) acquires greater and greater importance in this field and plays a particular role in the development of cultural tourism.

Second Year MA Student: **Tamar Piroshmanashvili**
Supervisor: Iuri Mgebrishvili Ph D.

ART MARKET IN GEORGIAN GALLERIES

Summary

All creators must introduce their masterpieces to public for real appreciation. They need to keep their real names in art and became well known for society. They try to show their crafts using art galleries.

Though only exhibitions can't get the sources of existence, if art samples are not sold and art markets are not supported. Just for that it is the main to manage the activity of galleries and this management must be right.

Nowadays political, economical and legislative problems in Georgia do not give the real possibilities to lots of private galleries to incarnate their whole plans.

Generally, gallery important activity is exhibited service collaboration with painters, sculptures, making popularization of creators and their works. Unfortunately, our art markets can not give opportunity to galleries because of their low income which hardly improves their international standard installation. That's why the galleries must investigate various sources of finance using sponsorship, benevolence, charity, state support (partly financing) or private capital.

Commonly, all private gallery owners try to find out proper sponsors or supporters. They attempt to have competent, qualified personnel for having good relationship with creators and society members, making their works popular. They also try to advertise the masterpieces showing them on exhibitions or on sale. They must have good cooperation with mass media avoiding low quality exhibition arrangement.

Georgian culture laws can not support art business development in Georgia. Unfortunately, art samples are not free of charge and they are taxed like any agricultural product. The state must have such laws to help the businessmen and all businessmen must be interested in art transferring investments in art business.

Galleries must support all kind of art business exhibitions, commercial, advertising or charity business. Also they must have good collaboration with foreign courtiers to introduce them own culture and creation. One main step is made – participation in the International art market "Art Caucasus".

All in all, Creators' work must be seen at first like art samples and than commercial investments.

RESEARCH OF THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISMENT

Summary

The effective advertisement implies of the group art. Without the group, without the recourse of the man the advertisement won't become. The first thing what is advertisement company has to remember is the client, because the advertisement is made for clients and definitely the main subject is clients. The base of the advertisement estimation is to study and understand the behavior of the clients. Which main goal is to study the essence and interests of the clients. If you don't have enough information about the behavior of the clients there is possibility that you will face the great risk. Before making the advertisement the most important information you have to know is: who is your client, which sources the one is using most often to receive the information, what is one's life style, how you can get one's attention, and motivation for purchasing the product. Generally the main idea of the advertisement is to offer the client not only the product, but also the style of the life and the thinking, which is actually define the purchase. With this the client is belongs or try to belong of the distinct social status, seeks to such life style, of which the one was dreaming. The authors of the advertisement companies' offer to client the some kind of values, the thoughts and have the influence on the choices. So they are participating to change the behavior of the society and from this taking part to form the modern culture. Presumably if the advertisement group will take in consideration all this and set this his main goal, do his best in experience and professionalism, in this case the cultural life will be more various, valuable, dynamic, interesting and rich. Nowadays in the developed countries the advertisement is considered as an art and science unity. For today we can suppose for sure that in a very near future the effectiveness of the advertisement will be the standard concept for Georgia and as it is considered in developed countries and it's using won't have any doubt.

Generally the priority of the advertisement is its laconism and fast result.

The advertisement specialist has very difficult mission, he has to put lot of stuff in the advertisement's little frame. Creativity is helping the specialist to do all this on a professional level. Creativity – is such a talent. Such a ability, which the new or original ideas and thought are unite. It is proved that spectator perceive, remembers and understand the information better which is offered to them creatively.

PR-RECOMMENDATIONS FOR CINEMA FESTIVAL „SESILY”

Summary

Role of festivals is very significant for propagation and strengthening of cultural values. Festival Movement, appeared at the beginning of XX century, became very popular and now it attracts high attention of specialists and admirer in this field of art.

The festival „Sesily” held in Tbilisi supports integration of different cultures and development of international relationships. Producers from different countries are able to familiarize with others, to share their experience and opinions. That is very important particularly for developing countries like Georgia; it is a good opportunity to develop our cinematography, to introduce Georgia to the whole world and vice versa.

For implementation the mission and aims of the festival „Sesily” it is necessary to conduct appropriate PR campaign. It is clear that any PR campaign needs financial resources but at the same time successful PR campaign is guarantee for popularization of „Sesily” on the local and international market, for its development and growth.

