
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა
და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი

Shota Rustaveli Theatre and Film
Georgian State University

სახელმწიფო მეცნიერებათა
პირანი
№2 (51), 2012

ART SCIENCE STUDIES
№2 (51), 2012



გამომცემლობა „კენტავრი“
თბილისი – 2012

UDC(უკ) 7(051.2)
ს-364

**საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი**

სახელოვნებო მეცნიერებათა ძიებანი №2 (51), 2012

**სარედაქციო საბჭო
თეორ სატიაზვილი
გიორგი
ცეიტოზვილი
დავით ჯავალიძე
ლიტერატურული
რედაქტორი
მარიამ იაზვილი**

**გარეკანის დიზაინი
ლევან დადიანი**

**დაკაბადონება
ეპატერინე
ოქროპირიძე**

**გამომცემლობის
ხელმძღვანელი
მაკა გასაძე**

**კრებულისათვის მოწოდებული
მასალა უზრუნველყოფილი უნდა
იყოს შესაბამისი სამეცნიერო
აპარატით. თან უნდა ახლდეს
მონაცემები ავტორის სამეცნიერო
კვალიფიკაციის შესახებ ქართულ
და ინგლისურ ენბზე, აგრეთვე
ნაშრომის ინგლისურენოვანი
რეზიუმე.**

**კრებულის სტამბური გამოცემა
ეგზავნება სხვადასხვა
საერთაშორისო კვლევით ცენტრს.**

**ნაშრომები მოგვაწოდეთ და
ცნობებისათვის მოგვმართოთ:
0102, თბილისი, დავით აღმაშენებლის
გამზირი №40, საქართველოს შოთა
რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი,
II კორპუსი.**

**ტელ/ფაქსი: +995 (32) 936 408
მობ: +995 (95) 305 060
+995 (77) 288 750**

**E-mail: kentavri@tafu.edu.ge
Web: www.tafu.edu.ge**

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University

Art Science Studies №2 (51), 2012

Editorial Group

TEO KHATIASHVILI
GIORGİ
TSKITISHVILI
DAVIT JANELIDZE

Materials supplied for the volume should be provided with corresponding scientific appliance. Paperwork concerning author's academic qualification and summary of work should be attached in Georgian and English languages.

Literary Editor

MARIAM IASHVILI

Printed version of the volume is sent out to various international research centers.

Cover Design

LEVAN DADIANI

Works should be supplied under the following contact:
0102, Tbilisi, Davit

Book Binding

EKATERINE
OKROPIRIDZE

Agmashenebeli Avenue №40
Shota Rustaveli Theatre and
Film Georgian State University
Second Block

Head of Publishing

House

MAKA VASADZE

Tel/Fax: +995 (32) 936 408

Mob: +995 (95) 305 060

+995 (55) 288 750

E-mail: kentavri@tafu.edu.ge

Web: www.tafu.edu.ge

სარჩევი

2011 ფლის 1.ამაცნიარო კონვენციის	თავისუფალი სტატუსის მასალები
ნატალია ლილებაშვილი	
ცეკვის სწავლების პრინციპები,	
როგორც თეატრალური პედაგოგიკის	
შემადგენელი ნაწილი11	
ნინო სანაძირაძე	
კულტურის სფეროს მართვის თავისებურებები22	
მაია სიგუა	
მუსიკისა და დრამის ურთიერთქმედების მოდიფიკაციები	
მუსიკალურ თეატრში29	
ვლადიმერ (ლადო) ტატიშვილი	
სიტყვის ძალა – როგორც სატელევიზიო რეკლამის ერთ-ერთი	
მსატვრულ-შემოქმედებითი საშუალება38	
ნაირა ლველაშვილი	
საინფორმაციო უზრუნველყოფა და	
ინოვაციების სტატისტიკა46	
მალხაზ ლვინჯიშვილი	
სასოფლო ტურიზმის ჩამოყალიბების სოციალურ-ეკონომიკური	
ასპექტები ევროპაში54	

თეატრაციონისაა

მიხეილ კალაძეარიშვილი

დრამატული კონფლიქტის ბუნება63

მაია პიპეაძე

ახალი თეატრები

რუსთავსა და ახალციხეში – 1967 წელი74

თამარ ქუთათელაძე

დრო და სპექტაკლი83

გიორგიაციონისაა

ლავით გუჯაბიძე

„3d სტერეო“ ტექნოლოგიები,

რეალობა და პერსპექტივები99

ვაჟა ზუბაშვილი

რეკლამა საქართველოს ტელევიზიაში: წანამდღვრები და
სატელევიზიო რეკლამა
XX ს-ის 80-იან წლებში109

სალოვანიათაცოდნიობა

მაია გოგაძე

ამბივალენტობის ჯოჯონეთში129

დოქტორანტთა

სამაცნიოებრ სტატიაები

პაპა იაპაშვილი

მემარცხენეთა შემოქმედებითი პრინციპების ცენზურული ზასიათის
გამოვლენა რეალობის ინტერპრეტაციისას139

მაია ლიაკარტიანი

სხეულის მოძრაობისა და მიმიკის ენა153

მაგისტრანტთა

სამაცნიოებრ სტატიაები

ნატო მდინარაძე

სერიალი ტელევიზიებში171

ეველინა მენოვაშვილი

ექსტრემალური უურნალისტიკა და თვითპროდიუსინგი

ცხელ წერტილებში179

ავტორთა შესახებ188

CONTENTS

THE MATERIALS OF FREE SECTION OF THE SCIENTIFIC CONFERENCE 2011

NATALIA DIGMELASHVILI

- Guidelines For Teaching Dance As An Essential Part
Of Drama Pedagogy192

NINO SANADIRADZE

- Understanding Of Art Sector Management193

MAIA SIGUA

- The Modifications Of Music And Drama Interdependence In The
European And American Opera Of The 2nd Half
Of The 20th Century194

VLADIMIR (LADO) TATISHVILI

- Power Of The Word In Tv Advertisement As One Of
The Creative Lever194

NAIRA GHVEDASHVILI

- Information Assurance And Statistics Of Innovations195

MALKHAZ GVINJILIA

- Social And Economical Aspect Of Setting
Rural Tourism In Europe196

THEATRE STUDIES

MIKHEIL KALANDARISHVILI

- Nature Of Drama Conflict197

MAIA KIKNADZE

- New Theatre In Rustavi And
Akhaltsikhe – 1967198

TAMAR QUTATELADZE

- Time And Performance199

FILM STUDIES

DAVIT GUJABIDZE

- “3d” Stereo-Technologies, A Reality
And Prospects200

VAJA ZUBASHVILI

- Commercial On Tv Of Georgia: Leaders And
TV Commercial202

ART STUDIES

MAIA GOSHADZE

In The Hell Of Ambivalence 203

UNIVERSITY' Ph.D PROGRAM

PAATA IAKASHVILI

The Manifestation Of The Creative Principles Of Censorial Type
For The Interpretation From The Side Of The Left-Wings On The
Example Of The Art Film Of Reality "Khabarda" 204

MAIA LIPARTIANI

The Language Of Body Movement And Mimic 205

UNIVERSITY' MA PROGRAM

EVELINA MENTESHASHVILI

Extreme Journalistic And Producing Itself

In The Hot Spots 206

NATO MDINARADZE

Soap Opera On TV 207

2011 წლის სამეცნიერო
კონფერენციის
თავმიუფალი სექციის
გასაღები

**ნატალია დილმელაშვილი,
საქართველოს შოთა რუსთაველის კინოსა და თეატრის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი,
ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი.**

**ცეკვის სფავლების პრიციპი პები,
როგორც თეატრალური პედაგოგიკის
შემაღებელი ნაფილი**

... არ არის თეატრი მსახიობების გარეშე
და არ არის მსახიობი სკოლის გარეშე.
ა. ბ. ოსტროვსკი

ჩვენ გვაინტერესებს ქართული თეატრალური სკოლის ჩამოყალიბების და ფორმირების პერიოდი, როგორც თეატრის მსახიობის პედაგოგიური აღზრდის სისტემა. ცნობილია, რომ თეატრალური პედაგოგიკა შედგება ისეთი განუყოფელი ნაწილებისაგან, როგორებიცაა: აღზრდა, განათლება, სწავლება, სკოლა. ის იმყოფება ორ სისტემას - მეცნიერებასა და ხელოვნებას შორის, შეისწავლის რა მსახიობის ფსიქო-ფიზიკურ აპარატს, მის სხეულს და სამოძრაო აქტიურობას, რაც მიზნად ისახავს „სხეულის აპარატის განსახიერებას. განათლების, აღზრდისა და სწავლების თვალსაზრისით ის მჭიდროდ არის დაკავშირებული პრაქტიკულ მოღვაწეობასთან და გამოირჩევა განსაკუთრებული დინამიურობით!“¹

თავდაპირველად თეატრალური სწავლების სათავეში იდგა საცეკვაო განათლება. ასე ხდებოდა თითქმის 1888 წლამდე, როდესაც რუსეთის საიმპერატორო თეატრალურ სასწავლებლებში გაიყო დრამატული და საბალეტო კლასები. თეატრალური განათლების სპეციალიზაციის წარმოშობამ პირველად წამოჭრა პრობლემა პლასტიკური განათლების ახალი სისტემის შემუშავებისა, რომელიც პასუხობდა დრამატული

¹ Круглова, А.Г. «Сценическое движение. Педагогика телесного воспитания актёра». М., 2008, с. 39.

თეატრის მსახიობის მომზადების ამოცანებს. მისი შექმნის პროცესი მჭიდროდ უკავშირდებოდა თეატრალურ პრაქტიკას. „სკოლასა და თეატრს შორის არ უნდა იყოს უფსკრული. მომავალი მსახიობის გადასვლა თეატრში აუცილებელია მომზადეს თავისთავად, უშუალოდ, მთელი სასწავლო პროცესის განმავლობაში“¹ – წერდა ცნობილი პედაგოგი ა. ბ. ნემიროვსკი.

მოსწავლეთა პლასტიკური შესაძლებლობების განვითარება ხდებოდა პლასტიკის, „საბალეტო ვარჯიშების“, ფარიკაობის, აკრობატიკისა და უონგლიორობის გაკვეთილებზე.

XIX საუკუნეში, სამსახიობო სკოლის განვითარების რეფორმატორი გახდა რუსული სცენის უდიდესი ოსტატი მ. ს. შჩეპკინი. „მსახიობი პლასტიკური მხატვარია და თავისი ხელოვნებისა და ხელობის ტექნიკის შესწავლის გარეშე ვერ გახდება ვერც კარგი მხატვარი და მით უმეტეს, კარგი ხელოსანი“² – წერდა რუსული ნაციონალური თეატრის შემქმნელი ა. ნ. ოსტროვსკი. თავის პროგრამაში „მოსამზადებელი დრამატურგიული სკოლა“ ა. ნ. ოსტროვსკი საუბრობდა სკოლისა და თეატრის განუყოფელ ერთიანობაზე და სავალდებულოდ მიაჩნდა ცეკვები, რთული პოზები და შეჯგუფებები, ასევე პანტომიმა. 1886 წელს ის წერს: „სკოლისა და ტექნიკის გარეშე წარმოუდგენელია ნებისმიერი ხელოვნება... თეატრალური სკოლა ვალდებულია თავის აღსაზრდელებს სპეციალობაში, ზოგადსაგანმანათლებლო და დამხმარე საგნებში მისცეს ცოდნის ისეთი მარაგი, რომელთა საშუალებითაც ისინი არ აღმოჩნდებიან უძლურები ნებისმიერ საკითხში, რომელიც ეხება სპეციალობას“³.

მსახიობის ოსტატობის ტრენინგი, ანუ შემოქმედების ფსიქო-ფიზიოლოგიური ტექნიკა, თეატრალური პედაგოგიკის ურადღების ცენტრში უკვე XX საუკუნის დასაწყისში იყო. იმ

¹ Немировский, Б. «Пластическая выразительность актёра», М., 1988, стр.17.

² Островский, А.Н. «О театре», М.-Л., 1947, с.239.

³ Ленский, А.П. «Статьи. Письма. Записки.». М.-Л., 1935, с.669.

პერიოდის დრამატულ თეატრებში მომუშავე ბალეტმაისტერები არტისტებს სთხოვდნენ ხალხური და საისტორიო-ყოფითი ცეკვების შესრულების ტექნიკური ხერხებისა და სტილის ფლობას, მუსიკალურობას, რიტმულობას, კოორდინაციას, ემოციურობას, ფიზიკურ გამძლეობას, საერთო პლასტკიურ კულტურას.

ეს იდეები აიტაცა, შეცვალა და განავითარა კ. ს. სტანისლავსკიმ. მისი ძალისხმევით შეიქმნა დრამატული მსახიობის განვითარების ჩამოყალიბებული სისტემა, რომელიც საფუძვლად დაედო თეატრალურ პედაგოგიკას. ის ამბობდა, რომ ყველა გარეგნული სცენური შეგრძნებების ელემენტები უნდა იყოს არაჩვეულებრივად მომზადებული, იმისათვის, რომ მსახიობის ფიზიკური აპარატი გახდეს მოქნილი, ზუსტი, ნათელი და პლასტიკური. ეს შემუშავებული, ჩვენთვის კარგად ცნობილი და ქართულ თეატრალურ სწავლებაში აპრობირებული „სტანისლავსკის სისტემა“, რომელსაც ის თვითონ უწოდებდა ტრენინგს და „წვრთნას“, იქცა მომავალი დრამის მსახიობების სწავლების საფუძვლად. იგი ამბობდა, რომ საკუთარი ბუნების შეცნობით, დისციპლინირებით, ნიჭის არსებობის შემთხვევაში, შეიძლება გახდე დიდი მსახიობი... რაც უფრო ღრმაა ნიჭი, მით მეტად ესწრაფვის და ეძიებს გზებს საკუთარი ოსტატობის სრულყოფილებისაკენ. მსახიობი ვერ შეძლებს ამას, თუ ის უგულებელყოფს ქცევათა ცხოვრებისეულ წესებს და ადამიანის ემოციურ რეაქციებს.

სტანისლავსკის შემდგომ, თავის შემოქმედებით მეთოდს, რომელიც ეფუძნებოდა ბიომექანიკის კანონთა პრინციპებს, ამუშავებს ვ. ე. მეიერპოლდი. ეს უკანასკნელი შეისწავლის მოძრაობათა სხვადასხვა ფორმებს, იყენებს რა ბიომექანიკურ სავარჯიშოებს მსახიობის მოძრაობათა დასახვეწად, მათგან აკრობატული სიზუსტისა და სიმსუბუქის მისაღწევად. მის სახელოსნოში გადიოდნენ სამსახიობო ტრენაჟერები, რომელიც მათ საშუალებას აძლევდა სწორად მიგნებული მოძრაობითა და ზუსტი ინტონაციით გადმოეცათ შინაგანი სამყაროს ემოციური სიმართლე. მეიერპოლდი იყო პირველთაგანი,

ვინც პროფესიულ დონეზე გაიაზრა და გამოყო ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პრობლემა, მსახიობის ფსიქო-ფიზიოლოგიურ განვითარებასთან დაკავშირებული. „...თეატრში, პრინციპში, ყველას უნდა შეეძლოს ყველაფერი, ხელოვნების ამ დარგის უნივერსალურობის გამო“¹.

„სინთეზური“ თეატრის შექმნისაკენ ასევე ისწრაფვის ა. ტაიროვი, რომელიც დიდ ყურადღებას უთმობს მსახიობის მოძრაობასა და პლასტიკას. ის ნერგავს „სინთეზური“ ხელოვნების იდეას. იგივე იდეებს დიდი წარმატებით ახორციელებს კ. მარჯანიშვილი.

XX საუკუნის დასაწყისიდან საქართველოს თეატრალურ ცხოვრებაში იწყება მძაფრი პოლემიკა დრამატული თეატრის განახლებასთან და სამსახიობო სკოლის გახსნასთან დაკავშირებით. პრესაში ქვეყნდება გამოხმაურებები მოსკოვის თეატრებში ჩატარებულ რეფორმებზე, ყველგან შეინიშნება პლასტიკისა და ცეკვის შესწავლის აუცილებლობა. გადაუდებელ ამოცანად დადგა მსახიობთა განათლების საკითხი. ყოველივე ამის შედეგად 1911 წელს ლადო მესხიშვილისა და ვალერიან გუნიას თაოსნობით დაარსდა დრამატული კურსები. პრესაში კი კვლავ ითხოვდნენ დრამატული საზოგადოებისაგან სათეატრო სკოლის შექმნას. 1913 წლის 22 დეკემბერს თბილისის თეატრში ვალერიან შალიკაშვილმა დადგა ო. გედევანიშვილის პიესა „სინათლე“. ეს სპექტაკლი იყო „სინთეზური თეატრის“ შექმნის მცდელობა საქართველოში.

1918 წელს თბილისში შეიქმნა თეატრალური სტუდია გიორგი ჯაბადარის ხელმძღვანელობით. ამ კედლებიდან გამოვიდნენ ისეთი მსახიობები, როგორებიც იყვნენ: უშანგი ჩხეიძე, ვერიკო ანჯაფარიძე და შალვა ღამბაშიძე, რომელთაც განაპირობეს შემდგომი ქართული თეატრის შემოქმედებითი სახე. 1920 წელს ქართული თეატრის გამოჩენილი მოღვაწეები — ა. ფალავა, ნ. შიუკაშვილი, შ. დადიანი, მ. ქორელი შეცდიდნენ აღედგინათ თბილისის თეატრალური ტრადიციები.

¹ Морозова Г.В. «Биомеханика: наука и театральный миф» М., Изд-во ВТУ им. Б.В.Щукина, 2003, с.52.

ქართული თეატრის აღორძინებასთან ერთად, შოთა რუსთაველის თეატრთან, ა. ფალავას ხელმძღვანელობით, 1922 წელს დაარსდა სათეატრო სტუდია, სადაც სახელმწიფო დონეზე დაიწყეს ახალი თაობის მსახიობების მომზადება. ცეკვასა და პლასტიკას ეთმობოდა კვირაში 4 საათი, სადაც ისწავლებოდა სხვადასხვა პოზიციები, ბატმანები, ვარჯიშები და შემდეგი ცეკვები: ვალი, მაზურკა, პოლონეური პოლონეზი, მენუეტი, ლეკური, ესპანური, ტიროლისა, აღმოსავლური, უკრაინული და რუსული. პლასტიკას ასწავლიდა ვ. ვენდეროვიჩ-ულენტი. ცალკე საათები იყო გამოყოფილი გიმნასტიკაზე და ფარიკაობაზე. ამ სტუდიის პირველი მერცხლები იყვნენ: აკაკი ხორავა, ვასო გოძიაშვილი, პიერ კობახიძე, სესილია თაყაიშვილი, მალიკო მრევლიშვილი. პლასტიკას მათ ვალენტინა ვენდეროვიჩ-ულენტი ასწავლიდა.

1922 წელს საქართველოში დაბრუნდა კოტე მარჯანიშვილი, რომელმაც დადგა ორი ქართული პანტომიმა, რომელსაც თვითონ დაარქვა „უსიტყვო დრამა“. როგორც თვითონ განსაზღვრავს, პანტომიმაში დადგენილი მოძრაობები არ არსებობს, ისინი - მსახიობის შინაგანი მოქმედების მიხედვით ყოველ წუთს იცვლებიან.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ქართულ თეატრში, ჯერ კიდევ 20-იან წლებში, არა ერთი ექსპერიმენტი განხორციელდა, საიდანაც ჩანს, რომ მაშინაც კი, ზუსტად იმავე პრობლემების გადაჭრის გზებს ეძებდნენ, რაზეც ახლა ვფიქრობთ. საქართველოს თეატრალური ხელოვნების ისტორიაში საცეკვაო ხელოვნება დრამატული მსახიობის სწავლების პროცესში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. „თუ მსახიობის ფიზიკური მომზადების ხარისხი ჩამორჩება პროფესიულ მოთხოვნებს, ეს, პირველ რიგში, პროფესიონალური ხარისხის დაბალი შედეგია, სცენაზე მოძრაობის ხერხების არქონაა... მათი არასაკმარისი მომზადების შემთხვევაში, მიუხედავად სწორი სარეპეტიციო მუშაობისა, სპექტაკლში შეუძლებელია სწორი სასცენო გამომსახველობითი ფორმის მიღწევა“.¹

¹ Кох И.Е. «Основы сценического движения». Л. Искусство, 1970, с.34

უკვე 30-იან წლებში თეატრალურ სტუდიაში ასწავლიდნენ სასცენო ხელოვნების ტექნიკას, რიტმიკას, აკრობატიკას და ცეკვას, შემდგომ უკვე, ევროპული ცეკვები ისწავლებოდა ცალკე საგნად. სწავლა ამ სტუდიაში იყო ორწლიანი და საკმაოდ დიდი დრო ეთმობოდა პლასტიკის განვითარებას. „ხალხმა არ იცის როგორ გამოიყენოს ბუნებით დასაჩუქრებული ფიზიკური მონაცემები, – წერდა კ. ს. სტანისლავსკი, – სცენაზე ნაჩვენები მსახიობის სხეული უნდა იყოს ჯანმრთელი, ლამაზი და მისი მოძრაობა – პლასტიკური და ჰარმონიული“.¹

1935 წლიდან სტუდიის ხელმძღვანელად ინიშნება ა. ახმეტელი. სწავლის ხანგრძლივობა ხდება სამწლიანი. 1939 წლიდან კი დაარსდა თეატრალური ინსტიტუტი. მისალები გამოცდების პირველად მოთხოვნებში აღნიშნული იყო, რომ „დეფექტიანები გამოცდაზე დაშვებულნი არ იქნებიან“.² ინსტიტუტში, სხვა საგნებთან ერთად, ისწავლებოდა პლასტიკურ ხელოვნებათა ისტორია, ფიზიკური აღზრდა, რიტმიკა, ცეკვები, ქორეოგრაფია, გრიმი და ფარიკაობა. 1939 წლის 1 სექტემბერს თეატრალური ინსტიტუტის სტუდენტებს, მომავალ მსახიობებს, ა. ფალავას ხელმოწერით დაურიგდა ტექსტი, სადაც იგი წერს მსახიობის ფსიქოტექნიკაზე და მისი შემოქმედებითი მეთოდების შესახებ და აღნიშნავს, რომ სტუდენტებმა სწავლის პროცესში აუცილებლად უნდა გაიგონ „...უესტი და მისი როლი, მთელი სხეულის მონაწილეობა და მისი მნიშვნელობა, პარტნიორთან ურთიერთობის გაბმა.“³ იმავე წლის ბრძანებაში, საიდანაც ვგებულობთ აკაკი ხორავას რექტორად დანიშვნის შესახებ, წერია, რომ რიტმიკის კურსს შეასწავლის ვალენტინა ვენდეროვიჩ-ულენტი, ფიზიკურ აღზრდას - კონსტანტინე ბადრიძე, ქორეოგრაფიას - ირაკლი ბაგრატიონი. უკვე 1943 წელს, ინსტიტუტში თავისი წარმატებული მოღვაწეობა დაიწყო ცეკვის პედაგოგმა ვალენტინა გამსახურდიამ,

¹ Станисавский, К.С. Собр.соч. в 8 т., том 3, М., 1955, с.32.

² ჟურნალი „თეატრმცოდნეობითი და კინომცოდნეობითი ძიებანი“, №3, 2005, გვ.25.

³ იქვე, გვ. 29

რომელსაც დღესაც კი დიდი სითბოთი იხსენებენ მისი ყოფილი მოსწავლეები, ცნობილი მსახიობები და რეჟისორები. 1947 წელს კი სასცენო მოძრაობის კათედრაზე მუშაობდნენ: ვ. უღენტი, ვ. გამსახურდია, ანატოლი ფედოროვი, ლაზარე ყაზაიშვილი, ეკატერინე კედია. 1949 წლის №129 ბრძანებიდან ვიგებთ ძალიან საინტერესო ფაქტს, რომ სასცენო მოძრაობის კათედრის გამგის მოვალეობის შესრულება დაევალა დიმიტრი ალექსიძეს, რაც ალბათ განაპირობა იმან, რომ ბავშვობაში იგი წარმატებით სწავლობდა მ. პერინის საბალეტო სტუდიაში და იღებდა მონაწილეობას საბალეტო გამოსაშვებ სპექტაკლებში. შემდგომ, უკვე სხვადასხვა წელს, ინსტიტუტში ასწავლიდნენ დავით ჯავრიშვილი, დიმიტრი მაჭავარიანი, სოლოლაშვილი, ლილი გვარამაძე, ჯანო ბაგრატიონი, გივი ოდიკაძე, იური ზარეცკი და სხვები; რიტმიკას - ა. მოტი, მიქელაძე, პავლოვა, ნ. კანდელაკი, მ. კაჭარავა; სასცენო მოძრაობას და ფარიკაობას - შ. აღსაბაძე, ო. დადიანი, შ. სხირტლაძე, ნ. იონათამიშვილი.

დღეს უნივერსიტეტში ცეკვა ისწავლება სამი წლის განმავლობაში. ცეკვის კურსის დამთავრების შემდეგ მომავალი მსახიობი უნდა იყოს მომზადებული დრამატულ თეატრში მუშაობისათვის, პასუხობდეს რეჟისორისა და თანამედროვე სასცენო ხელოვნების მოთხოვნებს, ტექნიკურად სწორად და გამომსახველად უნდა შეეძლოს შეასრულოს ცეკვები ან საცეკვაო მოძრაობები, რომლებიც შეიძლება შეხვდეს სპექტაკლებში, აითვისოს ამა თუ იმ ეპოქის სტილი, მანერა, ვარცხნილობა, კოსტიუმის ტარება, აქსესუარების ფლობა. დღემდე, ცეკვის სწავლების განვითარებას, გაკვეთილების სტრუქტურას, თეორიული და პრაქტიკული მასალის სინთეზს, სწავლების მეთოდოლოგიას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება და წარმოადგენს მსახიობის ოსტატობის ერთ-ერთ შემადგენელ ნაწილს.

აქედან გამომდინარე, XX საუკუნის შუა წლებიდან, სასწავლო - პრაქტიკულ გამოცდილებასა და ექსპერიმენტულ სამუშაოებზე დაყრდნობით, დაიწყო მსახიობის საცეკვაო განათლების სამეცნიერო პრინციპების შემუშავების პროცესი.

თუ ჩვენი ამოცანაა ადამიანის მსახიობად აღზრდა, უპირველესად მას უნდა გამოვუმუშავოთ სურვილის, ინტელექტისა და ქმედების, ანუ მოძრაობის, მართვის შესაძლებლობა, უნარი. „მომავალ მსახიობს ვერ შეასწავლი თამაშს, მაგრამ მას შეუძლია ისწავლოს თამაში! არ შეიძლება შთაბერო ნიჭი, მაგრამ შეიძლება დაეხმარო ნიჭის განვითარებას, და მთავარია სტუდენტი მუშაობდეს პედაგოგის ხელმძღვანელობით.“¹ მსახიობის აღზრდაში, გარდა სხეულისა, უპირველეს ფუნქციას ტვინი და მისი გონებრივი განვითარება ასრულებს, რათა მან მის წინაშე დასმული ამოცანები გაიგოს და შეასრულოს. ასეთი მოსაზრება აქვთ თანამედროვე თეატრის ბევრ პრაქტიკოსს და თეორეტიკოსს. ჯერ კიდევ ჟ. დალკროზი აღნიშნავდა, რომ „თუ მისაღწევი ხდება სხეულისა და სულის ერთობლიობა, ხორციელდება სიცოცხლის ძირითადი პრინციპი – აზროვნებისა და მოქმედების ერთდროულობა და თანმიმდევრულობა.“²

დრო არ ჩერდება, ამიტომ ბუნებრივია, რომ სწავლების მეთოდიყაც განიცდის ცვლილებებს, ხდება პლასტიკური აღზრდის და სწავლების მეთოდების სრულყოფაც. ძალიან საინტერესოა ამთვალსაზრისით ესი მარიან გროტოვსკის მეთოდი, რომელიც ცდილობდა მსახიობისათვის ჩვეული „დაძაბულობა“, ფსიქო-ემოციური და ფიზიკური წინააღმდეგობები მოეხსნა, ეპოვა თავისუფლების, დადებითი განწყობისა და საკუთარი ფასეულობების შეგრძნება. როდესაც მუშაობს კუნთების საერთო ჯგუფი, რომელიც მონაწილეობას იღებს მოცემულ მოძრაობაში – იქმნება მოძრაობის სიღარიბის შეგრძნება. ხოლო, ცოცხალი ქმედება სრულდება ჩვეული, თავისუფალი, ავტომატური მოძრაობებით, რომელშიც ჩართულია მთელი სხეული. ფსიქო-ტექნიკა იბადება პრაქტიკაში, გამოცდილებით. ორგანიზმი თვითონ გამომიტუშავებს ცხოვრებაში და სპექტაკლებში საჭირო უნარებს და ისინი ხდებიან შემდგომ შემოქმედების ქვეცნობიერი დამხმარეები. სამსახიობო ტრენინგს მოსწავლის

¹ Гиппиус, С.В.«Актёрский тренинг.Гимнастика чувств», изд.Прайм-ЕвроЗнак, 2006, с.275

² Эмиль Жак Далькроз. «Ритм». М, 2008.

შემოქმედებითი აპარატი მოჰყავს შემოქმედებითი პროცესის მოთხოვნების შესაბამისობაში, სრულყოფს ნერვული სისტემის პლასტიურობას და ეხმარება მსახიობს ფსიქო-ფიზიკური სხეულის დახვეწაში.

ფსიქოთერაპევტმა მათიას ფრედერიკ ალექსანდერმა შეიმუშავა საკუთარი ფუნქციური მეთოდი, რომელიც მდგომარეობს სხეულის კუნთების თავისუფალ დაჭიმულობაში ისე, რომ მოძრაობები იყოს მოდუნებული. „მოძრაობა – ცხოვრებაა, ცხოვრება კი წარმოუდგენელია მოძრაობის გარეშე, ხოლო ადამიანის სახე მისი გამოცდილების შედეგია“,¹ – აღნიშნავს გერმანელი ფსიქოთერაპევტი მოიშე ფელდენკრაიზი, რომლის მეთოდი გათვლილია მიზანმიმართული, ეკონომიკური მოძრაობის შესწავლაზე.

ამას გარდა, ჩვენ ვიცით ისეთი სისტემურ-მეთოდური მიდგომები, როგორებიცაა – ლაბანის, აშტონის, პილატესას, გრეხემის და სხვათა სხეულთან მუშაობის მეთოდები. დასავლეთის თეატრალურ სკოლებში ასწავლიან საბრძოლო ხელოვნებას: კარატე, უშუ, ტეკვან-დო, ტაი-ჩი, იოგას, და ა. შ., პლასტიკას, სადაც შედის პანგომიმა, საკონტაქტო იმპროვიზაციის მეთოდი, ცეკვას: კლასიკა, ჯაზი, მოდერნი და ა.შ., მაგრამ ისეთი გაერთიანებული საგანი, როგორიცაა „ცეკვა“, როგორც ჩვენთანაა მიღებული, რომელშიც თავმოყრილია ყველა მიმართულებები, რაც საჭიროა დრამატული თეატრისთვის – იქ არ არის.

სხვადასხვა სკოლის გამოცდილებისა და მათი პროფესიონალური მომზადების გათვალისწინებით, ჩვენ შევეცადეთ სრულგვეყო და გაგვეთანამედროვებინა საგანი „ცეკვის“ პროგრამა და სასწავლო მეთოდიკა, რადგან ეს მიმართულია მსახიობის სხეულის ჩამოყალიბების, განვითარებისა და სრულყოფისაკენ, მისი პლასტიკური ფანტაზიის აღზრდისა და მოძრაობის გამომსახველობისაკენ. „მსახიობის სხეული – შემოქმედებითი მოღვაწეობის იარაღია. და, რამდენად უფრო კარგად და ზუსტად იქნება აწყობილი

¹ Feldenkrais Moshe. Awareness through movement: helthexercises for personal growth. Lst Harper Collins pbk.ed.1990. - p.20

ეს ინსტრუმენტი, დამოკიდებულია არა მხოლოდ მოსწავლეზე, არამედ, თეატრალური სკოლის პედაგოგიურ მეთოდიკაზე, რომლითაც იზრდება მსახიობი.¹

სტუდენტები, მსახიობის გარე ტექნიკაზე მუშაობისას, იძენენ პრაქტიკულ ცოდნას და მისი გამოყენების უნარს, თვითგამოხატვის შესაძლებლობებს პლასტიკის საშუალებით, ავითარებენ და სრულყოფენ საკუთარი მოძრაობების საშემსრულებლო სიზუსტეს, ანუ მეთოდიკას, სცენური მოედნის ათვისებას, შემოქმედებითად ფიქრისა და ქმედების უნარს. პლასტიკის საგნების პედაგოგებმა განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიაქციონ მეხსიერების ყურადღების ხებისყოფის, სისწრაფის, კოორდინაციის, მოხერხებულობის, ფსიქო-მოტორული რეაქციის, პარტნიორთან ურთიერთმოქმედების განვითარებას. სტანისლავსკი აღნიშნავდა, რომ ნავარჯიშები სხეულისთვის პლასტიკურობა, მოქნილობა და სულიერი შეგრძნება განუყოფელია.

ვინაიდან, სამსახიობო ოსტატობის სწავლებაში არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება თანამედროვე სტანდარტების შესაბამისი სპეციალისტების აღზრდას, გათვალისწინებული უნდა იყოს ის პრობლემა, რომ, თეატრალურ უმაღლეს სასწავლებლებში ცეკვის სწავლების მეთოდოლოგიები ნაკლებად შესწავლილია. ამ საგანს კი აქვს მეთოდური საფუძველი, პროგრამული მოთხოვნები, საკუთარი მიზნები და ამოცანები. პედაგოგ-ქორეოგრაფი, რომელიც ასწავლის თეატრალურ უმაღლეს სასწავლებელში, ფართო კვალიფიკაციის სპეციალისტია, მან უნდა იცოდეს კლასიკური, სახასიათო, საისტორიო-ყოფითი, სამეჯლისო და თანამედროვე ცეკვების სწავლების მეთოდიკა. ქართულ ენაზე კი ამ სფეროში მეთოდური და სამეცნიერო ნაშრომების ნაკლებობაა, რაც უფრო აღრმავებს ამ პრობლემას. ზუსტად ამისათვის, ჩვენ 30 წელზე მეტია ვიკვლევთ და ყოველდღიურ პედაგოგიურ პრაქტიკაში ვატარებთ სიახლეებს, რათა თეორიისა და პრაქტიკის მეთოდური ძიებანი საერთო

¹ Круглова, А.Г. «Сценическое движение. Педагогика телесного воспитания актёра». М, 2008, с.54.

კონცეფციამდე მივიყვანოთ. ერთადერთი სახელმძღვანელო - ე. ვასილიევას „ცეკვა“, რომელიც არსებობს თეატრალური უმაღლესი სასწავლებლებისათვის, იყო გამოშვებული 1968 წელს რუსეთში. ამ წიგნში იყო განხილული მარტო კლასიკური ცეკვის მოძრაობები, საისტორიო-ყოფითი ცეკვები და რამდენიმე ხალხური ცეკვა, რომელიც დღეს უკვე ვეღარ პასუხობს თანამედროვე აღზრდის მოთხოვნილებებს. უნდა აღვნიშნოთ, რომ ბოლო წლებში საზღვარგარეთ ბევრი სახელმძღვანელო დაიბეჭდა სასცენო მოძრაობის თემატიკაზე, მაგრამ არცერთი - ცეკვის სწავლებაზე, იმ სახით, როგორიც საჭიროა დრამის მსახიობებისათვის.

აქედან გამომდინარე, ჩვენი ძირითადი ამოცანაა სწავლების თანამედროვე ფორმების, მეთოდური ლიტერატურისა და სახელმძღვანელოების შექმნა, ახალი მეთოდიკის დანერგვა სასწავლო პროცესში. ჩვენ გვინდა აღვზარდოთ თანამედროვე მსახიობი და, ზუსტად ამიტომ, ჩვენ გვჭირდება სწავლების მეთოდიკის ახალი სახელმძღვანელო, რაზეც ახლა ვმუშაობ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ე. გუგუშვილი. «კოთე მარჯаниშვილი» მ., 1979, ც. 263.
- დ. კობახიძე „თეატრალური განთიადის წინ“ გამ-ბა: „მწიგნობარი“, თბ., 2010.
- ალმანახი „თეატრი“, 1909, №7.
- ჟურნ. „თეატრი და ცხოვრება“, 1914, №17.
- გაზ. „ცნობის ფურცელი“, 1905.
- ჟურნ. „ფასკუნჯი“, 1909, №4.
- კ. ნინიკაშვილი „რუსთაველის თეატრი“, თბ., 1981.

ნინო სანადირაძე,

**საქართველოს შოთა რუსთაველის კინოსა და თეატრის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი,
ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი.**

კულტურის სფეროს მართვის თავისებურები

კულტურის სფეროში მოღვაწე ორგანიზაციები ერთმანეთისაგან განსხვავებული უწყებრივი დაქვემდებარებით და ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმებით გამოირჩევა. მაგალითად, ამგვარ სუბიექტებად შეიძლება მოგვევლინოს სახელმწიფო, მუნიციპალური, საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, აგრეთვე კერძო პირებიც (შემდგომში – კომპანიები, სტუდიები და სხვადასხვა იურიდიული ერთეულები).

კულტურის სფეროს მენეჯმენტზე საუბრისას გასათვალისწინებლია შემდეგი გარემოებები: კულტურის სფეროს მართვის პროცესები დამოკიდებულია არა მარტო სოციალურ-კულტურულ კონტექსტზე და სოციალურ-კულტურულ გარემოზე, არამედ, თავადაც იძენს სოციალურ-კულტურულ ნიშან-თვისებებს. უფრო მეტიც – ყოველი იურიდიული თუ კერძო კომპანია დროთა განმავლობაში სულ უფრო მკაფიოდ გვევლინება კულტურის სფეროს საქმიანობის განმსაზღვრელადაც. კულტურის სფეროში მოღვაწე ორგანიზაციების საქმიანობა თანამშრომლობისა და ურთიერთგაცვლის გარეშე შეუძლებელია, რის გამოც ხდება პარტნიორობა სხვადასხვა ბიზნეს სტრუქტურებთან და განსხვავებული ტიპის ორგანიზაციებთან - იქნება ეს სპონსორობის ინსტიტუტის განვითარება, ქველმოქმედება, საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR) თუ სხვა. ამდენად, ცხადი ხდება შემდეგი - კულტურის სფეროს მართვის საკითხების განალიზება განსაკუთრებულ ინტერესს წარმოადგენს შემდეგ მიზეზთა გამო: უწინარეს ყოვლისა, კულტურის სფეროს მართვის არსში ზოგადად მენეჯმენტის სრული სპექტრი

მოიაზრება. მეორე – ამგვარი განხილვის პერსპექტივები მნიშვნელოვანია კულტურის სფეროს და საქმიანი აქტივობის სხვა სფეროების ურთიერთთანამშრომლობის შესაძლებლობისა და აუცილებლობის გარკვევისათვის. კულტურის სფეროს მართვის მთავარი თავისებურება იმაში მდგომარეობს, რომ მითითებულ სფეროში შემოსავლების მიღება ხდება არა სარგებლის მიღების მიზნით, არამედ დაინტერესებული დონორების მოზიდვის ხარჯზე – სპონსორობა, პატრონაჟი, ქველმოქმედება და სხვა. კულტურის სფეროს დაგეგმვას უმეტესწილად ცენტრალური ადგილი უკავია მენეჯმენტის სისტემაში, იმდენად, რამდენადაც ის წინასწარ განსაზღვრავს კონკრეტულ პერიოდში განსახორციელებელი საქმიანობის მიმართულებას და შინაარსს. უფრო მეტიც, დაფინანსება, მატერიალური და სხვა მსგავსი უზრუნველყოფა გამომდინარეობს კონკრეტული გეგმიდან. დაგეგმილი სამუშაოს შინაარსიდან და მისი უზრუნველყოფის შესაძლებლობიდან გამომდინარე, რომლის მიხედვითაც განისაზღვრება კომპანიის ორგანიზაციული სტრუქტურის ტიპი, ადამიანური რესურსები, პრდუქტები, მომხმარებელები და სხვა რაც, თავის მხრივ, განსაზღვრავს აღრიცხვისა და კონტროლის მეთოდებს და ხასიათს. მთლიანად ეს ერთობლიობა კი (მიზნების განსაზღვრა და მათი მიღწევის გზები) შეიძლება შემდეგი თანმიმდევრობით წარმოვიდგინოთ:

- საქმიანობის შინაარსი;
- დაფინასება და სხვა უზრუნველყოფა;
- ორგანიზაციული სტრუქტურა;
- მოთხოვნები პერსონალის მიმართ;
- კადრების შერჩევა, განაწილება, წახალისება;
- აღრიცხვის, ანგარიშგებისა და კონტროლის სისტემა.

კულტურის სფეროს მენეჯმენტის სპეციფიკას, როგორც წესი, „სულიერი წარმოების“ თავისებურებებს უკავშირებენ. ამგვარი საქმიანობის „პროდუქტები“ არა იმდენად საგნობრივი ხასიათისაა, რამდენადაც აზროვნების ფენომენებს (აღქმას, გაგებას, განცდას და სხვ.) უკავშირდება და უშუალო

დათვლასა და შეჯამებას არ ექვემდებარება. ხშირად, მათი წარმოება მათ გამოყენებას ემთხვევა (სპექტაკლის, კინოფილმის ჩვენება, კონცერტზე დასწრება, წიგნის კითხვა). უფრო მეტიც, მატერიალური წარმოების პროდუქტებისგან განსხვავებით, რომლებიც გამოყენების პროცესში ცვდება, კულტურული ფასეულობები გამოყენებისას სულ უფრო მეტ ღირებულებას იძენს (მაგ., რაც უფრო მეტმა ადამიანმა წაიკითხა ესა თუ ის წიგნი, უყურა სპექტაკლს, ფილმს, მოუსმინა კონცერტს – მით უფრო მაღალია მათი სოციალური მნიშვნელობა).

კულტურის სფეროს არაკომერციული ხასიათი სულაც არ ნიშნავს, რომ იგი ბიზნესისთვის მიმზიდველი არ არის. დღეისათვის მთელ მსოფლიოში არაკომერციული (nonprofitable) სექტორი – ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი სექტორია. არაკომერციული სფეროს, საჯაროობიდან და სოციალური მნიშვნელობიდან გამომდინარე, მკვეთრად გამოხატული სარეკლამო პოტენციალი გააჩნია, რაც, თავის მხრივ, დონორებს მიმზიდველი იმიჯის, რეპუტაციის, სოციალური სტატუსის ფორმირების და განვირცობის საშუალებას აძლვეს. ბიზნესისა და კულტურის ურთიერთთანამშრომლობას საზოგადოების განვითარებისა და გარდაქმნისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა გააჩნია და სამოქალაქო საზოგადოებისთვის რეალიზების საშუალებას წარმოადგენს, რომლის გათვალისწინებითაც შესაძლებელია გამოვყოთ კულტურისა და ხელოვნების ზეგავლენის რამდენიმე ასპექტი თანამედროვე საზოგადოების განვითარებაზე:

ა) კულტურის სფეროს უშუალო გავლენა ეკონომიკაზე: კულტურის და ხელოვნების სფერო ქმნის კონკრეტულ სამუშაო ადგილებს, აქვს საკუთარი ავტონომიური გასაღების ბაზარი, გააჩნია საინვესტიციო პოტენციალი, უშუალო წვლილი შეაქვს კონკრეტული რეგიონის ეკონომიკის განვითარებაში; - კულტურა და ხელოვნება განათლების, მასედის, ტურიზმის, გართობის ინდუსტრიის განვითარების ძირითად წყაროს წარმოადგენს.

ბ) უშუალო სოციალური ზეგავლენა: კულტურა და

ხელოვნება უზრუნველყოფს სოციალურად მნიშვნელოვანი მოღვაწეობის სხვადასხვა სახეებს, დასვენების ორგანიზებას, პოზიტიურად ზემოქმედებს ადამიანთა ცნობიერებაზე, ხელს უწყობს პიროვნებისა და საზოგადოების სულიერ განვითარებას და შემოქმედებითი პოტენციალის გამოვლენას;

გ) ირიბი ეკონომიკური ზეგავლენა: კულტურა და ხელოვნება სოციალურად მომგებიანი სფეროა, იმდენად, რამდენადაც ახდენენ საზოგადოების ფასეულობათა, ცნებათა აკუმულირებასა და ტრანსლირებას, რომლებიც კომერციული და არაკომერციული საქმიანობის დროსაც გამოიყენება. ბიზნესისა და მენეჯმენტის ისეთი თანამედროვე ტექნოლოგიების არსებობა, როგორიცაა, რეკლამა, საზოგადოებასთან ურთიერთობა - PR, პერსონალთან მუშაობა, კორპორაციული კულტურისა და საფირმო სტილის ჩამოყალიბება, წარმოუდგენელია სოციალურ-კულტურული მოღვაწეობის ტრადიციული ფორმების გამოყენების, კულტურის სფეროს სექტორთან თანამშრომლობის გარეშე;

დ) ირიბი სოციალური ზეგავლენა: კულტურა და ხელოვნება ამდიდრებს სოციალურ გარემოს, რის შედეგადაც იზრდება კულტურისა და ხელოვნების როლი სოციალურ კომუნიკაციაში, მათ შორის, თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებით.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, წინამდებარე სტატიის მიზანს წარმოადგენს კულტურის სფეროს განვითარების დაგეგმვის თავისებურებათა გამოვლენა. ცნებაში „კულტურის სფერო“ იგულისხმება საწარმოთა, დაწესებულებათა და არაკომერციულ ორგანიზაციათა ერთობლიობა, რომლებიც, ოფიციალური კლასიფიკაციის თანახმად, განეკუთვნება კულტურისა და ხელოვნების ქმნილებების, არამატერიალური მომსახურების მწარმოებელ, სახალხო მეურნეობის სხვადასხვა სექტორს. კულტურის სფეროს განვითარების დაგეგმვა უნდა წარმოადგენდეს მიზნობრივი ორიენტაციისა და აუცილებელი შედეგების მიღწევის, კულტურის სფეროში მოღვაწე სხვადასხვა სუბიექტის საქმიანობის ეფექტურობის ამაღლების, საზოგადოებისთვის კულტურის

სფეროს მომსახურების მიწოდების უზრუნველყოფის მიზნით განსახორციელებელ ღონისძიებათა ერთობლიობას. კულტურის სფეროს მენეჯერი ზედმიწევნით უნდა ფლობდეს კომერციული და არაკომერციული საქმიანობის მარკეტინგს, ერკვეოდეს ეკონომიკასა და სამართალში და ფლობდეს მენეჯერისათვის აუცილებელ სხვა უნარ-ჩვევებს, რომელთა გამოყენებითაც უნდა ხდებოდეს სტრატეგიული დაგეგმარება. სტრატეგიული დაგეგმარების შემთხვევაში მისი ზემოქმედება გარე ცვლილებებზე ორსახოვანია: გრძელვადიანი ზემოქმედება გულისხმობს სტრატეგიულ გეგმებს, მოქმედება ხდება გეგმიური ციკლის გარეთ, რეალური დროის რეჟიმში და განხორციელება აუცილებელია ექვემდებარებოდეს ერთიან მისიას, რომლის მიღწევა შესაძლებელი ხდება ტაქტიკური ამოცანების განსაზღვრის დროს. კულტურის სფეროს სტრატეგიული დაგეგმარება უნდა ხორციელდებოდეს კულტურის ყველა ქვედარგისათვის და სასურველია გამოყენებული იქნეს შემდეგი კრიტერიუმები:

- კულტურის სფეროს საერთო-ეკონომიკური განვითარება, რაც განაპირობებს ეკონომიკური პირობების ფორმირებას, რომლებიც, თავის მხრივ, შეძლებს უზრუნველყოს კულტურის სფეროში მოღვაწე სუბიექტთა მომსახურების ბაზრის კონკურენტუნარიანობა და მაღალი საფინანსო-ეკონომიკური შედგები;
- კულტურის სფეროს დაწესებულებებისა და საწარმოების ტექნიკური აღჭურვისაკენ მიმართული ინოვაციური განვითარება და ყველა იმ სამეცნიერო მიღწევათა დანერგვა და გამოყენება, რომელიც ხელს უწყობს ეფექტურობასა და მომსახურების ხარისხის ამაღლებას;
- კულტურის სფეროს შემადგენელი ინსტიტუციების ხელშეწყობა თანამედროვე ბაზართან და მოთხოვნებთან მიმართებაში, მათი ძირითადი ეკონომიკური პარამეტრების შემცირების მნიშვნელოვანი ტენდენციების განსაზღვრა (მსგავსი ინსტიტუციებია: ბიბლიოთეკები, სამეცნიერო თუ სხვა კულტურულ-დასასვენებელი დაწესებულებები, კულტურული

მემკვიდრეობის ძეგლები და სხვა).

კულტურის სფეროს დაფინანსების, მხარდაჭერისა და განვითარების მსოფლიო გამოცდილებამ გვიჩვენა, რომ არსებობს კულტურის ეკონომიკის სამი ძირითადი ტიპი, დაფინანსების მექანიზმის მიხედვით: „რომანული“ ტიპი (მაგ., იტალიაში, ესპანეთში, საფრანგეთში) – როდესაც კულტურა ფინანსდება ცენტრალიზებულად, სახელმწიფო სახსრების ხარჯზე. იტალიაში კულტურული აქციების და ხელოვნების დაფინანსების განხორციელების უფლება აქვთ მხოლოდ სამთავრობო ორგანიზაციებს ან სახელმწიფოს ნდობით აღჭურვილ კერძო პირებს.

„გერმანული“ ტიპი, რაც დამახასიათებელია გერმანის ფედერაციული რესპუბლიკისა და სკანდინავიის ქვეყნებისათვის. ამ შემთხვევაში ცენტრალური ხელისუფლების მიერ ხორციელდება მხოლოდ პატერნალური მხარდაჭერა, ხოლო სახელმწიფო დაფინანსება, უმეტესწილად, ადგილობრივი ბიუჯეტებიდან და დამოუკიდებელი სტრუქტურებიდან თუ ფონდებიდან წარმოებს.

„ანგლო-ამერიკული“ ტიპი – სახელმწიფო გვევლინება გარკვეული მიმართულებების მხარდაჭერად, დაფინანსება კი ხორციელდება კერძო კაპიტალის მოზიდვის, მათ შორის, საგადასახადო შეღავათების ხარჯზე.

კულტურის სფეროს მართვის თავისებურებებზე საუბრისას აუცილებელია აღინიშნოს კულტურის სფეროს მარკეტინგის თავისებურებებიც; ზემოთ აღნიშნული საკითხები განაპირობებს კულტურის სფეროს, როგორც არაკომერციული საქმიანობის მარკეტინგის თავისებურებებს და კომერციული სფეროების ტრადიციული მარკეტინგისაგან განსხვავებით სხვადასხვა შრესგან შედგება. წმირად, არაკომერციულ სფეროში, გადახდისუნარიანობის მქონე სუბიექტი და უშუალო მომხმარებელი ერთი და იმავე პირებს არ წარმოადგენენ. მაგალითად, კულტურის სფეროს ტიპურ მომხმარებლებს განეკუთვნებიან საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტური ჯგუფები - ბავშვები, მოზარდები, სოციალურად დაუცველი

პირები, უნარშეზღუდული და მზრუნველობას მოკლებული საზოგადოება, ვეტერანები და სხვ. მათთან მუშაობა, უკამათოა რომ აუცილებელია, მაგრამ ვინ ანაზღაურებს მათთვის გაწეული მომსახურების საფასურს? მიღებული პროდუქტის (იქნება ეს სპექტაკლი, წარმოდგენა, გამოფენა, კონცერტი თუ სხვა) საფასურის ნაწილს ხშირ შემთხვევაში იხდის ან მზრუნველი/ მშობელი, მხოლოდ ერთეულ შემთხვევებში ფინანსდება საბიუჯეტო ორგანიზაციებისაგან, ხშირ შემთხვევაში კი მსგავსი ტიპის დონისძიებების გამართვა საქველმოქმედო ფონდების, დონორებისა თუ სხვადასხვა ორგანიზაციების პატრონაჟით ხორცილედება.

ყველა ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე კი შეგვიძლია დავასკვნათ შემდეგი – კულტურის სფეროს ბაზრის თავისებურებების შესახებ: თანამედროვე საზოგადოებაში კულტურის სფეროში, ორი სხვადასხვა ტიპის ბაზარი მოქმედებს: მომხმარებელთა ბაზარი და დონორთა ბაზარი. საკმაოდ ძნელია იმის განსაზღვრა, თუ რომელია მათგან პირველადი: ჯერ განისაზღვრება მომხმარებელთა მოთხოვნები და შემდგომ ხდება დონორების მოძიება, თუ პირიქით – მომხმარებლის „შეძენა“ წარმოებს იმ დონორთა ინტერესების უზრუნველსაყოფად, რომლებიც მზად არიან გაიღონ თანხა ამ აგუფებთან გარკვეული საქმიანობის ჩატარების სანაცვლოდ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- James Heilbrun - The Economics of Art and culture, 2007.
- Iain Robertson - Understanding international art markets and management, 2005.
- Derrick Chong - Art management, 2006.
- Armstrong Gary – Marketing and art management, 2007.
- Phillip Kotler – Marketing – introduction, 2007.

მაია სიგუა,

თბილისის სახელმწიფო კონსერვატორია
მუსიკის თეორიისა და კომპოზიციის ფაკულტეტი
სადოქტორო პროგრამა – მუსიკის ისტორია.

I წლის დოქტორანტი. ხელმძღვანელი: მუსიკოლოგიის
დოქტორი, ასოც. პროფ. ქეთევან ბოლაშვილი

**მუსიკისა და დრამის ურთიერთებების
მოღიციკაციები მუსიკალურ თეატრში
(XX საუკუნის II ნახევრის რამდენიმე
ნაწარმოების მაგალითზე)**

XX საუკუნის II ნახევარს ევროპული და ამერიკული
მუსიკალური კულტურა უკვე ჩამოყალიბებული და
დეკლარირებული ავანგარდით შეხვდა. ეს იყო ერთ-ერთი
ყველაზე რადიკალური, ტრადიციის უარმყოფელი მიმდინარეობა,
რომლის კონტექსტშიც ღრმა ფესვებისა და ტრადიციების
მქონე ოპერის ჟანრის წარმოდგენაც კი შეუძლებელი
უნდა ყოფილიყო. ამ პერიოდში „მთელი ჭურადღება
ფუნდამენტალისტებისკენ იყო მიმართული“.¹ მაგრამ 1955
წელს ერთ-ერთმა „ფუნდამენტალისტმა“ პიერ ბულეზმა ჟან-
ლუი ბაროს თეატრის სპექტაკლ „ორესტეასთვის“ მუსიკა
შექმნა, ხოლო 1961 წელს ვენეციის Teatro la Fenice-ში დადგა
დარმშტადტის სკოლის წარმომადგენლის ლუიჯი ნონის
ოპერა Intolleranza 1960 (დაუმორჩილებლობა 1960), ამგვარად
ავანგარდისტული „სპილოს ძვლის კოშკიც“ შიგნიდან
გატყდა.