PR campaign of the festival „Sesily” should be implemented according the following scheme:

- Situation Assessment; Primary and secondary marketing research;
- Situational Analyse;
- Demography. Choosing the target market and determining of its major characteristics;
- Psychology. Environment Analyse (potential contractors and opponents) and formulation of tactics;
- Formation of purpose (what can be reached factually);
- Knowledge; relationship; behaviour; formulation of general strategy;
- Determining the possible results and forming the detailed plan;
- Formulation a message for society and selection of communication channels;
- Testing the selected message (focus-groups, interviews);
- Implementation of campaign;
- Estimation of campaign's effectiveness.

PR companies or individual PR specialists existing today usually follow their personal ethic code that can be justified in some cases, but sometimes personal values oppose international values. That is why all PR companies and specialists should take in consideration European (Lisbon) code of professional behaviour in PR.

Second Year MA Student **Nino Sharmiashvili**
Supervisor: Iuri Mgebrishvili Ph D.

AUDIENCE ATTENDANCE PROBLEM IN ACADEMIC THEATRES

Summary

Georgian theatre has a special, unique history. However, the aim of my research is not to learn the history of Georgian theatre but to focus on one particular problem. This problem is attendance problem in modern Georgian academic theatres.

To find out what kind of viewers attend shows in a particular theatre, their personal taste and what kind of performance they prefer and attend the most inquiries among viewers must be made in this theatre. It is also important that the manager of the theatre must be a professional cultural manager. The manager should come up with the company strategy and review the internal documentation quite often.

A manager can use data received from the box-office or the documentation presented by the clients. It is also important that the Public Relations manager is a professional too. Public Relations manager is in charge of information exchange and communication with the public. The success of the theatre depends on this person. This manager should manage a PR campaign so that all of the viewers are interested and the performance is not aimed only at a certain part of an audience.

Internal organization structure is also very important for the theatrical management as it is a very complex link in the chain. Creative sector plays a key role in the management along with the technical and general administrative sectors. Creative sector is in fact the core of the theatre as it defines the main principle of the theatre, its repertoire, actors and creative control. Technical

sector is in charge of the technical part of the performance (e.g. lighting, props, sound editing etc.). As for the administrative sector, it involves accounting and commercial services.

The theatre goes a long way to prepare each show. This is called Theatrical Production Cycle and involves multiple stages (e.g. choosing a theme of the play, preparation of the play, performance preparation, joining aspects, marketing plan, premiere and post premiere data analysis).

Theoretical and practical marketing and management skills are needed for the success of the theatre. The most important thing in theatrical management is dealing with internal organizational issues. In case of the correct theatrical management structure, the manager of the organization controls every link of the management chain and actions undertaken by any one of these links are helping the success of the whole company.

Georgian theatre is in need of a large audience. The audience needs a good performance which in turn involves an interesting play, a professional team and a lot of work. All of this in my opinion will eventually eliminate the lack of viewers in the academic theatres of Georgia and every performance will be sold out.

Second Year MA Student **Mariam Tschumburidze**
Supervisor: Iuri Mgebrishvili Ph D.

SEVERAL PROBLEMS OF MANAGEMENT IN MODERN ART

Summary

The presented work discusses particular management problems of culture and art branch in modern society.

The shocking changes in social-political, economic, ecological and cultural branch of our epoch, changes priorities and ways of their realization. Pragmatic ideas are opening new ways of achieving one's aims, among which penetrating spheres of influence, obtaining power, and achieving material well-being have become preferable.

Goals of modern culture and art, the ways for achieving them, the system of management and so on have changed.

It's impossible to discuss modern management independently from successful management.

Culture and its non-profitable sector in which theatre and art in general is meant can not be discussed among commercial field.

It's difficult to speak about any system and organization of theatres today because of not having state policy of art. A range of subjects can't be solved without the support of the government.

It's desirable for the manager to have all the qualities of the leader for the successful management of the theatre, creating proper organizational environment that will naturally stipulate normal functioning of the theatre that depends on the ability of the manager to make proper decision in every particular case, foresee the direction of the organization, make the right organizational plan, motivation and human resources management, financial management is also related to him.

In State theaters financed by the Ministry of Culture finances are distributed on concrete projects and utilitarian necessities as keeping the building, light and so on. As a result very small sum is remained for staging new performances. Solving the problem depends on skillful management and marketing. By finding a specific permanent sponsor. Arranging this will be obviously reflected in the quality of staged performances.

Attention of the managers of the theatre should be paid to altering ways of attracting audience, taking their wishes into consideration. To achieve these goals questionnaires can be used, investigation of the interests of modern audience and planning the repertoire accordingly.

In the discussed context, problems of theatre, modern Georgian cinematography, imitative arts and so on are also of great importance.

It would be desirable for Georgian culture and art often to take part in international contests, exhibitions, and so on for its popularization.