ძირითადმა ავანგარდისტულმა პრინციპებმა ამ პერიოდის
მუსიკაზე თავისი კვალი მაინც დატოვეს. „კომპოზიტორთა
თაობა, რომელმაც ანალიტიკური ორმოცდათიანები გამოიარა,
სტანდარტულ ჟანრებს ჯერ ისევ ეჭვით უყურებდა. იგი
იმ ახალი მუსიკალურ-თეატრალური ფორმების გამოჩენას

¹ Griffiths P (1995). Modern Music and After: Directions Since 1945 Oxford University Press, p. 171.

ელოდა, რომელიც აღმოცენდებოდა ახალი მასალიდან უფრო უკეთ, ვიდრე დიდი ხნის მანძილზე მიღევადი ტრადიციებიდან. ამიტომ, საოპერო თეატრებიც და არტისტებიც თავს იტანჯავდნენ მუსიკისა და თეატრის ახლებური ერთიანობის გამოგონებით, სანამ ჯონ კეიჯმა – განსაკუთრებით 50-იანებში ტიუდორისთვის დაწერილი საფორტეპიანო პიესებით – არ აჩვენა, რომ არავითარი „ახალი ერთიანობა“ საჭირო არ იყო, რომ ყოველგვარი მუსიკა თავისი ბუნებით თეატრალურია, ყოველგვარი წარმოდგენა (performance) – დრამა¹.

ქვემოთ მუსიკისა და დრამის ერთიანობის ჭრილში შევეხებით ამ პერიოდის რამდენიმე ავტორის რამდენიმე ნაწარმოებს. ესენია: იანის ქსენაკისის „ორესტეა“, ლუიჯი ნონოს „პრომეთეო“, ლუჩიანო ბერიოს „ოპერა“ და „მეფე უსმენს“, რობერტ ეშლის „სრულყოფილი ცხოვრება“, დიერდ ლიგეტის „დიადი მკვდარი“, ჯონ კეიჯის „ევროპერები“, სტივ რაიხის „მღვიმე“. ამ ნაწარმოებებში ეს საკითხი აქტუალურია იმდენად, რამდენადაც გაჩნდა ცნება „ანტიოპერა“; დაიწერა ოპერა „ოპერა“; გაჩნდა ოპერა ვიზუალური თეატრალური ელემენტის გარეშე; ოპერები, რომლებიც სცენაზე დადგმისთვის არ იყო განკუთვნილი და ა. შ. ფაქტობრივად, ერთიანი ორგანიზმი, რომელიც სამი საუკუნის მანძილზე, რამდენიმე კრიზისისა და რეფორმის მიუხედავად, მუსიკისა და დრამის ორგანულ, განუყოფელ შენადნობს წარმოადგენდა, შემადგენელ კომპონენტებად დაიშალა. ლოგიკურად, ეს პროცესი იმთავითვე მიუთითებდა, რომ ამ უანრს მომავალი არ უნდა ჰქონოდა, თუმცა, ასეთი ნიმუშები, რომლებსაც, თუ ტრადიციული კრიტერიუმებით მივუდგებით, სხვას ვერაფერს ვუწოდებთ, თუ არა ინვალიდს (არასრულფასოვანს), დღემდე თამამად ატარებენ ოპერის სტატუსს. დავიწყოთ უანრის დეფინიციით.

სხვადასხვა ენციკლოპედიასა თუ ლექსიკონში ოპერა სხვადასხვაგავარად განიმარტება, მაგრამ ყველა მათგანში ცნებები ძუბიკა და დრამა – ყოველთვის ერთმანეთთან

¹ Griffiths P (1995). Modern Music and After: Directions Since 1945. Oxford University Press, p. 171.

კავშირშია ნახსენები და ეს სავსებით ბუნებრივია, თუ ოპერის დაბადების ამბავს გავიხსენებთ. ეს უანრი სწორედაც მუსიკისა და დრამის ჰიბრიდია, მაგრამ თანაფარდობა ამ ორ ძირითად კომპონენტს შორის ყოველთვის თანაბარი არ ყოფილა. ამან არაერთხელ გამოიწვია ოპერის კრიზისები, რომელთა მიზეზი ბალანსის მუსიკის სასარგებლობა რღვევა იყო.

ჩვენს განსახილველ ნაწარმოებთა შორის იანის ქსენაკისის „ორესტეაში“, გარკვეულწილად, თითქმის არც არაფერი შეცვლილა, მაგრამ მასში ვეღარ ვხვდებით სცენურ ქმედებას – დრამის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს კომპონენტს. იგივეს გამეორება შეიძლება ლიგეტის ოპერაზე „დიადი მკვდარი“. იგი მთლიანად თეატრის და მის ნაირსახეობათა წესებზეა დაფუძნებული. ლიბრეტოში ერთმანეთს ფარსი, აბსურდის თეატრი, ტრაგიკომიკური ბუფონადა, ბალაგანური და მარიონეტული წარმოდგენები, ფლამანდური კარნავალის ფერადოვნება ერწყმის ჩაპლინის ხელოვნებას და საგაზეთო კარიკატურულ სტილს. ის, რაც გელდეროდის პიესას ახასიათებს, ზუსტად გაიმეორეს ლიგეტიმ და მისმა ლიბრეტისტმა მიხაელ მეშქემ. „მუსიკალური მოვლენები პირადაპირ მიჰყვება მოქმედებას, ხშირად მომხდარის აშკარა ილუსტრაციას წარმოდგენს საცირკო კომიზმის ელფერით“.¹ ნაწარმოები ინტერპრეტაციის მრავალ შესაძლებლობას უშვებს, ამიტომაც, სხვადასხვა თეატრი სხვადასხვაგვარად დგამს მას: როგორც „ჯადოსნური ფლეიტის“ თანამედროვე პერიფრაზას (ბოლონია), რეალისტურ-სიურრეალისტურ ფარსს ბეჭეტის სტილში (ნიურნბერგი), იუმორისტულ წარმოდგენას დაღუპვის პირას (ჰამბურგი).

ლიგეტი მისთვის მიუღებლად მიიჩნევდა ვაგნერ-შტრაუს-ბერგის ტრადიციას და ამბობდა, რომ უნდოდა მისი იდეალების – მოცარტის, მონტევერდის, ვერდის ტრადიციას გაყოლოდა. მიუხედავად მისი ამ სურვილისა, მიგვაჩნია, რომ საერთო ჯამში, ნაწარმოებში წამყვანი თეატრალური საწყისია

¹ Савенко С (1987). Приключения в воображаемом пространстве. Заметки о творчестве Д. Лигети . в журн. СМ. № 6, с. 115-116.

და შეუცვლელი საფუძველი მუსიკის მიერ სახეებისა და ხასიათების შექმნისათვის.

როგორც ჩანს, დრამასთან მიმართებაში მუსიკალური საწყისის უპირატესობის ხაზგასმა განსახილველ სხვა ნაწარმოებებში ერთგვარ ტენდენციად ყალიბდება და, შესაძლოა, საოპერო წარსულის წინააღმდეგ წასვლის ერთ-ერთ საშუალებადაც მოიაზრებოდეს.

თავიანთი შორეული „წინაპრებისაგან“ განსხვავებით ბერიომ და ნონომ სრულიად განსხვავებული გზები იპოვეს იმ „ახალი ერთიანობის“ ძიებაში, რომელზეც გრიფიტსი წერდა. „მუსიკალური პროცესი, რომელიც აკონტროლებს ნარატივს“ – ასე აყალიბებს ბერიო თავის მიზანს: მუსიკის უზენაესობის ხელახლა დამტკიცებას გლუკისა და ვაგნერის რეფორმის საპირისპიროდ,¹ ამიტომ „ოპერა“ ოპერაა, სადაც ავტორი თავს არიდებს თხრობას ტრადიციული მანერით, მაგრამ გვაძლევს არა ერთ, არამედ სამ პარალელურად განვითარებად სიუჟეტურ საზს. ესენია: მითი ორფევსზე მონტევერდის „ორფეოდან“, ნიუ-იორკის Open Theatre-ის სპექტაკლი Terminal და „ტიტანიკის“ დაღუპვის ამბავი, ამასთან, გამოყენებულია სავსებით ტრადიციული ნომრული სტრუქტურა.

თავის სხვა օრის-ებში ბერიო თანდათან ცვლის და ართულებს თავის მიღვომას. „მართალ ამბავში“ მოყოლილია არა ამბავი, არამედ გამრავლებული შესაძლო ამბები; ხოლო ოპერაში „მეფე უსმენს“, ავტორისავე თქმით, „ნაწარმოები თვითონ მოგვითხრობს, თუ როგორ ტრანსფორმირდება ოპერად“² (მონტევერდის ზემოთ ციტირებული მიღვომის საპირისპირო). უმბერტო ეკოსთან დიალოგში ბერიო შენიშნავს, რომ იგი რამდენიმე დონეზე ინტერპრეტაციის საშუალებას იძლევა და მათ შორის უმარტივესი – ოპერაა, ისევე, როგორც მწერლის ცნობილ რომანში³, რომელიც საბაზისო დონეზე შეიძლება

¹ Jacobson B. Opera's Deconstructionist // <http://www.metoprtafamily.org/operanews>

² Jacobson B. Opera's Deconstructionist // <http://www.metoprtafamily.org/operanews>

³ იგულისხმება „ვარდის სახელი“.

აღქმული იყოს, როგორც დეტექტივი.¹ მიუხედავად იმისა, რომ ამ opus-ში უარყოფილია თხრობის ტრადიციული მანერა, ბერიოს მიაჩნია, რომ მის სცენურ მოქმედებას, ტექსტს და მუსიკას აერთიანებს ის, რაც მათ განაცალკევებს კიდევაც: იგი ხშირად ეპყრობა ამ სამ ელემენტს, როგორც სამ დამოუკიდებელ არსებობა. „სწორედ მათი ურთიერთობის პერმანენტული არამდგრადობის შედეგია მათი ერთიანობაც. ხანდახან მოქმედების მიზეზი ტექსტია, ხანდახან – პირიქით; ხანდახან მუსიკა ტექსტითა და მოქმედებითაა მოტივირებული, ხანდახან – პირიქით“ – ამბობს კომპოზიტორი.²

ნაწარმოების შექმნის იმპულსი ფრანც კაფკაც დღიურის ფრაგმენტი³ და როლან ბარტის ესე გახდა, რომელშიც ავტორი განასხვავებს გაგონებას (hearing), როგორც ფიზიოლოგიურ ფენომენსა და მოსმენას (listening), როგორც ფსიქოლოგიურ აქტს. ოპერის დრამატურგია მთავარი პერსონაჟის, პროსპეროს მიერ გაგონილ და მოსმენილ მოვლენებს შორის კონფლიქტს ემყარება, ამიტომაც გარეგნულად სრულყოფილი დრამა განვითარების ყველა ეტაპით ბერიოსთან თითქმის არ არის.

მოსმენის, როგორც ფენომენის თემატიკა, აქტუალურია ლუიჯი ნონის „პრომეთეოშიც“, მაგრამ, სხვაგვარად. „კომპოზიტორი ფიქრობდა ოპერაზე, ან უფრო ზუსტად, Musica per dramatica-ზე ყოველგვარი ვიზუალური და სცენური ასპექტების გარეშე. ერთი სიტყვით, დრამა აქ – მუსიკაშია“.⁴

ნაწარმოები, რომელიც ცალკეულ წყაროებში მოხსენიებულია, როგორც ოპერა, პრომეთეზე მითის მრავალ სხვადასხვა ვერსიას წარმოადგენს. მაგრამ, რადგან მისი ლიბრეტო რამდენიმე ავტორის ტექსტებისაგან შეკრული კომპილაციაა და მასთან ნონის სრულიად თავისებური დამოკიდებულება აქვს: ხშირად საერთოდ გაუგებარია თუ რა სიტყვებს წარმოთქვამენ მოძღვრლები. შესაბამისად, არაა დრამაც. „ვიზუალური

¹ Jacobson B. იხ.: იქვე.

² იხ.: იქვე.

³ „... მე ვზივარ ჩემს ოთახში – ბინის ყველაზე ხმაურიან ნაწილში... მესმის კარის ყოველი მოჯახუნება...“ და ა. შ. იხ.: Jacobson. B.

⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/Luigi_Nono#1980s

წარმოდგენა ნონის მიერ კატეგორიულად იკრძალება, რადგან ტექსტიც და გამოსახულებაც მისთვის ერთი საერთო ნიშნის ქვეშ ერთიანდება და „უპირისპირდება მუსიკას, როგორც ფენომენს“.¹ განსხვავებით იტალიელებისაგან, რომელთაც მემკიდრეობით მიიღეს გარკვეული საოპერო ნორმები და დოგმები და თავიანთი გზაც მათი უარყოფით, ანდა მათში ცვლილებების შეტანით იპოვეს, ამერიკელები – ეშლი, კეიჯი და რაიხი თამაშის წესებს თვითონ იგონებენ.

70-იანების ბოლოს შექმნილი პირველი ტელეოპერის „სრულყოფილი ცხოვრების“ (Perfect Lives) ავტორი რობერტ ეშლი იყენებს განვითარებულ, თითქმის დახლართულ სიუჟეტურ ხაზს, სადაც ერთი ძირითადი ამბის გარშემო რამდენიმე სხვა პატარ-პატარა ამბავიც ერთიანდება. აღსანიშნავია, რომ ნაწარმოებს აქვს ფორმალური მოდელი – ტიბეტური „წიგნი გარდაცვლილებზე“.² მეორე ამერიკელი, ჯონ კეიჯი ხაზგასმით არ ცნობს წარსულის მოთხოვნებს. მეტიც, იგი ამ შემთხვევაში მოტივირებული იყო შეკვეთით, დაწერა „ოპერის, როგორც ასეთის გარდაუვალი უარყოფა“.³ კეიჯი დამოუკიდებელ ერთეულებად ავითარებს მუსიკას, ტექსტსა და სცენოგრაფიას და შენიშნავს, რომ ეს პარამეტრები არიან „დამოუკიდებელნი, მაგრამ თანაარსნი“.⁴ ავტორის თქმით, ასეთი მიდგომის საფუძველი ცირკის (ამფითეატრის) კონცეფცია გახდა. ცირკის მსგავსად „ევროპერებშიც“ წარმოდგენის ყველა პარამეტრი ერთი ბატონის, შემთხვევის (Chance) მონაა. კეიჯთან შემთხვევა განსაზღვრავს თითქმის ყველაფერს, მათ შორის დეკორაციების, კოსტიუმების, რეკვიზიტის და თამაშის (აქციის) შერჩევის პრინციპსაც. დამოუკიდებლობის, მაგრამ თანაარსებობის დეკლარირებით კეიჯი კატეგორიულად

¹ Beyst S. Luigi Nono: Il Prometeo a revolutionary's swansong // <http://d-sites.net/english/nono.htm>

² Левин Л (1990). Американский оперний театр 1970-1980-х годов: проблемы и решения. В сб. Музыкальный театр, события, проблемы. Москва: Музыка, с. 270.

³ Beyst S. იხ. იქვე.

⁴ იქვე.

უარყოფს ვაგნერისეული Gesamtkunstwerk-ის იდეას.

„შემთხვევითი (Chance) ოპერაციების განზოგადებას მოაქვს მუსიკის ტრანსფორმირება მულტიმედიურ სინათლე – ბგერით პეიზაჟებად, ანდა, – დროითი ასპექტის ხაზეასმა – პეფენინგად ქცევა“¹. პეფენინგად, და არა თეატრად, რადგანაც აქ საქმე გვაქვს არა დადგმულ დრამასთან, არამედ რეალურ მოვლენებთან, რომლებიც ყოველ ჯერზე იცვლებიან. დრამატურგია მობილურია და განუმეორებელი, ამიტომ, აქ შეუძლებელია ვიფიქროთ მუსიკისა და დრამის ტრადიციულ კავშირზე, რაც ბერიოსთან და ნონოსთანაც კი, მნელად, მაგრამ მაინც შეიძლებოდა.

ასევე შეუძლებელია ამ გაგებით მსჯელობა სტივ რაიხის „მღვიმეზე“, თუმცა, კეიჯისგან განსხვავებით, რაიხი აცხადებს, რომ მან შექმნა მუსიკალური თეატრის ახალი სახე. „1988 წელს შევქმნი „განსხვავებული მატარებლები“ და იგი იწყებს ახალ თეატრალურ მიმართულებას [...] ველი, რომ ეს იქნება დასაწყისი ახალი – დოკუმენტური მუსიკალური ვიდეოთეატრის – სახეობისა და ეს დასაწყისი არცთუ შორეულ მომავალშია“ – წერდა რაიხი 1988 წელს.²

„მღვიმე“, ჩვენი აზრით, ბერიოსა და ლიგეტისგან განსხვავებით, ნათელი ილუსტრაციაა იმისა, თუ როგორ ქმნის მუსიკა დრამას, თუ დრამაზე ამ ნაწარმოებში საერთოდ შეიძლება ლაპარაკი. რაიხს, კეიჯის მსგავსად, ხელთა აქვს მასალა – უამრავი ინტერვიუ ერთსა და იმავე კითხვებზე და მათ ორგანიზებას მუსიკალური ინტერესების შესაბამისად ახდენს. რაიხი ამბობს: „აქ არ არის როლები, რომ ვინმებ თქვას: ეს თამაშობს აბრაამს, ეს კი ისმაელს. ეს ბიბლიური პერსონაჟები ინტერვიუერების სიტყვებში ცხოვრობენ“³ ცხადია, ვოკალისტები და ინსტრუმენტალისტები ასევე უზრუნველყოფენ დრამატულ ელემენტს, რამდენადაც, უმარტივეს დონეზე დრამატულ კომპონენტს შეიცავნ თვითონ ბიბლიური

¹ იქვე.

² Schwarz Robert K. (1993). From Antiquity to the Future: The Cave Brings Musical Theatre into the XXI century // Hendon Music. Boosey and Hawkes. p. 19

³ იქვე.

მოთხრობები, მაგალითად, აპრაამის ამბავი, მოთხრობილი ებრაელების, არაბებისა და ამერიკელების მიერ.¹

ამგვარად, ჩვენი აზრით, ამ და სხვა მსგავსი ნაწარმოებების შემთხვევაში უფრო ოპტიმალურად გვეჩვენება არა ტერმინ ოპერის, არამედ მუსიკალური თეატრის გამოყენება, რადგან მუსიკალური თეატრი, ფართო გაგებით, მოიცავს წარმოდგენის ყოველგვარ სახეს, რაც მუსიკისა და თეატრის მეშვეობით ხორციელდება. მასში ერთიანდებიან როგორც დამოუკიდებელი, ჩამოყალიბებული მახასიათებლების მქონე უანრები (როგორიცაა ოპერა თავისი ყველა ნაირსახეობით), ისე თავიანთი არსით არასტაბილური უანრები: მუსიკალური პერფორმანსი, ჰეთერინგი და მსგავსი სხვა მოვლენები². ერთი სიტყვით, მუსიკალური თეატრი ისაა, რაც ყველა ამ უანრს მიესადაგება და თავის თავშიც აერთიანებს კიდეც. ძალზე ზოგად დონეზე ესაა გარკვეულ სივრცეში მუსიკითა და სიტყვით გადმოცემული ან გათამაშებული, დრამატურგიული განვითარების მქონე ამბავი. მისი მოქნილობა სწორედ ამაშია. მუსიკალური თეატრი ყოველგვარი შეზღუდვის გარეშე უშვებს ორი ძირითადი კომპონენტის მეტ-ნაკლებად შემცველი ახალი ფორმების გენერირებას.

ასეთ შემთხვევაში, ცხადი ხდება, რომ ქსენაკისის „ორესტეაც“ და რაიხის „მღვიმეც“ ოპერა კი არაა, არამედ მუსიკალური თეატრის ნაირსახეობაა. პირველი – სინთეტური მუსიკალური ტრაგედია, მეორე – მულტიმედიური მუსიკალური პერფორმანსი. მუსიკალურ თეატრს, კერძოდ, მუსიკალურ ჰეთერინგს წარმოადგენს ჯონ კეიჯის „ევროპერებიც“. რაც შეეხება I ნაწილის I თავში განხილულ სხვა ნაწარმოებს, ლიგეტის „დიადი მკვდარი“ მათ შორის ერთადერთია, რომელსაც ოპერასთან ტრადიციული გაგებით, კავშირი ასე თუ ისე შენარჩუნებული აქვს. მაგრამ, ნაწილობრივ მისი და განსაკუთრებით ბერიოსა და ნონოს სხვა opus-ების ოპერად მიჩნევა ისევე ძნელია, როგორც ამის უარყოფა.

¹ იქვე.

² რომ არაფერი ვთქვათ, მუსიკალურ თეატრზე ვიწრო გაგებით, მიუზიკლზე, მუსიკალურ კომედიაზე, და ყოველგვარ მუსიკალურ სანახაობაზე.

სტატია გვინდა დავასრულოთ ციტატით თეოდორ ადორნოს „ახალი მუსიკის ფილოსოფიიდან“ – „ცნება „თანამედროვე ოპერა“ თავის თავში შეიცავს გადაულახავ წინააღმდეგობას. ოპერის იდეა იმ სახით რომლიეთაც აქამდე პუბლიკას სიამოვნებას ანიჭებდა, შეუთავსებელია ახალი მუსიკის საშუალებებთან. თეატრალური თვალსაზრისით კი, ახალი მუსიკა ისწრაფვის მჭიდროდ შეეწყას ეგრეთ წოდებულ ექსპერიმენტულ წარმოდგენებს“.

ვლადიმერ (ლადო) ტატიშვილი,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტი
ზელმძღვანელი: პროფ. გიორგი ჩართოლანი

სიტყვის ძალა – როგორც სატელევიზიო რეპლამის მრთ-მრთი მხატვრულ-შემოქმედებითი საშუალება

„პირველად იყო სიტყუა და სიტყუა იგი იყო ღმრთისა თანა და ღმერთი იყო სიტყუა იგი“, – ასე იწყება იოანეს სახარება.

საქართველოს გადასვლამ საბაზრო ეკონომიკაზე და მისმა ჩართვამ მსოფლიო ინტეგრაციის პროცესში განსაკუთრებული აქტუალურობა შესძინა რეკლამას (და ზოგადად – რეკლამირებას), რომელიც იქმნება, უპირველეს ყოვლისა, მარკეტინგული სიბრძნის საფუძველზე და წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს ინსტრუმენტს სამარკეტინგო პრობლემების მოგვარებისას.

გემოვნებიანი რეკლამა ერთგვარი სიბრძნეცაა და სიტყვათშემოქმედებაც. იგი ადვილად იპყრობს ადამიანის გულს. კარგად მოფიქრებული იდეის სარეკლამო ფორმა უნდა გამოირჩეოდეს სტილითა და სიუჟეტით. მხოლოდ ამ შემთხვევაში მიიღწევა განსაკუთრებული ეფექტი და მომხმარებლის წარუშლელი შთაბეჭდილება.

რეკლამირების პრობლემები გაშუქებულია უცხოელი ავტორების მიერ, მაგალითად, ამ მხრივ საინტერესოა დ. დიუპონის ნაშრომი „რეკლამა“, აგრეთვე ლ. ხრომოვის – „სარეკლამო შემოქმედება“, კ. ხოპკინსის – „ჩემი ცხოვრება რეკლამაშია“, ს. ტივარის „რეკლამის ჯანსაღი აზრი“ და მრავალი სხვა. დასახელებულ შრომებში განხილულია ბრენდის რეკლამირებასთან დაკავშირებული მრავალი საკითხი: საუბარია სარეკლამო იდეის, ბრენდების ნაირსახეობის, მათი ღირებულების, საინტერნეტო რეკლამის, სატელევიზიო რეკლამის, ბეჭდური რეკლამის, სარეკლამო სააგენტოებისა და სხვა ამ ტიპის მნიშვნელოვანი

საკითხის შესახებ (მათი მოსაზრებები ცალკე თავად იქნება წარმოდგენილი ჩვენს საღისერტაციო ნაშრომში). ამჯერად კი ყურადღებას გავაძახვილებთ სატელევიზიო რეკლამის ერთ-ერთ მხატვრულ-შემოქმედებით საშუალებაზე, რომელიც ამა თუ იმ ბრენდის სიტყვიერ რეკლამირებას უკავშირდება.

მხატვრულ-შემოქმედებითი თვალსაზრისით მორგებულად გაფორმებული სატელევიზიო რეკლამა ემსახურება კარგი პროდუქციის რეალიზაციას ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში.

კრეატიული კონცეფციის დამუშავებისას მეტად მნიშვნელოვანია ფორმისა და შინაარსის ურთიერთმიმართების საკითხი: ყურადღება უნდა გამახვილდეს არა მხოლოდ იმაზე, თუ „რას“ ამბობენ, არამედ იმაზეც – თუ „როგორ“ გამოხატავენ სათქმელს. ამ ორი კომპონენტის ჰარმონიული შეხამება უდავოდ განაპირობებს საბრენდო პროდუქციის წარმატებულ რეალიზაციას.

სატელევიზიო რეკლამირებისათვის არ არსებობს გარკვეული ფორმულები. ყოველი ახალი რეკლამა უნდა გამოირჩეოდეს ინდივიდუალურობით, შესაძლებელია, ახასიათებდეს იუმორიც.

მომხმარებელი ირჩევს არა საქონელს, არამედ ბრენდებს. როცა ესა თუ ის ბრენდი სისტემატურად შეესაბამება სარეკლამო დაპირებებს, კავშირი კლიენტებსა და ბრენდებს შორის მჭიდროა და საიმედოც. ალბათ მიგიქცევიათ ყურადღება, რომ მომხმარებლები ყიდულობენ არა მანქანას, არამედ „ტოიოტას“, „მერსედესს“, „ოპელს“; ისინი იძენენ არა ჯინსს, არამედ „ლევისს“, „ლის“, „ზარას“; სვამენ არა ლიმონათს, არამედ „კოკა-კოლას“, „პეტსის“, „ფანტას“; ჭამენ არა შოკოლადს, არამედ „სნიკერსს“, „მარსს“, „ბარამბოს“; დადიან არა მაღაზიაში, არამედ „გუდვილში“, „პოპულსა“ და „ჯიმარტში“...

კარგი რეკლამა უნდა იყოს ლიდერი სხვა რეკლამათა შორის. გახსოვდეთ, რომ იყიდება არა საქონელი, არამედ – რეკლამის შედეგად გამოწვეული ემოცია-შთაბეჭდილება.

შემოქმედებითი გადაწყვეტილების მისაღებად აუცილებე-

ლია კრეატიული სტანდარტებისა და ორიენტირების ცოდნას: 1. როგორი რეკლამაა კრეატიული; 2. რა სახის კრეატიული რეკლამაა შთამბეჭდავი; 3. როგორ მივიღოთ კრეატიული რეკლამა და სხვ.

აღსანიშნავია, რომ რეკლამისათვის კრეატიულობა საშუალებაა და არა მიზანი, თუმცა ნებისმიერ კრეატიულ რეკლამას, რომელიც ზუსტად ასრულებს თავის ფუნქციას, საკმაოდ დიდი შანსი აქვს წარმატებისათვის. იგი შესამჩნევიცაა და დასამახსოვრებელიც.

მხატვრულ-შემოქმედებითი თვალსაზრისით გემოვნებით გაფორმებული რეკლამა ბრენდის რეალიზაციისათვის მამოძრავებელი ძალაა.

როგორ „შევფუთოთ სიტყვიერად“ შთამბეჭდავი ფორმით ახალი ბრენდი? – ეს საკითხი მეტად საინტერესოდ გვესახება და ჩვენი სტატიაც სარეკლამო ტექსტის გამონათქვამთა შერჩევასა და ანალიზს ითვალისწინებს.

„სიტყვა“ შთაბეჭდილების გამომწვევი ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი საშუალებაა. გამორჩეულ ეფექტურ ზემოქმედებასაც სწორედ იგი ახდენს მომხმარებელზე. ეს უნდა ახსოვდეს სატელევიზიო რეკლამის შემქმნელს და ეცადოს – გააზრებულად გამოიყენოს ენის სიტყვიერი მარაგიდან სარეკლამო გამონათქვამებისათვის შესაფერისი ლექსიკური ერთეულები.

შეიძლება ითქვას, რომ რეკლამა – ეს არის სიტყვათა შეჯიბრი, პაექტრობა: რომელი აჯობებს, რომელი უფრო მოერგება მოცემულ შემთხვევას.

რეკლამის სპეციალისტმა უნდა იცოდეს, რომ „სიტყვის ძალა“ მხოლოდ იმაში კი არ მდგომარეობს, თუ რამდენად ბევრს იტყვი ამა თუ იმ სარეკლამო პროდუქციასთან დაკავშირებით, არამედ უფრო მნიშვნელოვანია – როგორ შეძლებ ლაკონურად და ყოვლისმომცველად წარმოაჩინო ბრენდის უპირატესობა. ყველაფერი კი „იდეას“ უკავშირდება. კარგად მოფიქრებული „იდეა“ და გემოვნებით „ფრთაშესხმული სიტყვები“ პროდუქტის დადებითი თვისებების წარმოსაჩენად უკვე ძალიან ბევრს ნიშნავს. აქედან მხოლოდ ერთი ნაბიჯია

ბრენდის წარმატებით რეალიზაციამდე.

სატელევიზიო რეკლამისათვის კარგად შერჩეული ტექსტი ფონად უნდა მიჰყებოდეს ვიზუალურ ეფექტს, რათა ახალი პროდუქციის მხარეები კარგად აღიქვას მომხმარებელმა. სიტყვიერმა ინფორმაციამ, უპირველეს ყოვლისა, უნდა დააინტერესოს და დააჯეროს მაყურებელი ბრენდის უპირატესობაში.

ჩვენი აზრით, სატელევიზიო რეკლამის პირველივე აბზაცში ყურადღება უნდა გამახვილდეს ბრენდის არაორდინარულობის შესახებ: რით გამოირჩევა ის თვავისი წინამორბედებისაგან და რა ახალი დამატებითი თვისება ახასიათებს მას.

განსაკუთრებით აღვნიშნავთ შემდეგს: ტექსტი ისე უნდა დაიწეროს და გაიმართოს სინტაქსურ-სტილისტიკური თვალ-საზრისით, რომ გასაგები და მისაწვდომი იყოს აბსოლუტურად ყველასათვის: არ არის საჭირო იშვიათი ლინგვისტიკური ხერხების ძიება – ნათქვამი უნდა გაიგოს ნებისმიერმა მომხმარებელმა.

ყურადღება უნდა მიექცეს იმასაც, რომ ამა თუ იმ ბრენდის სიტყვიერი რეკლამირებისას არ უნდა გამეორდეს კონკურენტთა სარეკლამო გამონათქვამებიდან არცერთი სიტყვა, მაგრამ, თუ კონკურენტების მიერ ყველა შესაძლო დადებითი „სიტყვიერი შეფუთვა“ ამოწურულია, ასეთ შემთხვევებში შეიძლება ითქვას ძალიან მოკლედ და ლაკონიურად, მაგ., ახალი კბილის პასტა..., ან კიდევ: კბილის პასტა **ახალი ეფექტით** და სხვა.

ვფიქრობთ, რომ სარეკლამო ტექსტი მოკლედ უნდა მოუთხრობდეს მომხმარებელს ბრენდის უპირატესობის შესახებ – რა არის მნიშვნელოვანი სიახლე და როგორ უნდა მოიხმაროს ის მყიდველმა.

ტექსტის შედგენისას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს იმასაც, რომ გათვალისწინებულ იქნეს, თუ ვისთვის არის გზავნილი განკუთვნილი. მაგალითად, თუ პროდუქცია ბავშვთა კვებას წარმოადგენს, უმჯობესია მივმართოთ დედებს:

დედებო, გახსოვდეთ...; **დედებო, ნუ დაგავიწყდებათ...;** **დედებო, ყურადღება მიაქციეთ...;** **დედებო, გაითვალისწინეთ...;** **დედე-**

ბო, მხოლოდ თქვენთვის და მრავალი სხვა.

ტექსტის შედგენის გარდა, ბუნებრივია, ხშირ შემთხვევაში საჭიროა სარეკლამო სათაურის წარმოდგენაც. ბრენდის სარეკლამო დასათაურებისას, უპირველეს ყოვლისა, უნდა გავითვალისწინოთ, თუ რა სახით მივაწოდოთ ახალი ინფორმაცია მომხმარებელს ამა თუ იმ საქონლის შესახებ. სიტყვიერი შეტყობინება აუცილებლად უნდა შეიცავდეს სიახლეს და იმავდროულად იყოს არაორდინარული.

ყველაფერი, რაც ახალია, ადამიანს ამხნევებს, აღუძრავს ინტერესს და ავსებს ხალისით. მაგალითად, საჭიროა სუფრის წითელი ღვინის რეკლამირება. ასეთ შემთხვევაში ყურადღება უნდა გამახვილდეს მის ფერზე, შედგენილობასა და ეფექტზე. შესაძლებელი სარეკლამო გამონათქვამები შეიძლება შემდეგნაირი იყოს:

ყურძნის კლერტისგან დამზადებული სუფრის წითელი ღვინო – ენერგია, ხალისი, სიცოცხლის ელექტრი;

ან კიდევ: ახალი ტექნოლოგიით დამზადებული სუფრის წითელი ღვინო – კახური ყურძნის მაგიური ძალა, სიჯანსაღე, შეუდარებელი გემო და სხვა.

ცნობილია, რომ ცქრიალა ღვინის დასამზადებლად მასალა უნდა გამომუშავდეს ამა თუ იმ რაიონის საუკეთესო ყურძნის ჯიშისგან. ასეთ შემთხვევებში ყურძნიდან სიტყბოს იღებენ მთელი მტევნების გამოწენებით. ეს მეტ-ნაკლებად უნდა აისახოს სარეკლამო წინადადებაში, მაგ:

თეთრი ცქრიალა ღვინო – ყურძნის სიტყბო; ან კიდევ: თეთრი შამპანური – საუკეთესო ყურძნის ჯიშის მაგიური ძალა; სხვა შემთხვევაში: თეთრი შამპანური – სიყვარულივით ტკბილი და დამათრობელი და ა. შ.

ვთქვათ, საჭიროა ბავშვთა კვების რომელიმე ახალი პროდუქტის რეკლამირება. ასეთ შემთხვევაში ყურადღება უნდა გამახვილდეს იმაზე, თუ რამდენად საჭიროა ბავშვის ორგანიზმისათვის ის შემადგენელი კომპონენტები, რომელთაგანაც დამზადებულია ახალი ბრენდი, მაგალითად, ფაფა, რომლის სახელწოდებაა „ბუბუ“:

ბუბუ – შვრიის ფქვილის საოცრება და კალციუმის ძალა ერთად – 6 თვიდან ყველა ბავშვისთვის საჭირო და სასარგებლო;

ან კიდევ: **ბუბუ** – წიწიბურას და ვაშლის მაგიური ძალა ერთად – გარანტირებული ჯანმრთელობა, ენერგია, მაღალი ჰემოგლობინი – 3 თვიდან ყველა ბავშვისათვის საჭირო და სასარგებლო;

სხვა შემთხვევაში: **ბუბუ** – ხორბლის ფქვილი და იოდოვანი კალიუმი ბანანის ეფექტით – ჯანმრთელობის ფორმულა – 5 თვიდან ყველა ბავშვისათვის საჭირო და სასარგებლო;

ან კიდევ: **ბუბუ** – მანანის ბურლული და 12 ვიტამინის ჯაჭოსნური ძალა ერთად – ჯანმრთელობა, ენერგია, ხალისი – 3 თვიდან ყველა ბავშვისთვის საჭირო და სასარგებლო და მრავალი სხვა.

რეკლამირებისას ხშირად მივმართავთ ხოლმე მე -2 პირის ფორმებს მრავლობით რიცხვში, მაგ.:

მხოლოდ ერთხელ გაუსინჯეთ გემო; მიირთვით და ისია-მოვნეთ; დატებით ახალი ნეტარებით; დატებით სიცოცხლის ნაირფეროვნებით; გალამაზდით და იყავით ყოველთვის ეფექტური; ამოიცანით ბუნების საიდუმლო; ჩაიცვით და იარეთ მთელი დღე; მოიხსენით დაღლილობა და გაიხანგრძლივეთ სიცოცხლე; მაქსიმალურად გამოიყენეთ თქვენი ენერგია და ა. შ.

ზოგჯერ აბსტრაქტული სახელები დამოუკიდებლადაც კარგად წარმოაჩენენ პროდუქციის თვისებებს, მაგ.: **სიცოცხლე** და ბედნიერება; **სურვილი** და **შესაძლებლობა**; **სიხალისე** და **ჯანმრთელობა**; **სილამაზე** და **სიყვარული** და სხვ.

ძალიან მოსახერხებელია აგრეთვე პირობითი დამოკიდებული წინადადებების გამოყენება, მაგ.: თუ გინდათ **სილამაზე** და ეფექტი..., თუ გინდათ **ჯანმრთელობა** და ენერგია..., თუ დაიღალეთ და დასვენება გჭირდებათ..., თუ გინდათ, კვლავ დაუბრუნდეთ **ახალგაზრდობას** და ა. შ.

სემანტიკურად მსგავსი სიტყვებით უმდიდრესი ქართული ენის ლექსიკიდან საბრენდო რეკლამირებისათვის უნდა შევარ-

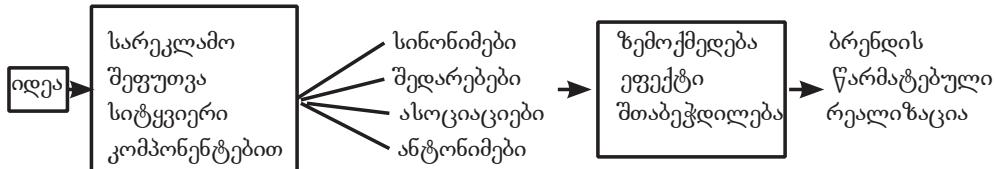
ჩიოთ იმ ტიპის **სინონიმები**, რომლებიც ყველაზე ეფექტურად გამოხატავენ სარეალიზაციო პროდუქციის დაღებით მხარეებს, მაგალითად: 1. ლამაზი, მშვენიერი, მოხდენილი, უნაკლო, შთა-მბეჭდავი, ეფექტური, მიმზიდველი, მომზიბლავი; 2. გამო-რჩეული, იშვიათი, განსაკუთრებული, ორიგინალური, თავისებური, არაორდინარული; 3. ნაირგვარი, ნაირფეროვანი, მრავალმხრივი, მრავალფეროვანი, სხვადასხვაგვარი, სხვადასხვანაირი; 4. ყოვ-ლისმომცველი, ამომწურავი; 5. გასაოცარი, განმაცვითრებელი, საკვირველი; 6. მაგიური, ჯადოსნური, მომაჯადოებელი; 7. ჯანმრთელობა, სიჯანსაღე; 8. სიყვარული, ტრფობა, ლტოლ-ვა; 9. სტაბილურობა, საიმედოობა, გარანტია; 10. ყოველთვის სასურველი, ყოველთვის საოცნებო, ყოველთვის მისაღები; 11. შეუდარებელი, განუმეორებელი, ერთადერთი...

ვფიქრობთ, სიტყვიერი რეკლამირების ერთ-ერთი ეფექტური სახეობაა შედარების მხატვრული ხერხი, რომლის საშუალებითაც სათქმელს უფრო მეტი ემოცია და დამაჯერებლობა ენიჭება, მაგალითად: 1. მზესავით ნათელი; 2. მზესავით თბილი; 3. ზღვასავით იდუმალი და მიმზიდველი; 4. წყაროსავით გრილი; 5. შაქარივით ტკბილი; 6. სიყვარულივით შემპარავი; 7. სიყვარულივით თავბრუდამშვევი და სხვ.

სარეკლამო გამონათქვამებად შეიძლება გამოვიყენოთ აგრეთვე ერთმანეთთან ასოციაციურად დაკავშირებული სიტყვები, რომლებიც აძლიერებენ გამოსახატავი აზრის მნიშვნელობას: 1. ეფექტი – წარმატება – აღიარება; 2. უპრეტენზიო – სადა – ყველასათვის მისაღები; 3. ენერგია – სიცოცხლის სურვილი – ბედნიერება; 4. ახალგაზრდობა – ძალა – სიყვარული; 5. განახლებული – არნახული – დახვეწილი; 6. ამოუცნობი – საინტერესო – დაუკიდებელი და ა. შ.

ზოგი პროდუქციისათვის კი ანტონიმური წყვილები უფრო მისაღებია, მაგ.: 1. ყველა მოიხმარს – მაღალიც და დაბალიც, მსუქანიც და გამხდარიც; 2. ყოველთვის სასურველი – დარშიც და ავდარშიც; 3. ზამთარ-ზაფხულ სანატრელი; 4. დატკბით დილითაც და საღამოსაც და მრავალი სხვა.

ზემოთქმული სქემატურად შემდეგ სახეს მიიღებს:



როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, სარეკლამო სიტყვიერი ინფორმაციისათვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს: 1. ტექსტის სემანტიკას (რომელშიც მეტ-ნაკლებად უნდა იყოს არგუმენტირებული სარეალიზაციო პროდუქტის დადებითი მხარეები); 2. ამ სემანტიკის ფორმობრივ გამოსახულებას (მაშასადამე, შინაარსის მხატვრულად, ბრენდისათვის მორგებულად წარმოდგენას); 3. მყიდველის დარწმუნებას (რომ მისთვის სწორედ ეს პროდუქტიაა საჭირო); 4. აქტუალურობას (რამდენად სასურველია ბრენდი საზოგადოებისათვის და ზოგადად როგორია მოთხოვნილება მოცემული სახის პროდუქტიაზე); 5. ყველასათვის მისაწვდომობას – როგორც გაგებინების, ისე ღირებულების თვალსაზრისით. მიმაჩნია, რომ მეზუთე პუნქტი რეკლამის შემქმნელმა შეძლებისდაგვარად უნდა გაითვალისწინოს ყველა სახის ინფორმაციის მიწოდებისას, რადგანაც, თუ მყიდველი ვერ გაიგებს – რას ეუბნებიან, ვერ იყიდის და პროდუქტის რეალიზაციის ხარისხიც მომენტალურად დაუცემა.

როგორც ზემოთ ითქვა, დიდი ძალა აქვს სიტყვას. მას ძალუძს ადამიანის გახარებაც, გაბედნიერებაც, ბრენდის ყიდვის სურვილის გამოწვევაც. ნუ დაგავიწყდებათ, რომ „გველსა ხვრელით ამოიყვანს ენა ტკბილად მოუბარი“ (რუსთაველი). სიყვარულით მიწოდებული ინფორმაცია ყველაზე დიდი რეკლამაა. ეს კარგად უნდა იცოდეს როგორც ბრენდის იდეის ავტორმა, ისე რეკლამის შემქმნელმა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ლ. დიუპონი, „რეკლამა – 1001 რჩევა“, მინსკი, 2008.
- ლ. ოგილვი, „სარეკლამო ეზოს საიდუმლოებანი“, www.koob.ru
- ს. ტივარი, „რეკლამის ჯანსაღი აზრი“, სანკტ-პეტერბურგი, 2003.
- კ. ხოპკინსი, „ჩემი ცხოვრება რეკლამაშია“, გამომცემლობა „ეკსმო“ 2008.
- ლ. ხრომოვი, „სარეკლამო შემოქმედება“, www.koob.ru

ნაირა ღვედაშვილი,

**საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ასოცირებული პროფესორი**

საინფორმაციო უზრუნველყოფა და ინოვაციების სტატისტიკა

მენეჯმენტის სისტემის საინფორმაციო უზრუნველყოფა – ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი უზრუნველმყოფი ფუნქციაა, რომლის ხარისხიც წარმოადგენს მისაღები გადაწყვეტილების დასაბუთებულობისა და სისტემის ფუნქციონირების ეფექტურობის განმსაზღვრელ ფაქტორს. დინამიკაში საინფორმაციო უზრუნველყოფა როგორც პროცესი შედის კომუნიკაციის ცნებაში.

კომუნიკაცია – ეს არის ინფორმაციის გაცვლა, რომლის საფუძველზეც ხელმძღვანელობა ღებულობს ეფექტური გადაწყვეტილებების მიღებისთვის აუცილებელ ინფორმაციას და მიაქვს მიღებული გადაწყვეტილებები ფირმის მუშაკებამდე. კომუნიკაცია – ეს არის რთული პროცესი, რომელიც შედგება ურთიერთდაკავშირებული ნაბიჯებისგან. თითოეული ამ ნაბიჯებისგან ძალზედ საჭიროა იმისთვის, რათა გახადოს ჩვენი აზრები გასაგები სხვა პირისთვის. თითოეული ნაბიჯი – ეს არის პუნქტი, რომელშიც, თუკი ჩვენ ვიქნებით დაუდევრები და არ ვიფიქრებთ იმაზე, თუ რას ვაკეთებთ, აზრი შესაძლოა დაკარგულ იქნას.

გამოკვლევებით დადგენილია, რომ ხელმძღვანელები (მენეჯერები) თავიანთი სამუშაო დროის 50-90%-ს ხარჯავენ კომუნიკაციაზე. მიუხედავად, იმისა, რომ კომუნიკაცია ვებერთელა როლს ასრულებს ორგანიზაციის წარმატებით მუშაობაში, მენეჯერთა დიდ უმრავლესობას ის მიაჩნია მთავარ დაბრკოლებად ეფექტიანობის მიღწევის გზაზე. გამოკვლევებმა უჩვენა, რომ ასეთი შეხედულება აქვთ ამერიკელი მენეჯერების 73%-ს, ინგლისელი მენეჯერების 63%-ს და იაპონელი

მენეჯერების 85%-ს.¹ ამგვარი შეხედულების საფუძველია ის ფაქტი, რომ ორგანიზაციაში პრობლემათა წარმოქმნის მთავარი მიზეზია სწორედ არარაციონალური კომუნიკაცია.

საინფორმაციო ძალაუფლება დაფუძნებულია იმაზე, რომ საინფორმაციო ნაკადების კოორდინაცია და კომუნიკაციური ქსელის კონტროლი საშუალებას აძლევს ადამიანს და ადამიანთა ჯგუფს ზეგავლენა იქონიოს სხვებზე. ხელმძღვანელი ამით არის დაკავებული, რათა მოახდინოს თავისი როლის რეალიზება პირთა შორის ურთიერთობებში, საინფორმაციო გაცვლასა და მართვის ფუნქციებში გადაწყვეტილებათა მიღების პროცესში. ინფორმაციის გაცვლა წარმოადგენს ერთ-ერთ ყველაზე უფრო რთულ პრობლემას იერარქიის ნებისმიერ დონეზე.

ინფორმაციის გაცვლის პროცესში შეიძლება გამოვყოთ ოთხი საბაზო ელემენტი:

1. გამგზავნი – პირი, რომელიც ახდენს იდეის გენერირებას, ან კრებს ინფორმაციას და გადასცემს მას.
2. შეტყობინება – საკუთრივ ინფორმაცია, კოდირებული სიმბოლოების დახმარებით.
3. არხი – ინფორმაციის გადაცემის საშუალება.
4. მიმღები – პირი, რომლისთვისაც განკუთვნილია ინფორმაცია და რომელიც ახდენს მის ინტერპრეტირებას.

ინფორმაციის გაცვლისას გამგზავნი და მიმღები გადიან რამდენიმე ურთიერთდაკავშირებულ ეტაპს. მათი ამოცანაა – შეადგინონ შეტყობინება და გამოიყენონ არხი მისი გადაცემისთვის ისეთნაირად, რომ ორივე მხარემ გაიგოს და გაიზიაროს საწყისი იდეა. ეს ძნელია, ვინაიდან თითოეული ეტაპი წარმოადგენს იმავდროულად წერტილს, რომელშიც აზრი შესაძლოა დამახინჯებულ იქნას ან სრულიად დაიკარგოს. აღნიშნული ურთიერთდაკავშირებული ეტაპები შემდეგია:

1. იდეის დაბადება.
2. კოდირება და არხის არჩევა.
3. გადაცემა.
4. დეკოდირება.

¹ გ. შუბლაძე, ბ. მღებრიშვილი, ფ. წოწეკოლაური.., მენეჯმენტის საფუძვლები.” თბ. 2008. გვ.81.

შეიძლება	გამოვყოთ	ინფორმაციის	შემდეგი
კლასიფიკაცია:			
1)	ობიექტის მიხედვით — საქონლის ხარისხის მაჩვენებლებიმისი რესურსტევადობაზრის ინფორმაციულურის, წარმოების საორგანიზაციო-ტექნიკური დონის, კოლექტივის სოციალური განვითარების, გარემოს დაცვის პარამეტრები და სხვა;		
2)	მენეჯმენტის სისტემის ქვესისტემისადმი კუთვნილების მიხედვით — ინფორმაცია მიზნობრივი ქვესისტემის მიხედვით, სისტემის სამეცნიერო თანხლების მიხედვით, სისტემის გარემოს მიხედვით, უზრუნველყოფი, მართვდი და მმართველი ქვესისტემების მიხედვით;		
3)	გადაცემის ფორმის მიხედვით — ვერბალური (სიტყვიერი) და არავერბალური ინფორმაცია;		
4)	დროში ცვალებადობის მიხედვით — პირობითად-მუდმივი და პირობითად-ცვალებადი (არახანგრძლივი);		
5)	გადაცემის ხერხის მიხედვით — სათანამგზავრო, ელექტრონული, სატელეფონო, წერილობითი და სხვა;		
6)	გადაცემის რეჟიმის მიხედვით — არარეგლამენტირებულ ვადებში, შეკითხვის მიხედვით და იძულებითად განსაზღვრულ ვადებში;		
7)	დანიშნულების მიხედვით — ეპონომიკური, ტექნიკური, სოციალური, საორგანიზაციო და სხვა;		
8)	ობიექტის სასიცოცხლო ციკლის სტადიების მიხედვით — სტრატეგიული მარკეტინგის სტადიის მიხედვით, სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების სტადიის მიხედვით, წარმოების საორგანიზაციო-ტექნოლოგიური მომზადების სტადიის მიხედვით და ა. შ.;		
9)	მართვის ობიექტის სუბიექტისადმი მიმართების მიხედვით — ფირმასა და გარემოს შორის, ფირმის შიგნით ვერტიკალისა და ჰორიზონტალის გაყოლებაზე ქვედანაყოფებს შორის, ხელმძღვანელსა და შემსრულებლებს შორის, არაფორმალური კომუნიკაციები.		
ინფორმაციის კლასიფიკაციის იდეა გამოიყენება მისი			

კოდირებისას.

**რაც შეეხება ძირითად მოთხოვნებს ინფორმაციის
ხარისხისადმი შემდეგია:**

- თავისდროულობა;
- უტყუარობა (განსაზღვრული ალბათობით);
- საკმარისობა;
- საიმედოობა (რისკის განსაზღვრული ხარისხით);
- ინფორმაციის სისტემის კომპლექსურობა (საქონლის ხარისხისა და რესურსტევადობის მიხედვით, პირობების მიხედვით, ფირმისა და კონკურენტების საქონელთა სასიცოცხლო ციკლის სტადიების მიხედვით და ა. შ.);
- მისამართებიანობა;
- ინფორმაციის სამართლებრივი კორექტულობა;
- გამოყენების მრავალჯერადობა;
- შეკრების, დამუშავებისა და გადაცემის მაღალი ხარისხი;
- კოდირების შესაძლებლობა;
- ინფორმაციის აქტუალურობა.

**საერთაშორისო სტანდარტები მეცნიერებისა და
ინოვაციების სტატისტიკაში საკმაოდ მნიშვნელოვანია.** იგი წამყვანი საერთაშორისო ორგანიზაციების რეკომენდაციათა კომპლექსია მეცნიერებისა და ინოვაციათა სტატისტიკის სფეროში, რომლებიც უზრუნველყოფენ მათი სისტემური აღწერის მეთოდოლოგიას საბაზრო ეკონომიკის პირობებში და აღიარებული არიან საერთაშორისო სტატისტიკაში სტანდარტების სახით. მეცნიერების სტატისტიკის სტანდარტიზაციისა და მაჩვენებელთა აღრიცხვის პრაქტიკაში ეროვნული განსხვავებების ლიკვიდაციის აუცილებლობა თავდაპირველად წარმოიქმნა მრეწველობრივად განვითარებული ქვეყნების მსოფლიო მეურნეობის ინტეგრაციის, ეკონომიკური და სამეცნიერო-ტექნიკური თანამშრომლობის განვითარების პროცესში. სამეცნიერო კვლევებსა და შემუშავებებზე მათ მიერ გამოყოფილი რესურსების სწრაფმა ზრდამ მოითხოვა სამუშაოების გაშლა შესაბამისი ინფორმაციის შეკრებასა და

ანალიზში.

ინოვაციების დანერგვის აუცილებლობას სტიმულს აძლევს კონკურენტული ბრძოლა და ბაზრის მთელი რიგი სხვა მოთხოვნები. მათი გამოყენების მნიშვნელობა განპირობებულია, აგრეთვე, დემოგრაფიული, ეკონომიკური და სოციალური ხასიათის ცვლილებებით, მომხმარებელთა ცვალებადი მოთხოვნით, ცვლილებებით თანამედროვე ადამიანის ფსიქოლოგიაში და სხვ.

ინოვაციური პროგრამების შემუშავებისასა შეიძლება გამოყენებულ იქნეს პირველი რიგის ინოვაციის შერჩევის შემდეგი პრინციპები:

- მნიშვნელობის პრინციპი;
- ვაკუუმის შევსების პრინციპი;
- მაჩვენებლის მოხსნის პრინციპი;
- კაპიტალდაბანდებათა მინიმუმის პრინციპი;
- ეკოლოგიურობის პრინციპი.