Because the existing static environment in Georgia and economic crisis threatens cultural organizations and the development of art and culture in general, it is important to change the whole system, elaborate state policy of supporting culture and art and do high level management of art and marketing.

INTERNET-TECHNOLOGIES IN MARKETING

Summary

Information-Communication Global technologies developing process is very dynamic, and its potential is dimensionally growing. Internet, the world global net, is a useful tool to develop any kind of business. The advantages are: easily reachable, fast, confidential, and cheap. It is obligatory to use in practical work in nowadays. It gives us opportunity to find information easily and quickly.

The aims of marketing in culture is oriented on, first of all, identifying a market, the studying it, and finally, growing the marketing manager, first of all, is the advertisement in the internet which less expensive, plus it helps to present a new product.

Nowadays, in the internet, there is much information on different organizations, analytical, financial, and economic, etc. The results of marketing survey, conducted through internet, show that the organization quite fast. Thus, the organization's website, and its visual design are crucial; the design should be simple and understandable and the most important – easily perceptible by the consumer.

The internet is a global communication tool for providing the exchange of textual, graphical, audio/video information. It is an effective survey tool - development of the internet altered management approach in business and marketing.

PhD Program

First Year Ph D. Student **Nino Azmaiparashvili**
Supervisor: Iuri Mgebrishvili Ph D.

THE MANAGEMENT OF CULTURAL GLOBALIZATION

Summary

The world civilizations interchange and transformation, during the being continual current processes of mankind, is passing in activity by the local civilization. Globalization is result of the long historical processes. Today the unprecedented development of communication, transportation and computer technologies gives processes new stimulation.

The improvement of sciences and technique what provokes fast growth of communications, increased processes of integration between communities. After as a result there was a globalization their various of typical habits, culture, lifestyles and other elements.

Globalization is cultural phenomenon what includes in the redistribution of ideas, value systems, histories by the spread information in the all earth.

In the world market are shown new united consumer spaces where local cultures and identities were lost roots and will be changed from product and advertisement of multinational corporations. The Internet, satellites and TV are sweeping away cultural boundaries.

The workforce has become more multicultural as a result of globalization. As a result of communication simplification and technical improved are formed multicultural society and spread values, norms, and culture tends to promote Western ideals of capitalism. Perhaps local cultures inevitably will be fall victim to this global “consumer” culture. But there is a fear perhaps globalisation will be the end of cultural diversity.

George Ritzer most known in the globalization theory offers possible results of cultural development in the processes of globalization: Cultural differentialism, Cultural convergence, and Cultural hybridization.

To not lose the roots of local cultures and identities, globalization demands culture management necessity.

Arts managers today Cannot deny processes of globalization. They can moves more quickly and spread the information about cultural products, to

connect cultural differences and organize great arts festivals etc. Arts managers explain that it is possible to identify, manage and benefit from cultural differences. Perhaps a common culture can lead the way to greater shared values and political unity.

As a result of right management cultural differences will be help to the building of a global village. Perhaps global culture can preserves the unique and necessity and will rise the influence on social groups. Globalization make managing culture a must and Cultural management will enables art and culture.

TRADITIONAL ARTS

GEORGIAN CHOREOGRAPHY STUDIES ETHNO-COREOLOGIST

MA Program

Second Year MA Student **Aleko Gelashvili**
Supervisor: Anano Samsonadze Ph D.

ENTREPRENEURS OF BALL DANCES IN GEORGIA (Tengiz and Larisa Gachechiladze)

Summary

Ball and Sports Dances are 10 best dances chosen out of the modern ball choreography program, with 5 of them as European dances ('Slow waltz', 'Tango', 'Waltz', 'Foxtrot', 'Quickstep') and 5 as Latin-American dances ('Samba', 'Cha-cha-cha', 'Rumba', 'Pasadobl', 'Jive').

The principal feature distinguishing these dances from others is that they are subject to sports competitions with a judge's institution.

In Georgia, the sports competition in ball dances was laid a foundation to in 1976. Before that (after the I Republican Competition in 1972), the school of these dances was divided into two groups: 'Ball-and-domestic' dances headed by Mikheil Kapiev and 'ball-and-sports' dances headed by Tengiz Gachechiladze.

A greatest contribution to the spread and propagation of the ball dances was made by Tengiz Gachechiladze, the president of the National Federation of Sports Dances of Georgia and Head of the company 'Tela', a choreographer and international judge.

The aim of the work is to tell a reader about Mr. Tengiz Gachechiladze, his wife Larisa Gachechiladze, their family and business as far as possible'.