მეცნიერებისა და ინოვაციათა სტატისტიკაში ანალი საერთაშორისო სტანდარტების შექმნასა და უკვე არსებულების დაზუსტებაში აქტიურ როლს თამაშობს ევროსტატი – ევროკავშირის სტატისტიკური სამსახური. 1969 წ. ევროსტატის მიერ შემუშავებულ იქნა პირველი რედაქცია ნომენკლატურისა სამეცნიერო ბიუჯეტებისა და პროგრამების ანალიზისა და შეთანადებისთვის (დღესდღეობით მოქმედებს 1992 წ. რედაქცია), რომელიც წარმოადგენს საფუძველს მონაცემების შეკრებისთვის საბიუჯეტო ასიგნებების შესახებ სამეცნიერო კვლევებსა და შემუშავებაზე სოციალურ-ეკონომიკური მიზნებით ევროკავშირის წევრ ქვეყნებში, მათი განზოგადებისა და ყოველწლიური მოხსენებების მომზადებისთვის მეცნიერების სახელმწიფო დაფინანსების თაობაზე ევროკავშირში.

კლასიფიკაცია ასახავს გლობალურ ამოცანებს, რომელთა გადასაწყვეტადაც გამოიყოფა სახელმწიფო ასიგნებანი საეცნიერო-კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებზე; იგი განიცდის ცვლილებებს ევროკავშირის წევრი

ქვეყნების სახელმწიფო სამეცნიერო-ტექნიკური პოლიტიკის მიზნების ტრანსფორმაციის მიხედვით. ევროსტატის მიერ მომზადებულია აგრეთვე სახელმძღვანელოს პროექტი მეცნიერებისა და ინოვაციათა სტატისტიკის რეგიონულ ასპექტებში.

იუნესკოს სტატისტიკის განყოფილება ახორციელებს სტატისტიკური მონაცემების სისტემატიურ შეკრებას, ანალიზსა და გამოქვეყნებას მეცნიერებისა და ტექნიკის შესახებ.

რეფორმირების ეს ზოგადი მართულებები მდგომარეობს შემდეგში:

- სტატისტიკური მაჩვენებლების, ანგარიშების ფორმათა და აუცილებელი მონაცემების მიღების სხვა წყაროებისა და მეთოდების განვითარების კომპლექსური და შეთანხმებული გადახედვის ჩატარების მიმართულებათა და ეტაპების დასაბუთება;
- სტატისტიკური ინფორმაციის ჩამოყალიბების თავისდროულობის, სისრულისა და სახელმწიფო ორგანოებისა და საერთაშორისო ორგანიზაციებისთვის წარდგენის ოპერატიულობის უზრუნველყოფა დაკვირვების პროგრესული მეთოდებისა და მონაცემების შეკრების, გადაცემისა და დამუშავების თანამედროვე საინფორმაციო-ტექნოლოგიურ საშუალებათა დანერგვის გზით;
- ანალიტიკურობის ამაღლება და ინფორმაციის ხარისხის გაუმჯობესება შემუშავებადი საანგარიშო მაჩვენებლების წრის გაფართოების, გარეთა საინფორმაციო სისტემებთან ურთიერთმოქმედების ხარჯზე;
- სხვადასხვა დონეზე მომხმარებელთა ყველა კატეგორიის ეფექტური უზრუნველყოფა სტატისტიკური ინფორმაციით მონაცემთა ხელმისაწვდომობისა და მათი დაცვის შესამებისას;
- რეგიონული დონის როლის ამაღლება სტატისტიკის რეფორმირების მსვლელობისას.

სტატისტიკურ მაჩვენებელთა სისტემა, რომლებიც ახასიათებენ სამრეწველო საწარმოების საინოვაციო საქმიანობას

**(ძირითადი მაჩვენებლები), იგება შემდეგი განყოფილებების
მიხედვით:**

1. საწარმოების საინოვაციო აქტიურობა.
2. ინფორმაციის წყაროები ინოვაციების შესახებ.
3. საინოვაციო საქმიანობის მიზნები.
4. ხარჯები ტექნოლოგიურ ინოვაციებზე.
5. კვლევები და შემუშავებები.
6. ერთობლივი პროექტების რაოდენობა კვლევებისა და შემუშავებების შესრულებაში.
7. ტექნოლოგიური გაცვლა.
8. პროდუქტის, პროცეს-ინოვაციების კონკურენტუნარიანების შენარჩუნებისა და გაზრდის მეთოდები.
9. საინოვაციო საქმიანობის შედეგები.
10. ფაქტორები, რომლებიც ხელს უშლის ინოვაციებს.

80-იანი წლების შუახანებში ევროპული ქვეყნების სპეციალისტებიმივიღნენდასკვნამდებიზნესისგანვითარებისთვის დახმარების ცენტრალიზაციის აუცილებლობის შესახებ არა მხოლოდ ცალკეული ქვეყნების ფარგლებში, არამედ მთლიანობაში ევროპის. მიუთითებდნენ, რომ შედარებით პატარა ფირმებს არ გააჩნიათ აუცილებელი ინფორმაცია, აქედან გამომდინარე არ შეუძლიათ აკონტროლებდნენ ბაზრის ცვლილებებს. ევროპული საინფორმაციო ცენტრების წინაშე სვამდნენ ამოცანას რომ დახმარებოდნენ მცირე და საშუალო ფირმებს მიეღოთ მაქსიმუმი უპირატესობებისა საერთო ბაზრიდან. შეიქმნა ევროპული საინფორმაციო ცენტრი (ეიც, ЕИЦ) და მისი განყოფილებებს ქსელი, რომელიც 1995 წ. მოიცავდა 21 ჯგუფს დიდ ბრიტანეთში და 210 ჯგუფს ევროპის სხვა ქვეყნებში, რომლებიც ერთმანეთთან შეერთებული იყვნენ ელექტრონული ქსელით. ეიც დაფინანსების 25%-ს ღებულობს ევროპული კავშირისგან, ხოლო მისი ფონდების 75%-ს შეადგენენ სხვა სპონსორების სახსრები და დამოუკიდებლად გამომუშავებული სახსრები.

უკანასკნელ წლებში ნებისმიერი საქმიანობის უზრუნველყოფის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ტექნიკურ

საშუალებად იქცა კომპლექსური სატრანსლაციო კომპიუტერული ელექტრონული საინფორმაციო ქსელი „ინტერნეტი“ (internet).

საერთაშორისო კომპიუტერული ქსელი იმდენად სწრაფად ვითარდება, რომ მისი მომხმარებლების და ინფორმაციული რესურსების რიცხვი პრაქტიკულად ორმაგდება.

თანამედროვე საზოგადოების ინფორმირებულობამ ისეთ დონეს მიაღწია, რომ უკვე ძნელიც კია წარმოვიდგინოთ ადამიანის საქმიანობის რომელიმე სფერო, სადაც სხვადასხვა ინტენსივობით არ გამოიყენებოდეს საინფორმაციო ტექნოლოგიები. ინტერნეტის ქსელი საშუალებას გვაძლევს გავზარდოთ კავშირის ოპერატიულობა და ხარისხი, შეამციროს კომუნიკაციის ხარჯები, გაიზარდოს გეოგრაფიული საზღვრები და მომხმარებელთა რაოდენობა. „ინტერნეტი“ ყალიბდება როგორც თვითორგანიზებადი სისტემა, ცენტრალიზებული მართვის გარეშე, განვითარების გეგმებისა და მისი შემადგენელი რგოლების სქემის გარეშე. „ინტერნეტი“ – კვლევითი პროცესის უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტია, ეს არის „მსოფლიო ობობას ქსელის“ გვერდები, რეკლამის, მარკეტინგის, საინფორმაციო უზრუნველყოფის, ოპერატიული მართვის ინსტრუმენტი. „ინტერნეტი“ – მომავლის ყველაზე უფრო იაფი და ტევადი საინფორმაციო ტექნოლოგიაა. დასავლეთში „ინტერნეტი“ ბინებში – ჩვეულებრივი სურათია, ხოლო ორგანიზაციებს კი მის გარეშე უკვე აღარ შეუძლიათ საქმეებისთვის თავის გართმევა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Р.А.Фатхудинов,Инновационный менеджмент, М.2000.
- б. ღვედაშვილი. „მენეჯმენტი სოციალურ-კულტურული სერვისისა და ტურიზმის სფეროში,“ თბ. 2009.
- გ. შუბლაძე, ბ. მღებრიშვილი, ფ. წოწკოლაური. „მენეჯმენტის საფუძვლები.“ თბ. 2008.

მალხაზ ლვინჯილია,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი,
კულტურული ტურიზმის მენეჯმენტის
მიმართულების ხელმძღვანელი, სრული პროფესორი

სასოფლო ტურიზმის ჩამოყალიბების სრულიადურ-ეკონომიკური ასაეჭადები ეპროგაში

(XX საუკუნის 50-იანი წლები)

სასოფლო ანუ სოფლის ტურიზმი, ევროპაში გასული საუკუნის 60-იან წლებში ჩამოყალიბდა. ამ პერიოდში ეკოლოგიის პრობლემა მრავალ ჰიპერურბანიზმებულ გარემოში შეიქმნა. მსხვილი ქალაქების მოსახლეობაში გაიზარდა მოთხოვნილება ველურ გარემოში, სუფთა ჰაერზე, ბუნებრივ სიმუდროვეში დასვენებასა და კვების ნატურალური პროდუქტების მიღებაზე. ტურიზმის აღნიშნულმა მიმართულებამ სწრაფი ტემპით დაიწყო აღმასვლა. თუ საწყის ეტაპზე მოცემული პროდუქტით მხოლოდ შიდა ტურისტების მოთხოვნების დაკმაყოფილებას უზრუნველყოფდა, შემდგომში საერთაშორისო ტურიზმის ნაკადებიც ჩაერთო პროცესში. აღნიშნული მიმართულების პიონერებად იქცნენ ავსტრია, იტალია, საფრანგეთი, ფინეთი, ლიტვა, პოლონეთი.

დასავლეთ ევროპაში სასოფლო ტურიზმზე ბუმი ტრიალებდა. ავსტრია, რომელიც ცნობილი იყო თავისი სამთო-სათხილამურო კურორტებით, აქტიურად დებდა ინვესტიციებს სასოფლო და ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებაში. შემდგომში ავსტრია ნამდვილ ტურისტულ მექად იქცა უცხოელი ტურისტებისათვის. ავსტრიის გაცნობის მსურველთა რაოდენობა მატულობდა. განსაკუთრებით ტურისტებს იზიდავდა ისტორიული ავსტრიული სოფელი მწვანეში ჩაფლული სახლითა და ქოხით, ასევე სამეურნეო

ინფრასტრუქტურით. სტუმრისათვის აქ წარმოდგენილი იყო კეთილმოწყობილი ოთახი, რომელშიც სასოფლო ყოფის შეგრძნების მსურველთათვის საძილე მატრასი თივით იყო გატენილი, ასევე ადგილობრივი ტრადიციული კერძები (საკუთარი ზელით დამზადებული, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებისაგან). ყოველივეს მომხიბვლელობას ანიჭებდა სოფლური ყოფის იდილიები: მამლის ყივილი, ქათმების კაკანი, ნამჯისა და ადუღებული რძის სურნელი. იმათვის, ვისაც არ უყვარს უსაქმოდ ჯდომა, შემოთავაზებული იყო სასოფლო საქმე, რომელიც თავად ტურპროგრამაში იყო გათვალისწინებული.

ტურიზმის აღნიშნული მიმართულება განსაკუთრებით პოპულარული გახდა ბავშვიანი ოჯახებისათვის. ქალაქში გაზრდილ ბავშვს, რომელიც ცხოველებს მხოლოდ ზოოპარკში ხედავდა, ასწავლიდნენ მათ მოვლას, ასევე ცხენზე ჯდომას. ხშირად ერთი კვირით მოსული ტურისტები თითქმის მთელი თვე რჩებოდნენ აღნიშნულ სოფელში.

ავსტრიაში სოფლის ტურიზმის განვითარებას განსაკუთრებით დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ, ვინაიდან ამჟამად მარტო ამ მიმართულებით შემოსავლებმა დაახლოებით ერთი მილიარდი ევრო მოუტანა ქვეყანას.

მართალია საფრანგეთი მოდის სამყაროს ცენტრია, მაგრამ აღსანიშნავია ტრადიციული ეკონომიკის მიმართულება აგრარული მეურნეობა. ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 60-ანების ბოლოს საფრანგეთში შეიქმნა „სასოფლო ადგილების ტურიზმის“ ასოციაცია, რომელიც კოორდინაციას უწევდა სასოფლო ტურიზმს ეროვნული მასშტაბით. 80-იანი წლების ბოლოს კი 8 მლნ ფრანგი (საერთო დამსვენებელთა 1/4) უპირატესობას ანიჭებდა სასოფლო დასახლებებში დასვენებას. 1987 წელს ამ თვალსაზრისით 9,2 მლნ ფრანგი და 5,2 მლნ უცხოელი (მ.შ. 27 % გერმანელი, 25 % ინგლისელი, 25 % ბელგიელი, 24 % პოლანდიელი და 9 % სხვა ეროვნების წარმომადგენელი) ისვენებდა.

სოფლის ტურიზმა მოიცვა საფრანგეთის ფაქტობრივად ყველა დეპარტამენტი (სასოფლო ადგილები საფრანგეთის

ტერიტორიის 80 % შეადგენს), თუმცა საერთო ტურიზმიდან მიღებულ შემოსავლებში მისმა წილმა სულ რაღაც 10 % შეადგინა. მიუხედავად ამისა, სასოფლო ტურიზმის განვითარებასთან ერთად სასოფლო დასახლებების სამეწარმეო აქტივობები გაიზარდა, კერძოდ კი გაიზარდა უძრავი ქონების ყიდვა-გაყიდვა.

საფრანგეთში სასოფლო ტურიზმის პრობლემები განიხილებოდა არა მარტო მთელი ქვეყნის მასშტაბით, არამედ ცალკეული რაიონების მიხედვითაც. ასე, მაგ., კრეზის დეპარტამენტში ზაფხულის პერიოდში შეიქმნა სოფლის მოსახლეობის დამატებითი დასაქმების შესაძლებლობები. ამ დეპარტამენტში დასვენების ყველაზე პოპულარულ ადგილებს წარმოადგენდა ბუნებრივი წყალსატევების ნაპირები. ადგილობრივი ხელისუფლება სტიმულირებას უწევდა მიმდებარე ზონებში მსუბუქი კოტეჯური ტიპის სახლების მშენებლობას. ასევე ხელოვნური პლაზების შექმნას, რომელშიაც ზაფხულში ორგანიზებას უკეთებდნენ დღესასწაულებს, მეთევზეთა შეჯიბრებებს, მრავალფეროვან ღონისძიებებს ბავშვებისათვის. სასოფლო დასახლებებში დამსვენებელთათვის საქმიანობის ძირითად სფეროს ქვეითი, საწყალოსნო და საცხენოსნო სეირნობები წარმოადგენდა.

სასოფლო ტურიზმმა სტიმული მისცა ტრადიციული საკურორტო ადგილების შემოგარენში ახალი ტურისტული მარშრუტების შექმნას. ასე, მაგ., ვანდეის სანაპიროზე ტურიზმის განვითარების განსაკუთრებულობას წარმოადგენდა ახალი მიმდებარე ტერიტორიების ჩართვა რეკრეაციულ მიმართულებებში, რამაც უზრუნველყო ამ რაიონებში ბუნებისა და კულტურის ძეგლების რეაბილიტაცია.

ტურისტები ბუნებრივია ისვენებენ კონკრეტულ დასახლებულ პუნქტებში, ამიტომაც სოფლის ტურიზმის განვითარებისთვისაც ცალკეული პროექტების შექმნა თითოეულ სოფლამდე იქნა დაყვანილი. ერთ-ერთ ასეთ სოფელში 1 100 ჰა. ფართობზე განთავსებულ იქნა გოლფის სამი მოედანი, სამი სასტუმრო, 1050 კერძო სახლი და ბალნეოლოგიური სანატორიუმი.

სოფლის ტურიზმის განსაკუთრებულობას ქმნიდა ის ფაქტი, რომ ტურისტები პრიორიტეტულად ირჩევდნენ ისეთ სასოფლო დასახლებებს, რომლებშიაც შენარჩუნებული იყო სიძველისა და თვითმყოფადობის ელემენტები.

საფრანგეთში სასოფლო ტურიზმის არსი მდგომარეობდა არსებულ დონეზე ტერიტორიის ათვისებულობის ხარისხის შენარჩუნებაში. მართალია შესაძლებელი იყო ხელისუფლებას უზრუნველყო პარიზში გაქცეული სამუშაოს მაძიებელი ყოფილი ფერმერების დაბრუნება, თუმცა მათ სხვა გზა აირჩიეს: შეუცვალეს სასოფლო დასახლებულ პუნქტებს ფუნქცია. ქვეყანას უკვე არ შეეძლო შენარჩუნებინა განსახლების მოცემული სისტემა, ამიტომაც ხელი შეუწყო სასოფლო ტურიზმის მიმართულების განვითარებას.

კვიპროსში ბუნებრივი ტურიზმი საკმაოდ პოპულარობით სარგებლობდა. კვიპროსის ტურისტული ორგანიზაციის კვლევების შედეგად გამოვლინდა შემდეგი, რომ სულ უფრო მეტი რაოდენობის მოსახლეობა უპირატესობას ანიჭებს ბუნებასთან მაქსიმალურად მიახლოებულ დასვენებას.

ტურისტულ ნაკადებში 60% სწორედ ბუნებაში დასვენებას ითხოვდა. პოპულარული გახდა ქვეითი გადაადგილების ბილიკები ტროოდოსის მთებსა და აკამასის ნახევარკუნძულზე.

ტურისტული ბაზრის სამომხმარებლო მოთხოვნილებების მარკეტოლოგიურმა კვლევამ ცხადყო, რომ აგროტურიზმის მიმართულება აქ საკმაოდ პოპულარული გახდებოდა. ამჟამად კვიპროსში არსებობს რამდენიმე ტურისტული სააგენტო, რომლებიც სპეციალიზებულია კვიპროსის სოფლებში ტურების რეალიზაციაზე, სადაც ტურისტებს სთავაზობენ „სოფლის ცხოვრების ნაჭერს“, აცნობენ რა კვიპროსის ეროვნულ სამზარეულოს და ადგილობრივ ტრადიციებსა და წეს- ჩვეულებებს.

კვიპროსის ტურისტული ორგანიზაციის მონაცემებით კვიპროსში სტუმრებს ელოდება 60 ტურისტული ობიექტი, განთავსებული კუნძულის 29 სოფელში, 500 ოთახით. გასულ წელს აგროტურიზმის მიმართულებით დაისვენა

9 180 ადამიანმა; მათ შორის 33,6 % გერმანელები, 21,3 % ბრიტანელები, 16,8 % დანიელები, 7,7 % ავსტრალიელები, 6,36 % ფრანგები, 4 % ლიბანელები, 3,6 % ბელგიელები, 1,6 % ებრაელები და 1,4 % სხვა ეროვნების წარმომადგენლები.

რაც შეეხება იტალიას, ის წარმოადგენს ლიდერს ევროპაში აგრარული ტურიზმის მიმართულებით, ვინაიდან 1999 წელს არსებულ 10 000 მეურნეობაში ამ ტიპის მომსახურებამ 350 მლნ აშშ დოლარის მოგება მოუტანა. თავდაპირველად იტალიის ხელისუფლება მიიჩნევდა, რომ ტურისტების განთავსება იქნებოდა არაპროფილური ფერმერებისათვის, თუმცა მცირე ინვესტიციების საფუძველზე გაამყარებდა მათ ფინანსურ-ეკონომიკურ მდგომარეობას. დღეს ტურისტულ პროდუქტზე არსებულმა მოთხოვნილების მაღალმა დონემ თვით აგროტურიზმის კონცეფცია შეცვალა, ვინაიდან ცალკეულ დასახლებულ პუნქტებში იგი უკვე ძირითად შემოსავლის წყაროდ გადაიქცა.

ძირითადად ტურიზმის ეს მიმართულება განვითარებულია ჩრდილოეთ და ცენტრალურ იტალიაში, ამასთან ლიდერებად გვევლინება ტოსკანა და ტრენტინო – სამხრეთ ტიროლი. სწორედ ამ ორ მხარეშია კონცენტრირებული მთელი ქვეყნის აგროტურისტული საწარმოების ნახევარზე მეტი და სწორედ ამიტომ ამ სფეროს ტურისტული ნაკადების ნახევარზე მეტი აღნიშნული მიმართულებით მიდის. ტოსკანა – ეს არის ფლორენციის, პიზის, სიენისა და მრავალი ნაკლებად ცნობილი, თუმცა განსაკუთრებით საინტერესო შუასაუკუნეების ქალაქები და მონასტრები. ტრენტინო – სამხრეთ ტიროლი ერთ-ერთი უმსხვილესი სამთო-სათხილამურო კურორტების მხარეა ევროპაში. ასე, რომ აგროტურიზმის წარმატებული განვითარება აქ შესაძლებელი გახდა, უპირველეს ყოვლისა უკვე დიდი ხნის განმავლობაში არსებული და კარგად განვითარებული ტურისტული ინფრასტრუქტურისა და ადგილების მაღალი „ცნობადობის“ გამო. ამ ორ ფაქტორს ემატება პეიზაჟების მრავალფეროვნება, ისტორიულ-კულტურული და ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობების სიუხვე,

კარგი ღვინოები და მაღალხარისხიანი ადგილობრივი სამზარეულო, რომლებიც განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს ამ „წარმატების ფორმულაში“. უნდა აღინიშნოს ასევე ისიც, რომ ამ სფეროში ტურისტების მიერ გამოყენებული სატრანსპორტო საშუალებაა პირადი ავტომობილი, ამიტომ ყველა რეგიონში სრულად არაა შესაძლებელი სასოფლო ტურიზმის ამ დონეზე განვითარება.

თუმცა არამარტო ამ ტიპის მომსახურებაზე მოთხოვნილების არსებობამ მისცა ბიძგი ევროპაში სოფლის ტურიზმის განვითარებას. დღეს იტალიის მაგალითზე ევროკავშირი ხედავს აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების სოფლის მეურნეობის გადარჩენის სამაშველო რგოლს.

ფინეთში, ჩრდილოეთ კარელიაში, სადაც მრავლადაა ტყეები ტბებით, გასული საუკუნის შუა პერიოდში დღის წესრიგში დადგა სოფლის ტურიზმის განვითარება. ამისათვის აღნიშნულ ლანდშაფტებში ჩაიდგა მცირე სიმძლავრის კოტეჯები (2-დან 8 ადგილამდე). სახლები აღჭურვილი იყო საფასურის შესაბამისად. ძირითადად ისინი შედგებოდა მისაღებისა და რამდენიმე საძინებლისაგან.

კოტეჯებში წარმოდგენილი იყო ცხელი და ცივი წყალმომარაგება, ელექტროგამათბობელი, მაცივარი, მიკროტალღური ღუმელი, ყავადანი. კოტეჯების უმრავლესობას ჰქონდა ბუხარი და საუნა. ტურისტებს ქირით სთავაზობენ ნავებს, თევზსაჭერ აღჭურვილობას, სათხილამურო მოწყობილობებს.

ყველაფერი ეს უზრუნველყოფდა საკმაოდ კომფორტულ პირობებში განმარტოებას, იმავდროულად ტბასა და ტყეში დასვენებას.

ტურიზმის ეს მიმართულება წარმოადგენს კარგად ორგანიზებულ ინდუსტრიას და მომსახურებას სთავაზობს, როგორც ფინელებს, ასევე უცხოელ ტურისტებს.

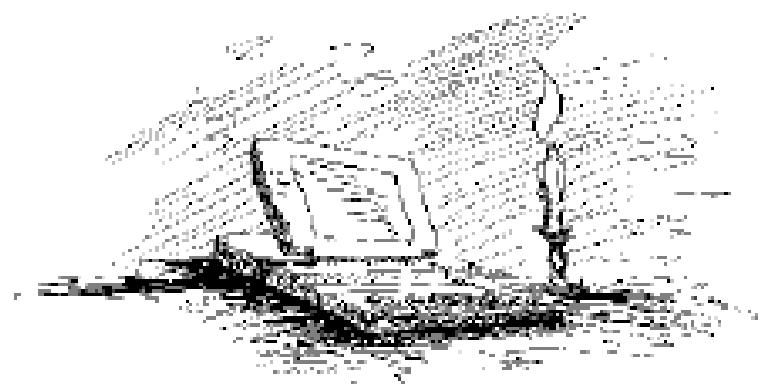
სასოფლო ტურიზმის განვითარება წარმოადგენს სასოფლო სამეურნეო წარმოებისათვის შიდა ინვესტიციების წყაროს სასოფლო ადგილებში. სასოფლო ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი დამატებითი წყაროა ძირითად საქმიანობასთან

მიმართებაში, თუმცა დროთა განმავლობაში შესაძლებელია
იგი ძირითადიც გახდეს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Грец О.П.Малый туристический бизнес в сельской местности: обоснование предпосылок . в книге Культура. народов Причерноморья. - 1999. - №10. - С.167-170 .
- Кузьменко Ю.Туризм: экологический, зеленый или сельский? киев.2009.
- www.ruraltourism.com.ua
- www.un-wto.org

თეატრმცოდნელია



დრამატული პოეზიის ბუნება

მძაფრი კონფლიქტის არსებობა და აუცილებლობა წარმოადგენს დრამის ბუნების ძირითად თავისებურებას, რომელიც არა მხოლოდ მოითხოვს ინტერესების შეჯახებას, არამედ მთლიანად განისაზღვრება დაპირისპირებული მხარეების ბრძოლით, რადგან მასში დგინდება პიესის იდეურ-მინარსობრივი ერთობა. კონფლიქტს წინ უსწრებს კოლი ზია, რომელიც ჰეგელის აზრით, „მოქმედების წინაპირობაა“, – ანუ, ის ადგილი დრამაში, როდესაც გმირი თავისუფალია არჩევანში და ჯერ არ მიუღია საბოლოო გადაწყვეტილება – შევიდეს თუ არა კონფლიქტში. ასეთი ადგილი კარგად ჩანს „პამლეტის“ მაგალითზე: ვგულისხმობთ ტრაგედიის გმირის შეხვედრას მამის აჩრდილთან, სადაც ჯერ კიდევ რჩება თეორიული შესაძლებლობა ნაწარმოების სხვაგვარად გაგრძელებისა.

ეს არის კოლიზიის „ვიწრო“ გაგება, რომელიც არ ეხება უფრო ფართო და მნიშვნელოვან ეტაპებს დრამატული კონფლიქტის მომზადების თვალსაზრისით. კოლიზიების სხვაგვარ დეფინიციას და განსაზღვრას გვთავაზობს იგივე ჰეგელი, როდესაც გვიხატავს სურათს, რომელშიც კარგად ჩანს კონფლიქტის ნიადაგის შექმნის გადაწყვეტი მიზეზ-შედეგობრივი ფაქტორები.

პირველია – კოლიზიები დაკავშირებული გმირის ფიზიკურ მდგომარეობასთან: ავადმყოფობასთან, ეპიდემიებთან, სისუსტესთან, თუნდაც დროებით ამნეზიასთან და ა. შ. მართალია, ჰეგელი არ ურჩევს ხელოვანებს ასეთი ხასიათის კოლიზიებით გატაცებას, რადგან არ თვლის, რომ მათ საფუძველზე შეიძლება ჭეშმარიტი ხელოვნების ნიმუში წარმოიშვას. მაგრამ ჩვენ ხომ ვიცით – ხელოვნებაში, ლიტერატურაში და დრამაშიც ასეთი მაგალითები ნამდვილად მოიძებნება და ამ შემთხვევაში ჰეგელს შეიძლება ბოლომდე არ ვენდოთ. გავიხსენოთ თუნდაც,

თ. მანის „ჯადოსნური მთა“, ალ. დიუმას „ქალი კამელიებით“, ა. კამიუს „ჭირი“, ე. რემარკის „სამი მეგობარი“... ეს სია შეიძლება უსასრულოდ გაგრძელდეს.

კოლიზიების მეორე ტიპს წარმოადგენენ ისეთი კოლიზიები, რომლებიც გმირის ბუნებრივ თვისებებთან არიან კავშირში – ოტელო მავრია, ხოლო დანარჩენი პერსონაჟები არა; შეილოკი – ებრაელია, სხვები კი არა. აქ ასევე შედის უამრავი კოლიზია, რომელიც უკავშირდება არათანასწორ სოციალურ მდგომარეობას, კლასების და ფენების დაპირისპირებას და ა.შ. ჰეგელი სამართლიანად თვლის, რომ ზუსტად ასეთი კოლიზიების ნიადაგზე შეიძლება უდიდესი სოციალური ხასიათის კონფლიქტები წარმოიშვა და ძალების შეჯახების ფართო მნიშვნელობის სურათი მივიღოთ.

კოლიზიების მესამე ტიპს წარმოადგენენ ვნებასთან დაკავშირებული კოლიზიები. თუ დავფიქრდებით მაგალითებზე, შესაძლოა ვაღიაროთ, რომ ოტელო ორ კოლიზიას ითავსებს – იგი მავრია და ამავე დროს ეჭვიანიც.

კოლიზიის გადაზრდა კონფლიქტში შეუძლებელია პერიპეტიის გარეშე, რადგან დრამის მთავარი გმირის ცხოვრებაში უნდა მოხდეს მდგომარეობის ისეთი რადიკალური ცვლილება, რომ მან შეძლოს დაუპირისპირდეს სხვა ძალებს, ანდა, თუნდაც მთელ სამყაროს. თუმცა, სანამ ეს მოხდება, დრამამ უნდა გაიაროს გარკვეული გზა, რომელიც მოწმობს მოქმედების დაძაბვაზე, მის განვითარებაზე

ა ღ მ ა ვ ა ლ ი ხ ა ზ ი თ – აქ დრამის თეორიაში გამონაკლისი არ მოიძებნება. კონფლიქტის მომწიფება რთული და მრავალმხრივი პროცესია, რომლის დროს დრამატურგი თანმიმდევრულად ძაბავს სიტუაციას, გარემო ატმოსფეროს, აახლოებს კვანძის შეკვრის მომენტს პერიპეტიის დადგომის დროსთან – რაც მკითხველს, ან მაყურებელს ანიშნებს დიდი ბრძოლის და წინააღმდეგობის გარდაუვალობას.

რასაკვირველია, ყველა დრამატული მწერალი ინდივიდუალურად და თავისებურად შლის მოქმედების განვითარების საერთო სურათს, მაგრამ იგი ვერ გაექცევა

დრამის თეორიის კანონზომიერებებს, რომლებიც მოქმედებენ ამ შემთხვევაში. გააზრებულად, თუ გაუაზრებლად, პიესის ავტორი, მაინც მიიყვანს კვანძის შეკვრას პერიპეტიამდე, თავის დრამას კი – კ უ ლ მ ი ნ ა ც ი ა მ დ ე და მიაღწევს დრამატული დაძაბულობის უმაღლეს წერტილს, საიდანაც გამოჩნდება არა მხოლოდ ძალების საერთო განლაგება, არამედ ის წინააღმდეგობრივი დრამატული სიტუაცია, რომლის აუცილებელი ელემენტია – კ ო ნ ფ ლ ი ქ ტ ი.

დიდი ხნის მანძილზე საბჭოთა ხელოვნებათმცოდნეობაში მიღებული იყო მცდარი შეხედულება თითქოს და დრამატული კონფლიქტი შეიძლება მხოლოდ **ს ო ც ი ა ლ უ რ ი** ხასიათის იყოს. ცნობილ თეორეტიკოსს და მეცნიერს ვლ. სახნოვსკი – პანკეევს ძალისხმევა დასჭირდა, რომ უარყოს ეს ცრუ დებულება და დაამტკიცოს, რომ სოციალური კონფლიქტის გარდა არსებობს აგრეთვე **ა ს ო ც ი ა ლ უ რ ი** (ანუ ანტისოციალური კონფლიქტი), რომლის გავრცელების სფერო ხელოვნებაში საკმაოდ ფართოა: „კონფლიქტის ყველა მამოძრავებელი საწყისები, წერს ვ. სახნოვსკი-პანკეევი, თავს იყრიან ადამიანში და მხოლოდ ადამიანში. მაგრამ ამის მიუხედავად დრამატული კონფლიქტი ყოველთვის არ არის სოციალური ხასიათის. ჩვენ არ შეგვიძლია ვუწოდოთ სოციალური მეტერლინკის „ბრძების“ ან იონესკოს „ქაჩალი მომღერლის“ კონფლიქტს. დრამას ყოველთვის არა აქვს კავშირი სოციალურ ურთიერთობებთან“.¹

ამიტომაც სრულიად უსაფუძვლოდ გამოიყურება ნებისმიერი მცდელობა სოციალური კონფლიქტის ცნების გადაქცევის უსაზღვრო და ერთადერთ რეალობად. ეს რაღაცით მოგვაგონებს „სოციალისტური რეალიზმის“ დოქტრინას, რომელსაც, ზოგჯერ ირონიულად უწოდებდნენ „რეალიზმს საზღვრების გარეშე“.

და მართლაც სოციალური (ანტისოციალური) კონფლიქტის გამოვლინების მაგალითები ხელოვნებაში მრავლად მოიძებნება: გვხვდება ისეთ ნაწარმოებებში, სადაც ადამიანი წარმოდგენილია,

¹ Сахновский-Панкеев Вл. Драма. Л., 1969, с.47

როგორც სუფთა ბიოლოგიური არსება, რომელიც ემორჩილება მხოლოდ ინსტიქტებს, ქვეცნობიერ შინაგან იმპულსებს და ამის შედეგად ცხოველს ემსგავსება. ადამიანის ასეთ სახეს ხშირად ვხვდებით ნატურალისტურ, მოდერნისტულ, სიურეალისტურ ლიტერატურულ თუ დრამატურგიულ თხზულებებში.

სიმბოლისტური მიმართულების ფარგლებშიც ჩვენ ისევ ასოციალური კონფლიქტის ტყველბაში ვრჩებით, რადგან სიმბოლისტები უარყოფნენ ადამიანის მოღვაწეობის სოციალურ სფეროს, მათ ნაწარმოებში რეალური ყოფის ასახვა მთლიანად გამოირიცხებოდა, პიესები კი აგებული იყო მუდმივი კოლიზიების და კონფლიქტების ნიადაგზე.

ძველ ბერძნულ თეატრში ასოციალური კონფლიქტის არსებობა სრულიად წარმოუდგენელი იყო – „ქოროს ხმა“ ტრაგედიაში ფაქტობრივად საზოგადოებრივი აზრის გამოხატვის ფუნქციას იღებდა თავის თავზე. მაგრამ უკვე რომაული პერიოდის ხელოვნებაში, ისეთ ჟანრში, როგორიცაა ფარსი, გვხდება გმირები, რომელებიც მხოლოდ ინსტინქტების დაკმაყოფილებაზე ფიქრობენ, – ე. ი. კონფლიქტიც აქ ასოციალური ხასიათისაა; ამ ეპოქაში კომედის გმირებიც კი ცხოვრობენ გამოგონილ სამყაროში, რომელშიც ერთადერთ რეალობას წარმოადგენს მხოლოდ სასიყვარულო ვნება.

საბოლოო ჯამში სოციალური კონფლიქტი ყოველთვის ასახავს ცხოვრებისეულ კონფლიქტს, რომელიც წარმოიშობა საზოგადოებრივი ურთიერთობების ნიადაგზე, ხოლო ასოციალური კონფლიქტი ამგვარ პრობლემატიკას საერთოდ გამორიცხავს. პრინციპული უარყოფა საზოგადოებრივი და სოციალური ცხოვრების გვეძლევა სიმბოლისტებთან, ვიაჩ. ივანოვის თეატრალურ კონცეფციაში („სობორნოე დეისტვო“); ს. ფშიბიშვესკის „აზალი დრამის“ კონცეფციაში, სადაც ყველაფერი ხდება მხოლოდ გმირის სულში და გმირს ამოძრავებენ ინსტინქტები და მისთვის სრულიად გაუგებარი „ბნელი ძალები“.

1902 წელს ა. სტრინდბერგი აქვეყნებს თავის პიესას „სიზმრების თამაში“, რომელშიც მოდერნისტული დრამის

კონცეფციას ეძლევა მნიშვნელოვანი გადააზრება. ამ დრამატულ ნაწარმოებში სახეზეა ხილვების და ოცნებების ნაკადი, რომელიც არანაირ ლოგიკას აღარ ექვემდებარება. დრამის წინასიტყვაობაში სტრინდბერგი წერს იმის შესახებ თუ რას ნიშნავს ეს ახალი კონცეფცია. კონკრეტულად – ადგილს და დროს არავითარი მნიშვნელობა არ გააჩნია. სინამდვილის მქრალ ფონზე წარმოსახვა გვიხატავს სულ ახალ და ახალ ნაქარგებს – ეს მოგონებების, განცდების, ოცნებების ნარევია, თავისუფალი ფანტაზიის და იმპროვიზაციის ნაყოფი.

ამგვარმა კონცეფციამ მოგვიანებით თავისი დასაბუთება ჰქოვა ფროიდის მოძღვრებაში და განვითარდა ფროიდისტული დრამის სახით. რა ბუნებისაა კონფლიქტი ასეთ დრამებში? როგორი მამოძრავებელი ძალები განაპირობენ მას? სანამ ამ შეკითხვებზე პასუხს გავცემდეთ მოვიყვანდი კიდევ ერთ მნიშვნელოვან მოსაზრებას, რომელიც გაგვიადვილებს საკითხის გააზრებას: „ყურადღება სექსუალური საწყისების მიმართ, მაშინაც, როდესაც იგი ნაკარნახევია ფროიდის ნაშრომების შესწავლით, არ ხდის ხელოვნების ნაწარმოებს უეჭველად ფროიდისტულს... დრამაში შეიძლება იყოს ძალიან ბევრი სექსი, მაგრამ მას ფროიდიზმთან არაფერი აკავშირებდეს. და, პირიქით, დრამა, რომელშიც სექსუალური მოტივები მეორე პლანზეა, შესაძლებელია ფროიდისტული იყოს, თუ მის საფუძველს შეადგენს კონფლიქტი ცნობიერის და ქვეცნობიერის შორის, როდესაც მისი გმირები სრულიად მოკლებული არიან ნებელობას და ემორჩილებიან ქვეცნობიერის ალოგიკურ იმპულსებს“¹.

მაშასადამე, ფროიდის მიერ ნებელობის უარყოფა თვით დრამის საფუძველს ეწინააღმდეგება, რომელსაც რჩება დრამატულის გამომზატველი მხოლოდ ერთი მხარე – კონფლიქტი – „ფიქრებში ჩავარდნილ“ ცნობიერისა და მმართველ ქვეცნობიერის შორის, რომელიც ადამიანს აღიქვამს როგორც ასოციალურ ბიოლოგიურ არსებას.

ფროიდიზმის გავლენა შეიგრძნობა ი. ო ნილის, ა. მილერის,

¹ Сахновский-Панкеев, Вл. Драма. Л., 1969, с.55-59.

ტ. უილიამსის, ე. ოლბის შემოქმედებაში, თუმცა თუ გვინდა დავასახელოთ ფროიდისტული დრამის კლასიკური ნიმუშები, მაშინ გვერდს ვერ აუვლით „ტრამვაი-სურვილს“ და „კატას გახურებულ თუნუქის სახურავზე“. ამ პიესებში გმირების გადაყვანა ზნეობრიობის საზღვრების გარეთ განპირობებულია მხოლოდ ერთი დრამატული კოლიზიის განმსაზღვრელი ძალით – ეს არის ფსიქო-სექსუალური ხასიათის კოლიზია, რომელიც ამომწურავად ხსნის ნაწარმოების ფორმა-შინაარსობრივ არსს.

დრამატული კონფლიქტის ერთ-ერთ თავისებურებას წარმოადგენს მისი გარეგნული და შინაგანი ხასიათი – მას შეუძლია აღნიშნოს გმირის კონფლიქტი საკუთარ თავთან და ამავე დროს შექმნას სოციალური თუ ზნეობრივი იდეაბის ბრძოლის შთამბეჭდავი სურათი. ამ კონტექსტში კარგი მაგალითია „ჰამლეტი“, რომელშიც კონფლიქტის ეს ორივე მხარე ნათლად იკითხება – თითქმის ყველა გმირს ემჩნევა შინაგანი წინააღმდეგობა საკუთარ თავთან, (თვით კლავდიუსის და ჰერტონუდას ჩათვლით) და ამავე დროს, ეს უდიდესი პროტესტია კლავდიუსის სამყაროს წინააღმდეგ. საპირისპირო მაგალითია დეზდემონას ხასიათი, რომელშიც არანაირი შინაგანი ღელვა სამწუხაროდ არ ჩანს.

კონფლიქტის ევოლუცია გრძელდება ავანგარდისტულ დრამაში (ანუ „აბსურდის“ ან პარადოქსის თეატრში) და სურეალიზმში. პირველ შემთხვევაში ჩვენ გვაქვს საქმე ასოციალური ხასიათის კონფლიქტთან. მაგრამ აქაც გამონაკლისი არსებობს: „ეს მოხდა იონესკოს დრამაში „მარტორქები“, რომლის გმირმა გადაწყვიტა შეეწინააღმდეგოს მარტორქად გადაქცევის პროცესს. შეიქმნა კონფლიქტი პიროვნების და საზოგადოების შორის, რომელიც გარდაიქმნა ბრძოლა“¹.

აბსურდის თეატრის სხვა ნაწარმოებში ასეთი ტიპის კონფლიქტი, სადაც გვეძლევა, მინიშნება მაინც, სოციალური მოტივის არსებობის შესახებ, არ მოიძებნება. ლაკი და პოცო ს. ბეკეტის „გოდოს მოლოდინში“ ასახავენ გარკვეულ

¹ Сахновский-Панкеев Вл. Драма. Л., 1969, с.60.

წინააღმდეგობას, მაგრამ მისი მოხსნა სრულიად შეუძლებელია, რადგან ლაკი სიკვდილამდე ათრევს ბარგს, ხოლო პოცო ბოლო დღემდე მათრახით სცემს მას.

თანამედროვე ხელოვნება საერთოდ ხდება სულ უფრო და უფრო – **ა ნ ტ ი ს ო ც ი ა ლ უ რ ი** – ეს მაგისტრალური ტენდენცია ნათლად ჩანს ისეთ მიმართულებებში, როგორიცაა ნატურალიზმი, სიმბოლიზმი, მოდერნიზმი, სურეალიზმი, პოსტმოდერნიზმი.

ასე რომ ასოციალური კონფლიქტის სფერო სულ უფრო ფართოვდება და მოიცავს თანამედროვე ხელოვნების მნიშვნელოვან სივრცეს. ხოლო სოციალური პრობლემატიკა და საზოგადოებრივი ინტერესები თანდათან კარგავენ მნიშვნელობას და თუ პოულობენ ასახვას – მხოლოდ პრიმიტიული ხასიათის სერიალებში, სადაც დამაჯერებლობის ხარისხი საკმაოდ დაბალია. უნდა ვთქვათ, რომ რეალიზმია, როგორც XIX ს. წამყვანმა მიმართულებამ XX და XXI სს. დაკარგა თავის პოზიციები. გამონაკლის ამ შემთხვევაში მარტო ბრეხტის „ეპიკური თეატრის“ პრინციპული სოციალური ტენდენციურობა წარმოადგენს.

სურეალიზმის მანიფესტში ანდრე ბრეტონი წერს: „მხოლოდ წარმოსახვაში შემიძლია წარმოვიდგინო ის, რაც შეიძლება მოხდეს და ეს საკმარისია, რომ ნაწილობრივ მაინც დავუჯერო წარმოსახვას და არ მეშინოდეს, რომ მოვტყუვდები.“

მოკალათდით რომელიმე კუთხეში, სადაც თქვენი აზრი შეძლებს ყურადღების კონცენტრირებას თავის თავზე. მოითხოვეთ მოგიტანონ საწერი მოწყობილობა. მოდუნდით და მოეშვით, როგორც შეგიძლიათ... დაივიწყეთ თქვენი გენიალობა და ნიჭი... უთხარით თქვენ თავს, რომ ლიტერატურა – ყველაზე სუვდიანი გზაა, რომელმაც, შესაძლებელია სადღაც მიგიყვანოს. დაიწყეთ ჩქარი წერა, ყოველგვარი წინასწარ დაგევმილი თემის გარეშე – წერეთ იმდენად ჩქარა, რომ ვერ დაიმახსოვროთ და არ გადაიკითხოთ ნაწერი“.¹

¹ Бретон А. Манифест сюрреализма. См. сб. Программные выступления мастеров литературы XX века. М., 1986, с. 41-59.

წარმოსახვის ამგვარი ფეტიშიზაცია, რასაკვირველია, მეტყველებს იმაზე, რომ ნებისმიერი კონფლიქტი სურეალისტურ ნაწარმოებში მთლიანად გამორიცხავს სოცილურ მოტივაციას.

თავის პროგრამულ წერილს ბრეტონი აგრძელებს შემდეგნაირად: „სურეალისტურ სახეებთან საქმე ისეთივეა, როგორც სახეებთან, რომლებსაც ქმნის ოპიუმის მომხმარებელი, რომლებსაც ადამიანი კი არ იძახებს, — არა — ისინი თვითონ მოდიან მასთან თვითნებურად და დესპოტურად“.¹

სიკვდილის თემა აახლოებს სურეალიზმს სიმბოლიზმთან და აბსურდის თეატრთანაც — „სურეალიზმი დაგეხმარებათ სიკვდილის წვდომაში, რომელიც საიდუმლო საზოგადოებას წარმოადგენს“, — ამბობს ბრეტონი. მაგრამ აქ სასურველია გავიხსენოთ აბსურდის თეატრის წარმომადგენლებიც (ბეკეტი, იონესკო), რომელთა გმირები არსებობენ სისოცხლისა და სიკვდილს ზღვარზე: მათ ისევე ეშინიათ ცხოვრების, როგორც სიკვდილის: ისინი სჩადიან უჩვეულო საქციელებს, ლაპარაკობენ დაუმთავრებელი ფრაზებით... ადამიანის ცხოვრება აბსურდულია, რადგან იგი მომაკვდავია.

თავის რადიკალურ პოზიციას ხელოვნების მიმართ სალვადორ დალი გამოხატავს პროგრამულ წერილში „სტანდარტის პოზია“, სადაც იგი ადიდებს ტექნიკური პროგრესის ჯადოსნურ მიღწევებს: „როგორ გვეძახის ეს სამყარო, — ჩავიძიროთ უცნობი საგნების ოკეანეში: ვერცხლისფერი მანქანის საბურავი... სიგარეტის გამაბრუებელი გემო, ტუჩის პომადის ფერის კოლოფებში... სანამ ფეხსაცმელი გვემსახურება — ჩვენ ვატარებთ მას. დაძველდება და სხვენზე ავაგდებთ. რატომ იგივეს არ ვითხოვთ ხელოვნებისაგან? თუ იგი დაძველდა — ავაგდოთ სხვენზე“.²

სინაძვილეში დრამატულის კონცეფცია ყველაზე პირდაპირ და უშუალო ფორმაში აისახება ხელოვნების ნაწარმოებში და,

¹ Бретон А. Манифест сюрреализма. См. сб. Программные выступления мастеров литературы XX века. М., 1986, с. 64.

² Дали С. Там же, с.250-251.

პირველ რიგში, ვლინდება კონფლიქტში, რადგან კონფლიქტებით სავსე სიტუაციები და ხასიათები ქმნიან დრამის ნიადაგს, განსაზღვრავენ მის არსს, მთელ ზნეობრივ მნიშვნელობას. ამიტომ დრამის ერთადერთ ჭეშმარიტ საგნად უნდა მივიჩნიოთ რეალური ცხოვრებისეული მოქმედება, რომელსაც თავისი სპეციფიკურობა ახასიათებს. იგი წარმოიშობა, როგორც პიროვნების, გმირის, ნების გამოხატვის შედეგი და თავის განხორციელების გზაზე წინ არაერთი დაბრკოლება ხვდება: სხვა გმირების საპასუხო მოქმედება იწვევს კონფლიქტურ დაპირისპირებას და ბრძოლას, რომლის გარეშე დრამის არსებობა შეუძლებელია.

ჰეგელი წერს: „სიტყვის ხელოვნების განსაკუთრებულ სახეობებს შორის დრამატული პოეზია აერთიანებს თავის თავში ეპონის ობიექტურობას ლირიკის სუბექტურობასთან... და ასახავს ჩაკეტილ მოქმედებას, [...] როგორც მოქმედებას რეალურს, რომელიც წარმოიშობა ხასიათის განვითარების სფეროდან, როგორც მოქმედება განსაზღვრული მიზნების სუბსტანციური ბუნებით, ინდივიდებით და კოლიზიებით“.¹

მოყვანილი განმარტება დრამის სახასიათო ნიშნებს გვიჩვენებს ერთობლიობაში, როგორც მათი დინამიკური და დიალექტიკური მთლიანობა, რაც გვაძლევს საშუალებას განვიხილოთ დრამა ნებისმიერი მიმდინარეობის და სტილის საზღვრებში. მით უფრო, რომ თანამედროვე თეატრის განვითარების მთავარი ტენდენცია გამოიკვეთება ხელოვნების და შემოქმედების მაქსიმალური თავისუფლების მიღწევაში. თეატრალური კონცეფცია, რომელიც განისაზღვრება უფრო გამომსახველობითი ფორმების ძიებით, ვიდრე ტრადიციების მიმართ ერთგულებით, პოზიტიური აღმოჩნდა როგორც რეალისტური, ასევე ანტირეალისტური ხელოვნებისათვის.

ე. ბენტლის მიხედვით „სიუჟეტი ეხმარება დრამატურგს კოლიზიების და შეჯახებების შექმნაში. დრამატურგი მოქმედებს ისე, როგორც ვთქვათ, გადარეული პოლიციელი, რომელიც იმის მაგივრად, რომ აარიდოს ქუჩაში მანქანები

¹ გეგელი. სიკვეტი. კონფლიქტის ბუნება. თ. 14, გ. 329.

ერთმანეთს, პირიქით – აჯახებს მათ. შეჯახება იწვევს მაყურებელში ცნობისმოყვარეობის ზრდას; შეჯახებების შესაბამისი განლაგებით შეიძლება მიღწეული იყოს დაძაბული მოლოდინის ეფექტი მაყურებელთა დარბაზში¹.

ეს მაგალითი სახუმარო და ორონიულ ფორმაშია მოცემული, მაგრამ მასში კარგად იკითხება კოლიზის და დრამატული კონფლიქტის როლი – ძირითადი დანიშნულება დრამისა და თეატრის ცხოვრებაში. მეტერლინკის სტატიკურ და უმოქმედო, უმოძრაო თეატრშიც კი, კოლიზია და დრამატული კონფლიქტი არ კარგავს თავის გადამწყვეტ როლს. აქ უბრალოდ მათი დანახვა ხდება სხვა ხერხების მეშვეობით, რომლებიც საერთო სტატიკურ ფონზეც – ადამიანის უძლურობის თემას ხსნიან მუდმივი, გადაულახავი კონფლიქტის ფონზე.

კონფლიქტის ბუნებას კარგად გრძნობდნენ რომანტიკოსები, პირველ რიგში კი, რომანტიზმის მანიფესტის ავტორი – ვიქტორ ჰიუგო, რომელმაც კონფლიქტის მნიშვნელობა აიყვანა წარმოუდგენელ სიმაღლეზე: „რა არის დრამა, თუ არა ყოველდღიური წინააღმდეგობა – ყოველწამიერი ბრძოლა ორ მოწინააღმდეგე საწყისს შორის, რომლებიც დაუსრულებლად ეკამათებიან ერთმანეთს – ადამიანის დაბადებიდან მის საფლავამდე“, – დიდებული აზრია, მით უფრო, თუ გავიხსენებთ ჰიუგოს პერსონაჟებს; კვაზიმოდოს, რომელიც ძალიან მახინჯია და იმავე დროს კეთილი. მიუხედავად ხელოვნების განვითარების საერთო სურათის არააღეკატური აღქმისა, ჰიუგომ, მაინც შეძლო დრამატული კონფლიქტის როლის გაზრდა ისეთ გრანდიოზულ მასშტაბში, რომ ყოველივე ეს იქცა ადამიანის ბუნების აღქმის საშუალებად: მაგალითისთვის გავიხსენოთ თუნდაც „კაცი რომელიც იცინის“. რომანტიზმის თემა – სახელმძღვანელოს მომავალი ნაწილის საგანია. ამჟამად, მისი ხსენება ხდება მხოლოდ დრამატული კონფლიქტის განხილვის ფარგლებში.

მაშასადამე, დრამატული კონფლიქტი თეატრალური ხელოვნების განუყრელი ნაწილია; ობიექტურად მოთხოვნადი

¹ Бентли Э. Жизнь драмы. М., 2004, с. 51.

და აუცილებელი ელემენტი, რომლის გარეშე არც ერთი ვიზუალური ხელოვნების სახეობა, სკოლა, სტილი თუ მიმართულება, ვერ განახორციელებს თავის მთავარ დანიშნულებას – ასახოს ადამიანის ცხოვრება, როგორც წინააღმდეგობებით აღსავსე გზა, რომლის გამოხატვაში მონაწილეობას ღებულობს ყველა არსებული ხერხი. სურათი, რომელიც გვეძლევა დრამაში, თეატრალურ წარმოდგენაში, კინემატოგრაფიულ ან სატელევიზიო ფილმში, აღბეჭდავს ამ გზის მნიშვნელოვან ეტაპებს დრამატული ელემენტების სრული შემადგენლობით – პერიპეტიებით, ამოცნობებით, კომპოზიციური თუ სტრუქტურული განლაგების საშუალებით და აგების სპეციფიკური პრინციპების დახმარებით.

დრამატული ელემენტების საერთო ჩამონათვალში კოლიზიას და კონფლიქტს უკავიათ გადამწყვეტი პოზიციები. მართალია, მათ გარეშეც შეიძლება შეიქმნას სასიყვარულო ლექსი, ნოველა ან იდილიური ხასიათის პასტორალური ჩანახატი, მაგრამ არა დრამა, რომლის მთავარი დანიშნულებაა – აღბეჭდოს ს ი ნ ა მ დ ვ ი ლ ი ს უ დ ი დ ე ს ი წ ი ნ ა ა ღ მ დ ე გ ო ბ ე ბ ი.

დრამატურგის ნიმუშში შესაძლოა ვიხილოთ რეალისტური ან ანტირეალისტური გარემო; სოციალური თუ ასოციალური ცხოვრების სურათი, ფაქტების პირდაპირი ან ირიბი ასახვა, ფანტასტიკური და უცნაური სურეალისტური გამომსახველობითი ხერხების საშუალებები, მაგრამ კოლიზია და კონფლიქტი ნებისმიერ შემთხვევაში დაიკავებენ მასში თავის შეუცვლელ ადგილს, რადგან მათ გარეშე ხელოვნება აირჩევს ს ი ც ა რ ი ე ლ ე ს.