We say 'as far as possible' because this work is the first step in the investigation of the given topic in Georgia. Therefore, we ask a reader many apologies because of possible scarcity or inaccuracy of the information. Readers' views and notes are welcomed!

Second Year MA Student **Eka Geliashvili**
Supervisor: Anano Samsonadze Ph D.

SYMBOLISM OF "MULTISTORY" PERKHULI DANCE

Summary

Constructed around the multi story principle and having a unique form a circular Perkhuli was widespread in most part of Georgia.

Research material makes it clear that these Perkhuli dances are constructed by men only and have a form of two or three story construction. Number of participants is not limited. Judging from the complex structure of Perkhuli leg movement of its participants is quite primitive. Its song has two voices in it. Perkhuli ends with the motion of a circle and this is done with singing. The above mentioned Perkhuli dances have an identical form despite their differences in content.

Symbolic content of a multi story Perkhuli dance has generated a lot of debate among scientists. Some of them view the dance as having a war spirit, others view it as a symbol of fertility and connect it with star symbolism.

Based on material, historic and literary sources we can conclude that, every multi story circular Perkhuli is directly connected with the origins of fertility – the Sun, which manifests itself in the structural form of the dance, its title and remaining signs in text materials.

As for the different interpretation of a unifying symbol, which itself amounts to different contents of Perkhuli dances, we can explain this in a following way: Supposedly, the original content of the symbol has lost its importance and has acquired a war spirit over time having eventually transformed into a common form of entertainment. The form itself has remained unchanged, which is not surprising judging from the character of the symbol itself.

The spatial configuration of the circular Perkhuli is closely linked with Georgian cosmic world outlook. Supposedly, the upper and lower stories of Perkhuli represent the sky and the earth. The same can be applied in case of a three story Perkhuli: The sky, the earth and the underworld. We suppose that the multi story Perkhuli represents the model of the universe, a unique model of the universe as perceived by Georgian people. It was kind of a communication, connection place for the upper and lower worlds represented in Georgian mythology by the sacred tree, "Dedabodzi" and others. It is a ladder for the Gods and maybe even a representation of their earthly dwelling place. The Sun itself is a divinity, mother of all living.

At the end I would like to state, that decoding symbolism of multi story Perkhuli in the way of perceiving it as a model of universe is not mentioned in any of the works by Georgian choreographers.

Second Year MA Student **Tamar Munjishvili**
(Currently First Year Ph D. Student)
Supervisor: Oleg Alavidze Ph D.

ON CHILDREN'S PROGRAMS IN CHOREOGRAPHY

Summary

Discussing the problems of the children's choreography takes us to the conclusion that there are too many problems to be solved in that sphere. They must be solved successively with the ideas of the competent specialists. All in these must be interfered not only the choreographers but the specialists of pedagogic, psychologists, physiologists, ethnographers and so on.

That's why I think that there must be planed and conducted the trainings for the children's choreographs. After that the results and the interesting experiences must be described and published as a book as there is very little methodic literature about the children's choreography. There are only "Recommendations for the Working of the School Children's choreography" by Roman Chokhoniidze, "Folk Choreographic Art in the Matter of the pupil's upbringing" by Revaz Chanishvili, "Thinking about Georgian Choreography" and "Letters about the Choreography" by the same author. There is spoken in these works about the specific of the working with children, the meaning of the right compiling of the repertoire and the different methods of the teaching.

The new books will help to be solved many problems in this matter. There must be created and improved the repertoire for the children which must be based on the games, tales, legends and the stories already being in Georgian existence. I think that their treatment for the stage will create interesting and easy to access choreographic patterns for children. To do these patterns will be more funny, cognitive and easy to overcome for children. To do such kind of repertoire will not cause psychological and physiological problems which are during the doing of the adults repertoire by children.

I think that there are much more research problems in the children's choreography than it appears at one sight. There is hope that in the future will be not only one specialist who will be interested in that problem and will seriously think to solve them.

Drama Faculty

CREATIVE TEACHING

MA Program

First Year MA Student **Tamar Piroshmanashvili**
Supervisor: David Kobaxidze Ph D.

IMPORTANCE OF CHOREOGRAPHY IN THEATRE

The aim of my article is to deeply study the role of choreography in the theatre, it's history and developmental levels, which was influenced by the way of live, style, habits, manners and etc. Certainly, the main aim of this article is not only historical review. Base of searched material, we try to show the clear role and ability of choreography in the performance. The choreography of the play should consider the main idea of the performance, personage's character and conflict. The choreography must obey the idea of performance. Naturally, the examples of effective choreography are described in the work for much illustration, where the dance is used not only as the show, but as the continuation of the scenic act, which is described by plastic language. We try to introduce only one chapter of our future work, where we will describe the examples of effective choreography in films and plays.