ახალი თეატრები რუსთავსა და ახალციხეში (1967 წელი)

XX ს-ის 60-იანი წლების ქართულ თეატრში უმნიშვნელოვანესი მოვლენა იყო 1967 წელს, რუსთავსა და ახალციხეში ახალი თეატრების ჩამოყალიბება. რუსთავის თეატრი შეიქმნა მარჯანიშვილის თეატრში მომხდარი კონფლიქტის საფუძველზე, ხოლო მესხეთის თეატრი, საზოგადოებისათვის სრულიად უცნობმა ახალგაზრდა მსახიობთა ჯგუფმა შექმნა, რომელთაც სადიპლომო ნამუშევარი ახალციხეში დაიცვეს. სახელმწიფო კომისია ცნობილი მეცნიერის, ფსიქოლოგის რ. ნათაძის თავმჯდომარეობით, ახალციხეში ჩავიდა და აღვილზე მოხდა თეატრალური ინსტიტუტის კურსდამთავრებულთა მსახიობად კურთხევა.

რუსთავში, თეატრის პირველი სპექტაკლი იყო ედმონ როსტანის „სირანო დე ბერჟერაკი“, ახალციხეში ოთარ ჩხეიძის „თედორე“. ამ ორი სრულიად განსხვავებული პიესის თვით დადგმის ფაქტი, თეატრების პირველი განაცხადი, გარკვევით მიგვანიშნებდა სარეპერტუარო პოლიტიკის აქცენტებზე – 60-იან წლებში მომხდარ ცვლილებებზე, პიროვნების თავისუფლებისა და ეროვნულ-პატრიოტული იდეების გამოხატვის ტენდენციებზე.

1967 წლის იანვარში, კულტურის სამინისტროს ბრძანების საფუძველზე (ბრძანება 1966 წლის დეკემბერში დაიწერა) აღდგა ახალციხეში ქართული თეატრი. მაშინდელი ხელმძღვანელის, რეჟისორ ნანა დემეტრაშვილის დაჟინებული თხოვნით, თეატრს არა ახალციხის, არამედ მესხეთის თეატრი ეწოდა. „თავიდან არ მოეწონათ ჩემი წინადადება, – იგონებს ქნი ნანა, – მაგრამ გადის დრო... ასე ორი-სამი წელიწადი და მეძახის ერთ-ერთი მაღალჩინოსანი თავისთან, მიჩვენებს სომხების მიერ დაწერილ საპროტესტო არზას (ხელს აწერს 120 კაცზე მეტი), სადაც

ნათქვამია: ახალციხეში ქართველებს თუ აქვთ თავისი თეატრი, მაშინ ჩვენც უნდა გაგვიხსნათ სომხურენოვანი თეატრი ისე, როგორც ცხინვალში და სოხუმშიაო!.. შემინებული ჩინოსანი დავაწყინარე. თქვენ შეგიძლიათ სომხებს არგუმენტირებული პასუხი გასცეთ. მართალია, ახალციხეში 70% სომებია, მაგრამ მესხეთის თეატრი მხოლოდ ახალციხის თეატრი კი არ არის, არამედ მთლიანად – მესხეთის... სადაც რიცხობრივად მეტი ქართველი ცხოვრობს, ვიდრე სომები – მეთქი...“¹

ნანა დემეტრაშვილი, რომელიც მანამდე გიორგი ერისთავის სახ. გორის თეატრში მუშაობდა, 1967 წლის 21 აპრილს თეატრალური ინსტიტუტის სტუდენტებთან ერთად თბილისიდან მესხეთისაკენ გაემგზავრა. მათ გაჰყვა რეუისორ-პედაგოგების ჯგუფი: ალ. მიქელაძე და ნ. გაჩავა, რეუისორ-დამდგმელი დ. ცისკარიშვილი. თეატრის ხელმძღვანელობას (დირექტორი მიხეილ მემმარიაშვილი), კარგად ესმოდა ყველა ის სირთულე, რაც ახალი თეატრის შექმნას თან ახლავს. დასს თეატრის შესაფერისი შენობაც კი არ დაზვდა. მართალია, მსახიობები, შემოქმედებითად გამოუცდელნი იყვნენ, მაგრამ მათში არსებობდა ახალგაზრდული ენერგია, დაუცხრომელი ჟინი, სწრაფვა სიახლის ძიებისაკენ. თეატრის მთავარმა რეუისორმა ნანა დემეტრაშვილმა, მხატვარებთან თამაზ ხუციშვილთან, ფარნაოზ ლაპიაშვილთან, კომპოზიტორ ოთარ თაქთაქიშვილთან ერთად პრემიერისათვის დაიწყო მზადება. დასადგმელად ოთარ ჩხეიძის პიესა აირჩიეს. „თედორეს“ წარმოდგენამ 1967 წლის 23 სექტემბერს, წარმატებით ჩაიარა. წარმოდგენის შემდეგ, მსახიობებს ინსტიტუტის დიპლომები გადაეცათ. სპექტაკლს დიდი გამოხმაურება მოჰყვა, ეს დღე გაცილებით საზეიმო იყო, ვიდრე ჩვეულებრივი პრემიერა. ქართული თეატრის აღორძინება მესხეთის მიწაზე დიდ პოლიტიკურ მოვლენად იქცა. მაშინდელმა კულტურის მინისტრმა, კომპოზიტორმა ოთარ თაქთაქიშვილმა ამ დღესთან დაკავშირებით აღნიშნა: „თეატრის დაბადება, მნიშვნელოვანი ფაქტია ხალხთა კულტურულ ცხოვრებაში, მით უფრო

¹ ჟურნ. „ჩვენი მწერლობა“. 2010, №8.

მნიშვნელოვანი და საგულისხმოა, როდესაც ის ხდება მესხეთის მიწაზე, ქართველი ხალხის საამაყო მხარეში. დაე, ეს თეატრი იქცეს კულტურის მნიშვნელოვან კერად, ხალხთა ზნეობრივი წრთობისა და აღზრდის საუკეთესო საშუალებად“.¹

მესხეთის თეატრის პირველივე სპექტაკლის წარმატებამ, სტიმული მისცა ახალბედა კოლექტივს. განსხვავებით რუსთავის თეატრის მსახიობებისაგან, რომლებსაც ახალი თეატრის შექმნის პროცესში გარკვეული შემოქმედებითი ბიოგრაფია გააჩნდათ, მესხეთის თეატრის მსახიობები შემოქმედებით კარიერაში პირველ ნაბიჯებს დგამდნენ, ამდენად თავიანთი არტისტული ბიოგრაფიისათვის ოთარ ჩხეიძის პიესაში გამოსვლა გარკვეული ექსპერიმენტიც კი იყო. სპექტაკლში უნდა გამოვლენილიყო ახალგაზრდების შემოქმედებითი პოზიცია და მოქალაქეობრივი სიმწიფე. ისტორიულ-პატრიოტულ თემაზე შექმნილ პიესას არა მარტო წარსულის შემეცნებითი მნიშვნელობა უნდა ჰქონოდა, არამედ თანამედროვეობისათვის ახლობელი უნდა გამხდარიყო. ისტორიული წარსულის ამსახველი ფაქტები, მღვდელი თედორეს ტრაგიკული ისტორია, კერძოდ ოსმალების მიერ 1609 წლის ივნისში მღვდელი თედორეს შეპყრობა და მისი სიკვდილით დასჯა სამშობლოსათვის დაღუპული გმირების პატივისცემის გამოხატულებად იქცა. ოთარ ჩხეიძის მიერ საინტერესოდ მოფიქრებული კოლორიტული ხასიათებისა და მოვლენების მონაცვლეობა ქმნიდა დრამატულ კოლიზიას, რომელიც თანდათან აძლიერებდა მაყურებელთა ინტერესს გმირის ბედისადმი. თედორეს გონივრული ჩანაფიქრი (მტერს გზა-კვალი აურია და მეფე ლუარსაბ II-ს ადგილსამყოფელი დამალა) და მისი განხორციელების გზები დრამატურგიულად ერთგვარი მონოსისტემით არის გააზრებული, სადაც ყველაფერი თედორეს ბედის ირგვლივ ტრიალებს. თამაზ გამყრელიძის თედორეს ძლიერი, გონიერი მოქმედება, სამშობლოსათვის თავდადება გულგრილს არ ტოვებდა მაყურებელს. კონფლიქტურ სიტუაციას ამძაფრებდა თედორესა და მანგლელის (ა. ქადაგიშვილი) შეპირისპირება.

¹ მ. გოგოლაშვილი „მესხეტის თეატრი“, თბ, 1976, გვ. 34.

სპექტაკლში მნიშვნელოვანი ფუნქცია ჰქონდა მინიჭებული ზაზა ილურიძის მაცნეს, ის მხოლოდ ამბის მომტანი კი არ იყო, არამედ მოქმედების აქტიური მონაწილეც, მას შეეძლო თავისი რთული შინაგანი წინააღმდეგობის ძლევაცა და ხალხის აღელვებაც. სცენაზე იქმნებოდა დრამატული პერიპეტიებით აღსავსე სიტუაციები, სადაც გმირთა ყოველი სიტყვა, ემოცია და აზრი სამშობლოს სიყვარულის უზენაესობის იდეის გამოსახვას ემსახურებოდა. ქალთა (გ. პატარიძე, გ. წვიმია, მ. ფოთოლაშვილი, ლ. თევზაძე, ლ. სულუაშვილი, მ. თუშიშვილი, თ. ჩერქეზიშვილი) და ვაჟთა (ო. აწყურელი, ე. გოგიძე, გ. კოხრეიძე, ნ. მწარიაშვილი, ო. რეხვიაშვილი, ფ. არღულიანი, ვ. ნიკოლაიშვილი, ო. ყურაშვილი, თ. ჩერქეზიშვილი) ქოროს მოდელში გადაწყვეტილი მრავალ ფუნქციური ქორო (მაგ. ქალთა ქორო ხან დედაბრებს წარმოადგენდა, ხან ასულებს, ხანაც დედებს), ესთეტურად მშვენიერ სანახაობას ქმნიდა.

თბილისიდან მესხეთში წასულმა ახალგაზრდა მსახიობებმა პატრიოტული საქმე ითავეს. ისინი გააერთიანა ნანა დემეტრაშვილის მაღალმა მოქალაქეობრივმა, ეროვნულმა შეგნებამ და თეატრისადმი უსაზღვრო სიყვარულმა. მათ „თედორეს“ დადგმით დაიწყეს ახალი შემოქმედებითი ცხოვრება. ამ სპექტაკლით ხშირად დადიოდნენ მესხეთის რაიონებში (ასპინძა, აღიგენი და სხვა), 1969 წელს საგასტროლოდ იყვნენ თბილისში. ყველგან სიხარულით ხვდებოდნენ ახალგაზრდა ენთუზიასტებს და მათ ხელოვნებას, უპირველესად კი ოთარ ჩხეიძის „თედორეს“, რომელმაც ხალხის პატრიოტული იდეა და თეატრის მოქალაქეობრივი პოზიცია გამოხატა. რამდენიმე კვირაში „თედორეს“ სხვა მნიშვნელოვანი სპექტაკლებიც დაემატა (პ. კაკაბაძე – „ყვარყვარე თუთაბერი, „კოლმეურნეს ქორწინება“ და ალ. ჩხაიძის „სიბრძნე სიკვდილისა“). პირველივე სეზონში თეატრმა 11 სპექტაკლი შესთავაზა მაყურებელს, სულ 186 წარმოდგენა ითამაშეს.

სულ სხვა ვითარება იყო რუსთავის თეატრის ჩამოყალიბების შემთხვევაში. 1967 წელს მარჯანიშვილის თეატრის დასს გამოეყო მსახიობთა თანამოაზრეთა ჯგუფი

გიგა ლორთქიფანიძის მეთაურობით. მარჯანიშვილის თეატრის ნიჭიერმა შემოქმედებითმა ძალებმა ახალი თეატრის წარმატება განაპირობა. გიგა ლორთქიფანიძე წერდა: „თანამოაზრეთა ჯგუფი! სწორედ ეს იყო გადამწყვეტი, რომ ჩვენ შევიკრიბეთ ერთმორწმუნე შემოქმედთა კავშირად. ჩვენი თეატრი არსებითად მაშინ დაიბადა, როცა მარჯანიშვილელთა დასის ახალგაზრდა თაობამ იგრძნო თეატრის ცხოვრებაში პრინციპული ცვლილებების აუცილებლობა... უფროსმა თაობამ მხარი არ დაგვიჭირა და ჩვენ წამოვედით თეატრიდან“¹.

ახალი თეატრის შექმნა, თუნდაც თანამოაზრეთა წრეში, თეატრის შექმნის საწყის ეტაპზე რთულ წინააღმდეგობებით აღსავსე პროცესებთან არის დაკავშირებული. ამიტომ წინასწარ ძნელი იქნებოდა იმის განჭვრეტა თუ როგორ მოახერხებდა ახალი დასი მარჯანიშვილის თეატრში მიღწეული წარმატებების ფონზე, მათი მოღვაწეობა ახალ თეატრალურ სივრცესა და გარემოში არ გაფერმკრთალებულიყო. მაგრამ, საბედნიეროდ ყველაფერი კარგად დაიწყო. 1967 წლის 30 ნოემბრის პრემიერამ წარმატებით ჩაიარა. ედმონ როსტანის ჰეროიკული კომედია „სირანო დე ბერჟერაკი“ რუსთავის თეატრის სცენაზე წარმატებული აღმოჩნდა. გიგა ლორთქიფანიძის რეჟისურა, მხატვარ მამია მალაზონიას მიერ შექმნილი დეკორაცია, კომპოზიტორ ბიძინა კვერნაძის მუსიკა, მსახიობთა (სირანო – ოთარ მეღვინეთუხუცესი, როქსანა – ქეთევან კიკნაძე, დე გიში – კოტე თოლორაია, ლე-ბრე – ნოდარ მგალობლიშვილი, რაგნო – რეზო ხობუა, კრისტიან დე ნევილეტი – მალხაზ გორგილაძე) მაღალი საშემსრულებლო დონე, ერთ მთლიან კომპოზიციას ქმნიდა.

„სირანო დე ბერჟერაკი“, პირველად 1892 წლის 28 დეკემბერს წარმოადგინეს პარიზის სენ-მარტენის თეატრში კოკლენ უფროსის მონაწილეობით. თავად ავტორიც გამოდიოდა მასიურ სცენებში მუშკეტერის კოსტიუმში გამოწყობილი. სპექტაკლი პარიზში მაშინ დაიდგა, როცა ვიქტორ ჰიუგოს

¹ ვ. ქართველიშვილი – ინტელექტუალურისა და რომანტიკულის ზღვარზე. თბ., 2006, გვ. 227.

რომანტიკული თეატრი უკვე აღარ არსებობდა. ნატურალიზმის და სხვადასხვა ჭრელი მიმდინარეობის ფონზე სირანოს დადგმა იყო აღორძინება რომანტიკული თეატრისა, რის შესახებაც ანტუანი თავის დღიურებში აღნიშნავდა: „დავბრუნდი, რომანტიზმის თეატრში“: სინამდვილეში არსებული პოეტის სავინიენ სირანო დე ბერუერაკის (1619-1655) თავგადასავალი, მაშინ გახდა ხალხისათვის პოპულარული, როცა როსტანის ნიჭიერმა კალამმა მას ხოტბა შეასხა და უკვდავება შესძინა.

სირანო შესანიშნავი პოეტი, მეცნიერი, საოცარი პიროვნება, მებრძოლის სულის ადამიანია. მას უკარს მშვენიერი როქსანა, მაგრამ თავისი დიდი ცხვირის გამო, თავის თავს მისთვის შეუფერებელ სატრფოდ მიიჩნევს. სხვა შემთხვევაში კი, საკუთარ ნაკლს - „ბლაგვი გონების პატრონთა გასაგებად“ „მჭერმეტყველების, ოხუნჯობის“ საბაბად აქცევს. პოეტური რომანტიკა და მებრძოლი სულისკვეთება სირანოს კეთილშობილ რაინდად წარმოაჩენს. მას არ შეუძლია პირფერობა და მლიქვნელობა „ქუდის მოხდა და კუდის ქიცინი“ ამა სოფლის ძლიერთა მიმართ, არც გაჩუმება შეუძლია, სინდისზე ხელის აღება „ზნეობრივად ვარ მოკაზმულიო“ – ამბობდა თვითონ, ამიტომ პირველივე გამოსვლაზე თეატრ ბურგუნდის ოტელში, მან კარის პოეტს, ცნობილ მწერალს „სასიქადულო მამულიშვილს“, რომელმაც უფლებააყრილ ფრანგებს ძალაუფლებით გამაძლარი კაცის კმაყოფილება ამცნო, ანტუან ბაროს ახალი პიესის „ქლორიზას“ წარმოდგენა ჩაუშალა და უნიჭო მსახიობს მონფლერს „მუზის შეურაცხყოფისათვის“ რისხვა დაატეხა თავს. მთავარი გმირის ირონიული დამოკიდებულება ყალბი თეატრალურობის, ბუტაფორიულობის და ცრუ პათეტიკის მიმართ რუსთაველთა სპექტაკლის დამდგმელთა პოზიციას გამოხატავდა.

კეთილშობილი რაინდის, რომანტიკული გმირის ოცნებასა და უხეშ რეალობას შორის კონფლიქტის სიღრმისეული შრეები მაღალი ოსტატობით იყო გადმოცემული ოთარ მეღვინეობურესის მიერ. მისი წარმოთქმული მთავარი სიტყვა, როცა ის ლე-ბრეს მიმართავს, სპექტაკლის ძირითად იდეას

გამოხატავდა. საზოგადოებაში, სადაც სიკეთე და მშვენიერება უცნაურად აღიქმება, სადაც ფიქრი და ოცნება დაკვეთით შეიძლება, პიროვნების თავისუფლება მოჩვენებითია, ხოლო ჭეშმარიტი ხელოვანი დაუფასებელი:

„არ შემიძლია

დაქვეთით ფიქრი, ოცნება... კმარა!..
სული თავისუფლებას ითხოვს
ადამიანით იწყება დრო და
ეპოქა! კაცი – აი მთავარი!
სუსტელაფერში, ყველგან და მუზაძ
ის უნდა იყო, რაც ხარ ნაძღვილად;
არა ზოგადად ადამიანი,
არამედ შენი სახლი ვერქვას:
ქრისტე, ესქილე, ლუკრეციუსი,
დემოსთენე თუ დე ბერუერაკი!“¹

სპექტაკლის მთავარი ხაზი – შეპირისპირება ორ განსხვავებულ მსოფლმხედველობას შორის – სირანოსა და გვარდიელი დე გიშისა – ამაღლებულსა და დამდაბლებულს შორის – მკვეთრადაა გავლებული. სირანო ვერ იტანს ფარისევლებს, იბრძვის მათ წინააღმდეგ, რასაც ეწირება კიდეც ფინალურ სცენაში, დაშნით ხელში, როგორც „ჭეშმარიტი პოეტის“ (თავად ასე ამბობს) სურს მახვილი ჩასცეს ბოროტებას და განგმიროს.

„ეს შენი – სიცრუევ! შენ – პირფერობავ“

შენც საკადრისი მიიღე, შურო!

შენც – ანგარებავ! შენც – დიდკაცურო,

გაბლენძილო, გაუმაძლარო!“²

ამაღლებული იდეალებისათვის ბრძოლაში, ფარისეველთა დაპირისპირებაში კაცომლყვარე სირანო კვდება. თუმცა თავს დამარცხებულად არ სცნობს – „მე მომკლეს ლე ბრე, მაშასადამე ვერ დამამარცხეს, ეს იმას ნიშნავს, რომ მე დავრჩი გამარჯვებული“.

¹ ე. როსტანი სირანო დე ბერუერაკი, თბ, 1970, გვ. 83.

² იქვე, გვ. 184.

„სირანო დე ბერუერაკის“ წარმოდგენა თავისებური მანიფესტი იყო ერთ მუშტად შეკრული დასისა, რომელსაც გამოცდილი რეჟისორის ხელი ოსტატურად მართავდა. სიცრუესა და უსამართლობის წინააღმდეგ მებრძოლი რომანტიკული გმირის პოზიცია, თეატრის პოზიციას ნიშნავდა. ეს იყო თეატრის დიდი გამარჯვება, მისი სავიზიტო ბარათი. მოსკოვში გასტროლების დროს მყოფი რუსთავის თეატრის წარმატება, მისი მხატვრული პრინციპები, მაღალი პროფესიული დონე ზუსტად გამოხატა რუსეთის სახ. არტისტმა მარია კნებელმა, რომელიც „დე ბერუერაკის“ წარმოდგენაზე ამბობდა: „ისევ და ისევ სპექტაკლის ანსამბლურობა, მსახიობთა ინდივიდუალობის რელიეფურობა, სიტყვის უესტის მოძრაობის პარმონიულობა. მაყურებელი გრძნობს, რომ სცენაზე მსახიობები ფიქრს კი არ თამაშობენ, არამედ ფიქრობენ“. ყველაზე ძლიერი შთაბეჭდილება, რომლის ტყვეობასაც ვერ დავაღწევ თავს, არის სირანო — ო. მელვინეთუხუცესი, მაღალი პოეტური ზეაწეულობა, რაინდული სული, პლასტიკა და ასევე ძლიერი ნებისყოფის მამაკაცისთვის დამახასიათებელი სცენიური ლირიზმი“.¹

რუსთავის თეატრის სპექტაკლები ე. როსტანის „სირანო დე ბერუერაკი“, ვ. კოროსტილოვის, „ასი წლის შემდეგ“, „ფიროსმანი“ იმ პერიოდში შეიქმნა, როცა რუსთაველის თეატრში გმირულ-რომენტიკული თეატრის ირგვლივ ატეხილი კამათი დამთავრებული იყო. რუსთავის თეატრის სპექტაკლების რომანტიკულმა სტილმა ახალი სიცოცხლე შეიძინა, რომლის სტილსაც აკაკი ვასაძემ „შეფარული რომანტიკა“ უწოდა.

რუსთავის თეატრის შექმნით თავისებურად განმეორდა მარჯანიშვილის თეატრის შექმნის ისტორია, როცა მსახიობთა ერთი ჯგუფი, კონფლიქტის ნიადაგზე გამოეყო რუსთაველის თეატრს და 1928 წელს ქუთაისში, კოტე მარჯანიშვილის ხელმძღვანელობით ახალი თეატრი შეიქმნა. გავიდა თითქმის 40 წელი და იმავე მარჯანიშვილის თეატრში კონფლიქტის შედეგად წამოსულმა თანამოაზრეთა ჯგუფმა რუსთავში ჩამოაყალიბეს ახალი თეატრი. თეატრის ისტორიის ეს

¹ გიგა ლორთქითანიძე, თბ, 1987, გვ. 412.

პარალელური შემთხვევითი არ არის, ახალგაზრდებს თავიანთი განსხვავებული პოზიციები და სათქმელი ჰქონდათ. ისინი მომზადებულები შეხვდნენ ახალ ცხოვრებას.

რუსთავისა და მესხეთის თეატრების შექმნა ქართული თეატრის ისტორიაში მნიშვნელოვანი მოვლენა იყო. ორივე თეატრი სხვადასხვა შემოქმედებითი პოტენციისა იყო, მაგრამ ორივემ საზოგადოების ფართო რეზონანსი გამოიწვია. ორივე თეატრმა დასაწყისშივე მებრძოლი ხელოვნების გზა აირჩია.

თამარ ქუთათელაძე

ღრღ და სპეციაკლი

აბსურდის თეატრმა, კომუნისტური რეჟიმის მამების მიერ ევროპული დრამატურგიისა და მასში გაცხადებული თავისუფალი, კრიტიკული აზროვნების აკრძალვის გამო, თითქმის ოთხი ათეული წლით „დააგვიანა“ საქართველოში. პოსტკომუნისტური ეპოქის ქართული თეატრი კი 20 წელზე მეტია ესწრაფვის გაიაზროს ადამიანის ყოფის აბსურდულობის პრობლემა.

თანამედროვე ქართულ თეატრში უმთავრესად დგამენ არა აბსურდის თეატრალური ესთეტიკის წმინდა ერთგულებით გამორჩეულ სპექტაკლებს, არამედ მის თავისუფალ გააზრებას. დამდგმელების მიზანია გააცნობიერონ ქართულ სინამდვილეში შექმნილი სიტუაცია როგორც გლობალური პროცესების ორგანული ნაწილი და ის მოჯადოვებული კარუსელი, რომელიც ქვეყანაში პერმანენტულად და თითქმის უცვლელად მეორდება. უკანასკნელ წლებში განხორციელებული რამდენიმე წარმატებული სპექტაკლისა თუ სცენური სახის თუნდაც ზოგადი ანალიზიც ნათელს ჰქონის ქართულ თეატრში მიმდინარე



პროცესებს, სამსახიობო მეტყველების კატასტროფულ დონეს, ქვეყანაში არსებულ სიტუაციას, ქართული საზოგადოების მენტალობაში შესამჩნევ ცვლილებებსა და პრიორიტეტებს.

ახალი ათასწლეულის დასაწყისის ერთგვარ „ნიუსად“ იქცა დ. მღებრიშვილის მიერ სამეფო უბნის თეატრის სცენაზე განხორციელებული ო. მისიმას „ჩემი მეგობარი ჰიტლერი“ (2004). პირის თარგმანი გაუმართავი, ტექსტი დასახვეწია, მაგრამ გარკვეული ღირსებებით გამორჩეულ სპექტაკლში შეიქმნა ორი მნიშვნელოვანი სცენური სახე, – ნატო მურვანიძის ჰიტლერი და რევაზ თავართქილაძის კრუპი.

ქალი მსახიობის მიერ ამ ექსცენტრიული „მოღვაწის“ სასცენო განსხვეულების აქტი თავისთავად იწვევს დიდ ცნობისწადილს, მით უფრო რომ მსახიობი სცენაზე ქმნის მართლაც ორიგინალურ მხატვრულ სახეს.

სპექტაკლში ნ. მურვანიძე ჰგავს და არცა ჰგავს XX საუკუნის 20-30-იანი წლების ფაშიზმის ბელადს. სცენაზე იქმნება რევოლუციური ეიფორიით მოჯადოვებული და ფინანსური მაფიის ნებაყოფლობით „მძევლად“ ქცეული ფსევდორევოლუციონერის განზოგადებული სახე. მსახიობი მხოლოდ ზოგადი შტრიხებით ხატავს ადოლფ ჰიტლერის გარეგნობას, – მის ტრადიციულ თმის ვარცხნილობას, დგომას, ხასიათს. ნ. მურვანიძის სცენურ გმირში ერთმანეთს ერწყმის პოლიტიკურ ავანსცენაზე ნებისმიერი ხერხით დარჩენის ვება და სიკვდილის აჩრდილის დაუთრვუნავი შიში. სცენურ ნიღაბში მსუბუქად იკვეთება მსახიობის ქალური საწყისიც, რაც გამოკვეთს მოვლენის სახიფათო არსებობას და რევოლუციური კარუსელების ეპოქაში არქეტიპის გენდერულ წონასწორობასაც არ გამორიცხავს.

ნ. მურვანიძის ჰიტლერის თითქმის მონათესავე პერსონაჟია ფოლადისფერ გრძელ ლაბადაში გახვეული რ. თავართქილაძის კრუპი. იგი ხმელ-ხმელი, პოლიტიკური ავანსცენისგან მიმაღული და ფარდის მიღმა განთავსებული სავარძლიდან მიმდინარე ბიზნეს-პოლიტიკური პროცესებისა თუ თავად პოლიტიკური ბიზნესის მშვიდი, თავდაჯერებული მაყურებელია. თითქმის

საუკუნის ასაკის დიდი ავტორიტეტის მქონე კრუპი, შემპარავი სარკაზმით, ცინიკური ღიმილით, ტექსტუალურ მასალაში უხვად გაუღერებული ქვეტექსტებითა და გამყინავი ხმით, სცენაზე წარმოსახავს ფინანსურ მოგებებზე ორიენტირებულ, სამყაროს პოლიტიკური თამაშების ერთპიროვნულ ლიდერს. რ. თავართქილაძის კრუპიც პოსტინდუსტრიული ეპოქის აღეკვატური ნიღაბია.