THE VANO SARAJISHVILI TBILISI STATE CONSERVATORY

MUSIC STUDIES

First Year MA Student of Music Studies **Tamar Mikadze**
Supervisor: Associated Professor Marina Kavtaradze

ISSUES OF INTERRELATIONSHIP BETWEEN JAZZ AND CLASSICAL MUSIC

Summary

The given article concerns research of relations between jazz and classical music. Our objective is to define the tendencies, in which the process of this relation is distinctly revealed influencing jazz and academic music; the report considers what common and distinguishing features they have. On one hand, such jazz currencies originated as a result of interaction defined as **“jazzing”**, **“Jazzing the Classics”** and **“Baroque Jazz”**, and on the other hand, works of academic music of the XX century, originated as a result of this relation. Jazz was enriched with classics, symphonic, chamber music. Such examples are as follows: works of Gershwin, Stravinsky, Ravelli, Milhaud, Polyanskiy, Cowell, Villa-Lobos, Schnittke, Kvernadze, Kancheli, V. Kakhidze, Bardanashvili and others works. As a result of merging of jazz and classics the verges between classical and jazz players are broken down.

First Year MA Student Ms. **Maia Sigua**
Supervisor: Assistant Professor Ketevan Bolashvili, Ph.D.

THE ANTIQUE TRAGEDY IN XX CENTURY MUSICAL AND STAGE WORKS ISSUES OF GENRE INTERPRETATION

Summary

In the history of mankind the cultural inheritance of ancient Greece, one of the first high-developed civilizations, has many times become the source of inspiration for the greatest artists of various nations. The birth of Opera at bound of XVI-XVII centuries is just connected with an attempt to restore the

ancient music. The greatest interest to the ancient music that begun four hundred years ago has several times improved itself, especially last century. In our topic we shall try to refer our attention to the opuses, having the characteristic science of Opera, that are based on the works of the greatest Greek Tragedy writers. We shall discuss how the most actual themes of all time are interpreted in modern time and space. In this respect we shall also pay attention to “Oedipus Rex” By Igor Stravinsky; “Antigone” by Arthur Honegger ; “Antigone” by Carl Orff and also “Oresteia” by Iannis Xenakis.

First Year Ph D. student Ms. **Ketevan Chitadze**
Supervisor: Associate Professor Ketevan Bolashvili, Ph.D.

SEARCH FOR NEW GENRE MODELS IN THE 20TH CENTURY MUSIC

Summary

The present paper explores some issues related to the drastic transformation of the genre category in the 20th century music. As a matter of fact, the 20th century music, like other field of art, was subject to the series of processes that led to defragmentation of traditional genre models. The paper aims at identifying the replacement of existing, century-old paradigm and any newly created genres.

The paper reviews the following musical pieces whose titles are not genre oriented and bear abstract character: *Hyperprism* by Edgard Varèse, *Notationen* by Pierre Boulez, *Kreuzspiel* by Karlheinz Stockhausen, *Match* by Mauricio Kagel and *Rioanji* by John Cage. The pieces that had been selected for analysis are oriented on most general principles. We purposefully avoided those pieces whose titles would indicated their link to specific program.

The analysis has revealed within the context of total individualism there are number of common characteristics and reasonability as well as links between titles of musical pieces and their structure, dramatic development and the language of music. Therefore, in the musical pieces similar to those above listed, the title generally determines the form, content, dramatic development and that is the reason it equals to genre definition.

ATOMIC-NUCLEAR COMPOSITION TECHNIQUE

Summary

The XX century offered a significant amount of scientific innovations, which influenced the world culture including music. As a result a large number of science oriented composers appeared in the world of art, as well as hybrid artists. These and similar events prepare the mankind for so called “United Thinking”.

In the epoch of Genetics and Atomic Physics the musical thinking reflects the most important achievements of these spheres. The Paper reviews a hypothesis on the musical genes and genetic codes. The author describes different arts of musical genes - Phonogene, Intragene (including Euphony), Hologene - and classifies the musical codes enciphered in the Overtones’ series.

The Paper aims at analyzing the new “atomic-nuclear composition technique”, which emerged in the heart of Meditative Music. The Meditative Music represents the art of composition, where the musical materials with the different “psycho-times” are disposed in the different space layers.

The basic structural and mental principles of the “atomic-nuclear composition technique” are metaphorically connected with the rules of the nuclear Physics. The paper describes the so called “Enriched Tone” (f. e. A flat – B sharp), the expressive methods of the “atomic-nuclear music” and the characteristics of these composition techniques.