ამელი ნოტომის „მტრის ნიღაბი“ (2007), რობერტ სტურუას მიერ რუსთაველის თეატრის მცირე სცენაზე განხორციელებული უკანასკნელი წლების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დადგმა იყო. სპექტაკლს აქტიურად სტუმრობდა თითქმის სამივე თაობის მაყურებელი. ახალგაზრდობა კი მრავალგზის ესწრებოდა წარმოდგენას და ტკბებოდა მსახიობთა უზადო თამაშით... ამდენად მნიშვნელოვნია „მტრის ნიღბის“

კავშირის გააზრებაც დროსთან მიმართებაში. როგორც ჩანს, ამ სპექტაკლშიც გაცხადდა მესამე ათასწლეულის საწყისი წლების შტრიხები და ქართული საზოგადოების დამახასიათებელი თვისებები.

დადგმაში ასახულია კლაუსტორფობით სწორი კაცის, შესაბამისად კი, ერის თვითგამორკვევის პროცესისათვის გამიზნული აქტი. კლაუსტორფობია, როგორც დახურული სივრცის შიში, სიკვდილის, მტრის, სხვისი და უცხო თვალის შიშიცაა. იგი სპექტაკლში განკითხვის, საკუთარი არასასურველი სახის შეცნობისა და უმწეობის აღიარების განცდასთან, თავისუფლებისაკენ უგონო მისწრაფებასთან ასოცირდება.

სცენაზე არიან ორნი, – ადამიანი და მისი ქვეცნობიერი, ერთმანეთთან მარადიული ომით შებმული მტერი. სპექტაკლის

ორივე მთავარი გმირი ტანატყორცნილი, შავგვრემანი ახალგაზრდაა. ისინი მსახიობთა სამოქმედო სივრცედ მონიშნული დერეფნის ორი საპირისპირო მხრიდან ევლინებიან დარბაზს და თვალს ვერ აცილებენ ერთმანეთს. ორივეს კლასიკური მუქი სამოსი მოსავს და ხელში სამგზავრო საკვოიაჟი უკავიათ. მოქმედება აეროპორტში ვითარდება. წარმატებული ბიზნესმენი ბ. ზანგურის უერომი, საქმიანი ვიზიტით მიემგზავრება, მაგრამ ფრენა გადაიდო. კაცმა მოსაცდელში წიგნის კითხვა გადაწყვიტა, მაგრამ მოულოდნელად მას უცნობი გაეცნო და აიძულა მოესმინა შემზარავი აღსარება.

თამაშის უინით შეპყრობილმა ფორტუნამ ოთხი წლის უმწიფარ ყრმას, მშობლების საძინებელში სახრჩობელაზე დაკიდული მათი გვამები დაახვედრა. თავაზარდაცემულმა ბიჭმა უნებურად „ასოზე“ იტაცა ხელი და დასაჭურისებული კაცის გაუსაძლისი შინაგანი ტკივილებით დაიკლაკნა. ამ წუთს, უმწეო ბავშვის ნაზ სხეულში სიკვდილი ჩასახლდა. ცხოვრების ავანსცენაზე მისი უდიდებულესობა, ყოვლისდამანგრეველი სტრესი დამკვიდრდა და ტრავმირებული ინსტიქტების ახალგაზრდაში უმართავი ბოროტმოქმედი ააღორძინა.

გ. სვანიძის ტექსტორი, ბ. ზანგურის უერომის შინაგანი მონოლოგის პერსონიფიცირებული სახე, „მტრის ნიღაბია“. იგი დაუინებით უთვალთვალებს, ყველგან თან სდევს მსხვერპლს, აიძულებს გააცნობიეროს საკუთარი წარსული და „მტერზე“ შურისძიებისკენ მოუწოდებს. ბ. ზანგურის უერომი გაურბის თვითშეცნობის რიტუალს. მისი მიზანია ხელოვნურად მოიკვეთოს ქვეცნობიერიდან აღორძინებული ტკივილი და თავი დააღწიოს „უცხოს“ დიქტატს. მოუგერიელებელი უცნობისაგან გაბეზრებული და წყობიდან გამოსული ბ. ზანგურის სცენური გმირი, ყელში სწვდება გ. სვანიძის ტექსტორს და ორთაბრძოლაში „გამარჯვებულს“ შვებით აღმოხდება: „თავისუფალი ვარ!“, მტერთან ძალადობივი მეთოდებით ანგარიშსწორების მოსურნე კი თავადვე აღესრულება.

მსახიობები ეროვნული პრობლემის სიღმისეული წვდომით ქმნიან პერსონაჟების ქვეტესტის ქვეტექსტთა სახიერ ქმედებებს.

მათი თამაშის ხერხები უხვადაა გაჯერებული პრინციპული ეკლექტიზმით, ამაღლებული და უკიდურესად დამიწებული, თითქმის უხაშსობის ზღვრამდე მისული ეპიზოდებით, რომლებსაც სამოედნო თეატრის ესთეტიკაში გაწაფულები, პისტრიონთა გალანტურობით წარმოგვიდგენენ.

ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების ანალიზისას, ქართული თეატრის მოღვაწეებისათვის შექსპირი თითქმის მშობლიურ დრამატურგად იქცა. მას XIX საუკუნიდან აქტიურად მიმართავდნენ ქართული თეატრის მოღვაწეები. შექსპირული დრამატურგის ქართულ სცენაზე რეალიზებას ილია ჭავჭავაძემ ჩაუყარა საფუძველი (1859). როგორც ირკვევა, ქართული თეატრისათვის არა მარტო ელისაბედისეული თეატრის პროგრამა „ტოტალური თეატრალური ენის“ თაობაზე აღმოჩნდა ორგანული, არამედ მასში ასახული პრობლემები და ხასიათებიც.

შექსპირის დრამატურგიდან ქართულ სცენაზე განსაკუთრებით აქტიურად იდგმებოდა მისი „სისხლიანი ტრაგედიები“, სადაც ძალაუფლების პყრობის ჟინით გახელებული ადამიანის შინაგანი სამყაროს კვლევა, ხელისუფლების მიტაცების შემდეგ ადამიანის სრული დეგრადაცია და ქვეყნის მართვის უუნარობით განვითარებული აპოკალიფსური მოვლენები იაზრებოდა. ქართული ინტელიგენცია ცდილობდა გაეაზრა სავარძლის პყრობის აზარტით განკაცებული, აგრესიული ლიდერის ცხოვრების წესი, მისი აღმასვლისა და დაცემის სურათი, რევოლუციების შედეგად მრავალგზის განმეორებული კარუსელი.

XXI საუკუნის დასაწყისში, დავით დოიაშვილმა შექსპირის „მაკბეთი“ (2009) განახორციელა თბილისის მუსიკისა და დრამის თეატრში. სპექტაკლმა წარმატებული გასტროლები გამართა საზღვარგარეთის მრავალ ქვეყანაში. დადგმა არაერთი პრესტიული პრემიითაც აღინიშნა როგორც ჩვენში, ისე უცხოეთში და მას გენიალური პიესის „აზალი წაკითხვა... მისი ახლებური, ძალიან თავისუფალი გააზრება“¹ უწოდეს.

¹ ქურნ. „თეატრი და ცხოვრება“, 2010, №4.

სპექტაკლი აბსურდის თეატრის ესთეტიკით იქნა დადგმული. წარმოდგენას იწყებენ, წარმართავენ და კვლავ თავიდან იწყებენ თითქმის თინეიჯერული ასაკის ჯადოქრები. სწორედ ავსულები გვევლინებიან სამყაროს ფარული, მაგრამ რეალური მმართველები.

წარმოდგენის დასაწყისში, გალანტურად გამოწყობილი „სამეული“ ხელის გადაბანის პროცედურითაა დაკავებული. როგორც ირკვევა, მათ წინამორბედი სისხლიანი ინტრიგა ეს წუთია დაასრულეს და წამიერი პაუზით მოწყენილები, უმაღლ მორიგი გართობისათვის ემზადებიან. ჯადოქრების ახალი სასეირო გეგმის დასახვა – აღსრულების მოლოდინი დიდხანს არ გასტანს. მათი მსხვერპლი შესაძლოა გახდეს ნებისმიერი, თუნდაც ყველაზე კეთილშობილი, მრავალი ღირსებით გამორჩეული.



„სამთა კავშირი“ თავადაც დიდი ხალისით ერთვება ჩანაფიქრის რეალიზაციის პროცესში, მოკვდავთა ცხოვრების წესში. „ეს ჯადოქრები გასაოცარ ტრანსფორმაციას განიცდიან. ისინი ხან მეკარეებად

გვევლინებიან, ხან ლედი მაკდუფად“¹ მათთვის ცხოვრება თეატრია, ადამიანი – მარიონეტი, რომელსაც საკუთარი განწყობის შესატყვისად მართავენ, აკნინებენ, დასცინიან, რომ თვალი მიადევნონ ადამიანის უმწეობის, დაცემის, გადაგვარების მასშტაბს.

სპექტაკლში ძალაუფლების მფლობელი დუნკანისა და მაკბეთის სხეულები, იდენტურად დეფორმირებული, კოჭლი და კუზიანია. ხელისუფალთა ერთნაირად ყბამოღრეცილი, უგრძნობი, თეორად შეფეთქილი, ცხედრებს მიმსგავსებული სახეები განამხელენ საკუთარ სინდისთან მრავალმხრივ კომპრომისს, მარადიულ ღირებულებათა სრულ კრიზისს. ამა ქვეყნის

¹ ქურნ. „თეატრი და ცხოვრება“, 2010, №4.

ძლიერთა შინაგან სამყაროში აშლილი, გაუცნობიერებელი და მოუგერიებელი შფოთი, მათ უმძაფრებთ დაუოკებელ, სადომაზოხისტურ ვნებას ადამიანთა წამების, სამყაროს ხელყოფის აქტით ტკბობისკენ.

„დანკანი, რომელიც ძირითადად კეთილი მოხუცი ჯენტლმენი არის ხოლმე, ნამდვილ ტირანად მოგვევლინა. თავის მხედართმთავრებსა და ოჯახის წევრებს, როგორც მოეპრიანებოდა ისე ექცეოდა... დანკანი ა. ბეგალიშვილის შესრულებით – ეს არის ცოდვილი მოხუცი, სასტიკი ტირანი და ჯამბაზი... იგი მიდის მაკბეთის სასახლეში გამოკვეთილი სურვილით – დაწვეს ლედისთან“,¹ – ასე ეხმაურებოდა საზღვარგარეთული კრიტიკა დ. დოიაშვილის სპექტაკლს.

მაკბეთის დეგრადაცია დამკვიდრებული რეჟიმის, არაჯანსაღი სახელისუფლებო ვერტიკალის ლოგიკური შედეგია. რეჟისორი თ. გოგრიჭიანის მაკბეთისა და ლედის სახით (დადგმაში ლედი მაკბეტის სახეს განასახიერებს ორი მსახიობი – ნ. კალატოზიშვილი და ბ. გოგორიშვილი), სცენაზე ქმნის ახალგაზრდა, ლამაზი და აქტიური შეყვარებულების პორტრეტს. გრანდიოზული გეგმების რეალიზების მიზანი მათ უნებურად ითრევს მკვლელობათა სერიაში. კომპრომისი საბედისწერო, მისგან თავდახსნა კი შეუძლებელი ხდება.

თანამედროვე იაპონელი ღრამატურგის კოკი მიტანის პიესის „სიცილის აკადემიის“ საფუძველზე შექმნილ სპექტაკლში „ჟოლო“ (მარჯანიშვილის თეატრი, 2010), რეჟისორი ლ.



¹ ქურნ. „თეატრი და ცხოვრება“ 2010. №4,

წულაძე განიხილავს ხელოვანისა და სახელმწიფოს ურთიერთობის პრობლემას. პიესის მოქმედება გასული საუკუნის 40-იან წლებში, ფაშიზმის ზეობის უამს მიმდინარეობს, ომი კი მომგებიანი ფონია ქვეყანაში სამთავრობო ინტერესების დამცავი ხელოვნებისეული პროდუქციის დასამკვიდრებლად.

პირქუში შევი გარემო, მაგიდა, სკამები, წითელი ლენტებით უხვად მონიშნული დაწუნებული ლიტერატურით სავსე თაროები განაშელენ ნ. მურვანიძის ცენზორ ნეოს პედანტურ ხასიათს. თეატრალური ხელოვნება მისთვის სრულიად უცნობი სფეროა და აგრესიული ქალის პოზიცია ხისტია, – „ყველა პიესა უნდა აიკრძალოს... იაპონიას გართობის დრო არა აქვს, ომია“. თავდაჯერებული და ცინიკური ნეოს აზრი ხელოვნებაზე მკაფიოდ ასახავს სამთავრობო პოზიციასაც.

ექსტრემალურ სიტუაციაში მყოფი ნიკა კუჭავას დრამატურგი ცუბაკი, მოვალეა შეძლოს საკუთარი პროფესიონალიზმის დაცვა და მოიპოვოს თავისი კომედიის დადგმის უფლება რომ თეატრი გადაარჩინოს დახურვისაგან. გარდა ამისა, ცუბაკს ებრალება ხელოვნებით ტკბობის სიხარულს უჩევევი, თითქმის მამაკაცურად გაუხეშებული ქალი და მზადაა ნებისმიერი კომპრომისისთვის. დრამატურგი საკუთარ მოვალეობად მიიჩნევს ზემოქმედება მოახდინოს ხელისუფლების წარმომადგენელზე, გააღვიძოს მასში მარადიულ ღირებულებათა დამცველი და ენერგიულად იბრძვის გამარჯვებისთვის. ნიკა კუჭავას ცუბაკმა კიდევ ერთხელ უნდა დაამტკიცოს მარად დაპირისპირებულ მხარეებს შორის ვინ არის ძლიერი და აღასრულოს ხელოვნების ფუნქცია, – იღვაწოს ქვეყნის უმწვავესი პრობლემების პოზიტიურად გადაწყვეტის შედეგების მოძიებისთვის.

6. მურვანიძის ცენზორის მკაცრ იმიჯს თანმიმდევრულად ანგრევს საკუთარ ნიჭისა და ხელოვნების სასწაულმოქმედ ძალაში დარწმუნებული ნ. კუჭავას კომედიოგრაფი. ერთ ცენზურულ ჩასწორებას მოსდევს მეორე, მესამე და სხვა. ნ. მურვანიძის ცენზორი წყობიდან გამოჰყავს დრამატურგის მშვიდ, თვინიერ ხასიათს. ნელ-ნელა ნ. მურვანიძის ნეოს გაოცება ინტერესში, ორთაბრძოლაში, ურთიერთპატივისცემაში გადაიზრდება და ხისტი ცენზორი მომხიბლავ, ემოციურ ქალად

გარდაიქმნება. მასშიც იღვიძებს თეატრისადმი სიყვარული და თამაშის სურვილი. სპექტაკლმა ასახა ხლოვანის ხვედრი თანამედროვე რეალობაში, სადაც წაიშალა ზღვარი ომსა და მშვიდობას შორის.

ლაშა ბუღაძის დრამატურგიას კრიტიკოსები არაერთგვაროვნად აფასებენ, თუმცა ერთხმად აღიარებენ მას ყველაზე „დადგმად“ დრამატურგად. ლ. ბუღაძის პიესებმა ქართულ თეატრს შემატა ახალი თაობის მსოფლგანცდა, მათი თვალსაწიერიდან აღქმული წარსული და რეალობა, ყველა შესაძლო მეთოდით ბრძოლა სიცოცხლისა და თვითდამკვიდრებისთვის. დოკუმენტალიზმის პრინციპით აგებულ პიესებში, ავტორი უსწრაფესად ეხმიანება ახალ სინამდვილეში წარმოქმნილ ცვლილებებს. მის დრამატურგიას ახასიათებს აბსურდული სინამდვილის განჩხრეკის წადილი, წარსულის მახინჯ გადმონაშთებთან ბრძოლის სურვილი, თანამედროვე ადამიანის დაუცველობის, მისი აპათიისა თუ დეპრესიისადმი განმკიცხავი პათოსი, აქტივობისადმი მოწოდება. ავტორი აგრესიული, თამამი და კრიტიკულია.

მიმდინარე წლის გაზაფხულზე ლ. ბუღაძის „პანთეონი“, თითქმის ერთდროულად დაიდგა დედაქალაქის ორ თეატრში. თავდაპირველად სპექტაკლი განახორციელა დ. ხვთისიაშვილმა ახმეტელის თეატრში, ხოლო რამდენიმე დღეში იგი დადგა გ. იაშვილმაც თბილისის მუსიკისა და დრამის თეატრში. ორივე სპექტაკლი რადიკალურად განსხვავდება ერთმანეთისგან. თუ დ. ხვთისიაშვილის წარმოდგენაში მოქმედება დრამატურგიული ტექსტის შესაბამისად კომუნისტური ეპოქის ფინალურ ფაზაში მიმდინარეობს, გ. იაშვილის სპექტაკლის მოქმედება XXI საუკუნის საქართველოშია გადმოტანილი. განსხვავებულია მსახიობთა მიერ შექმნილი სცენური სახეებიც. როგორც წარმოდგენებიდან ირკვევა, დროის დისტანციის მიუხედავად, ქართული საზოგადოების ცხოვრების წესი არსებითად არ შეცვლილა.

დისკომფორტით	ძალაგაცლილი	ქართული
საზოგადოებისათვის „პანთეონიზმი“, სახელოვანი მოღვაწის „სტატუსი“, მისი პარტნიორობა თუ ნებისმიერი ხერხით		



ხელისუფალთა წინაშეთავის წარმოჩენა, კომფორტული ცხოვრებისათვის ომის სიმბოლოდ იქცა.

დ. ხვთისიაშვილის სპექტაკლში, არიერსცენის სიღრმიდან მოჩანს საზოგადო მოღვაწეების ბიუსტებით გადატვირთული მთაწმინდის პანთეონი (სცენოგრაფია აივენგო ჭელიძის), იქვე ჰკიდია შავ ჰალსტუხიანი

კომუნისტური ეპოქის ბელადის, – ვ. ი. ლენინის ფოტოსურათი. სცენის ორივე მხარეს განთავსებულ საწოლებზე კომუნისტური რეჟიმის მოღვაწეები, – კომპოზიტორი და მათემატიკოსი ელიან აღსასრულს.

მ. მაზავრიშვილის კონსტანტინე უნგიაძე, მთელი წარმოდგენის მანძილზე აგონიაში მყოფიც თხზავს სანუკვარ სიმფონიებს და უმწეო ხელით დირიჟორობს კიდეც. მისგან განსხვავებით ვ. ციცილოშვილის ვიქტორ ანჩაბაძე, სიტყვაუხვი და ენერგიული ადამიანია. იგი ახალგაზრდა, მოკლეკაბიან ექთანს ყოველ ხელსაყრელ წუთს ვნებიანად უთათუნებს ხელს ბარძაყებზე და სრულებითაც არ აპირებს სიკვდილს. მისი მეუღლისათვის კი მეცნიერი „ვიკი“ ჯერ კიდევ მაშინ გარდაიცვალა, ოპოზიციის მიტინგზე გამოსვლისას მთავრობა რომ გაანაწყენა.

მოღვაწეთა ბიოგრაფიის რამდენმე შტრიხიც ნათელს ჰყენს კომუნისტური რეჟიმისადმი მათი ერთგულების მოჩვენებით ხასიათს. თუ ვ. ციცილოშვილის ვიქტორ ანჩაბაძე თანაუგრძნობს ეროვნულ მოძრაობას, მ. მაზავრიშვილის კონსტანტინე უნგიაძესაც შეუთხზავს მთავრობისათვის მაამებლური სიმფონია „მცირე მიწა“, ხოლო რევოლუციურად განწყობილთათვის „შოშიები“. მოღვაწეთა ლავირების

პოლიტიკა მათივე მეორე ნახევრებისთვისაც არ არის უცხო.

„ვინც პირველი მოკვდება, ის დაიკრძალება პანთეონში“ – ასეთია პრეზიდენტის გადაწყვეტილება და სახელოვანი მოღვაწეების „თანამეცხედრენი“ ხელოვნურად აჩქარებენ მეუღლეთა გამგზავრებას მარადიულ სასუფეველში. მექალთანე ვიქტორ ანჩაბაძის გავებული ცოლი წარმატებით ახერხებს პანთეონის ვაკანტურ ადგილზე მიუჩინოს ბინა საყვარელ „ვიკის“ და თ. ბეჟუაშვილის ზეინაბ უნგიაძეს ნიშნისმოგებით უთავაზებს ენერგიულ მუჯლუგუნს. აღსანიშნავია, რომ თამარ ბეჟუაშვილის მიერ შექმნილი „სათონ“ ზეინაბ უნგიაძის ნიღაბიც არ გახლავთ უზადო. ქვრივობის მაძიებელი ქალბატონი სრულ მზაობაშია სარგებლის მიზნით, შეტევაზე გადავიდეს ნებისმიერ მამაკაცთან.

სცენას უხვად სტუმრობენ საქართველოს კომუნისტური წარსულის „ერთგული“ ჩინოვნიკები. თაიგულჩაბლუჯული მედროვეები, იაფფასიანი გვირგვინებით, ყალბი ინტონაციებით გაუღერებული სახოტბო ლექსებითა თუ ვრცელი ტირადებით ნათელს პფენენ კარიერიზმის სინდრომით დაავადებული საზოგადოების ვნებას.

მსახიობ ჯ. ჯაფარიძის თემური, სცენაზე ქმნის ეროვნული მოძრაობის წარმომადგენლის კოლორიტულ ფიგურას. ახოვანი, ჭუჭყიანი, თმაგაბურძენული, სიღატაკისაგან დათრგუნული მამაკაცი, შეშინებული იშორებს და გაურბის თ. ბეჟუაშვილის ზეინაბ უნგიაძეს. მისი სახით რეჟისორი წარმოაჩენს მხოლოდ პირადი კეთილდღეობის მოსაწყობად გარჯილი ფსევდოპოლიტიკოსების ნიღაბს.

დ. ხვთისიაშვილის სპექტაკლში თ. ბეჟუაშვილის ზეინაბ უნგიაძე მხოლოდ უნებურად აუღერებს მის ხასიათში მთვლემარე ამბიციურ შტრიჩს. ამ მხრივ, გ. იაშვილის „პანთეონში“ (მუსიკისა და დრამის თეატრი), ნინო გომართელი



ქმნის „გააზნაურებული მდაბიოს“ პორტრეტს. ამ პრაგმატული ქალბატონისთვის უკვე მოუთმენელი გამხდარა სულთმობრძავი მოღვაწის პარტნიორობა.

ცისია მეტრეველის მიერ განსახიერებული კომპოზიტორის პროვინციელი ნათესავი ელისო უნგიაძე, უსტრაფესად ახერხებს საფუძვლიანად აითვისოს ახალი ეპოქის თამაშის წესები. სპექტაკლის მიწურულს იგი გვევლინება სარფიანი კავალრის მფლობელ, თანამედროვე ცეკვებში „განსწავლულ“ ინგლისურად ამეტყველებულ, მოღურად გადაპრანჭულ ვამპირად, რომელიც თავისი პრაგმატული აზროვნებით ზეინაბ უნგიაძესაც განაცვიფრებს. მსახიობთა დუეტის მიერ ოსტატურად განსახიერებული სცენა „მთაწმინდის პანთეონში“ და მათი კრიტიკული შეფასებები მოღვაწეთა საფლავების დათვალიერებისას, მკაფიოდ ასახავს როგორც ქართული საზოგადოების დამოკიდებულებას „პანთეონის ბინადრებზე“, ისე „პანთეონიზმის“ პრობლემას.

მოღვაწეთა მეუღლეების გახშირებული ვიზიტები ხელისუფლების მსახურთა წარმომადგენლებთან, მსახიობთა თამაშის ხაზგასმით პათეტიკური მეტყველება, წარმოაჩენს იმ მაკიაველისტურ გარემოს, ადამიანს დანაშაულისკენ რომ უბიძებს. სპექტაკლში შექმნილი ჩინოვნიკებისა და უურნალისტების ეპიზოდური სახეები (გ. ყველაშვილის მინისტრი ნოდარ მუხიფული, ს. ყიფიანის ქალბატონი ვალერია, ა.ზამბახაძის საკო და ნანული, ა. ჯავახიშვილის მანჯუ), საკუთარი პერსონის თვითრეკლამირებების ხარჯზე კარიერის მოწყობაში გახელებულ-გაწაფული XXI საუკუნის აგრესიული ახალგაზრდობაა.

თბილისის სამეფო უბნის თეატრში ნიკა თავაძის მიერ განხორციელებულ სლავომირ მროვეკის „სტრიპტიზში“ (2012), სცენაზეა პირველი და მეორე მამაკაცი, რეალურად კი ერთი პიროვნების სული და სხეული. ამიტომაც ჰგვანან ისინი ერთმანეთს. ორივე მაღალია, გამხდარი, აცვიათ ერთნაირი შავი შარვლები, შავი ფეხსაცმელები, ზოლიანი ქვედა საცვლები. უცნობია მათი სახელები, გვარები და არც პროფესია კონკრეტდება, რაც ტრადიციულია აბსურდის დრამის,

ანუ ანტიდრამისათვის. პოსტინდუსტრიულმა ცივილიზაციამ შექმნა მხოლოდ ინდივიდი, რომელიც ვერასდროს შეძლებს გახდეს პიროვნება. კარგად მართულ, სტაბილური ქაოსის სამყაროში მათ საკუთარი ნების, თვითრეალიზების „შანსი“

არ გააჩნიათ.



სცენაზე მიმდინარეობს „სტრიპტიზი“, ინტელექტუალის სულიერი და ფიზიკური გაშიშვლების პროცესი. დ. თავაძის მიერ შექმნილი სათვალიანი მამაკაცის გარკვეული ბზარი ხმასა და უესტში, ქმნის შიშით დათრგუნული, შეურაცხყოფილი ინტელექტუალის სახეს.

ანალიტიკური აზროვნებისკენ

მიდრეკილი ანტიგმირი, ესწრაფის გაანალიზოს მომხდარი. მისი დღე ჩვეულებრივად დაიწყო, მიისწრაფოდა სამსახურისკენ და უეცრად, გაურკვეველი ფორმის, არომატის, სინათლის, მასის, კონტურის, მინერალების, ელემენტებისა და სხვა შემადგენლობის ენერგეტიკულმა ველმა, ანუ მისმა უდიდებულესობა დრომ, ის დაატყვევა. დ. თავაძის პირველი აცნობიერებს რომ ის, ვინც შეიპყრო იგი, არც თავისუფლების უფლებას მისცემს, ამიტომაც მის ერთადერთ შესაძლებლობად რჩება შეინარჩუნოს სიმშვიდე და გაარკვიოს რატომ დაირღვა უდანაშაულო კაცის ცხოვრებისეული საზრისი. ეს დ. თავაძის მამაკაცის შინაგან სამყაროში მიმდინარე დიალოგია, რომლის სხეულებრივი საწყისი პ. ინაურის სცენური გმირის სახით, თავისუფლებისათვის ბრძოლის მომხრეა.

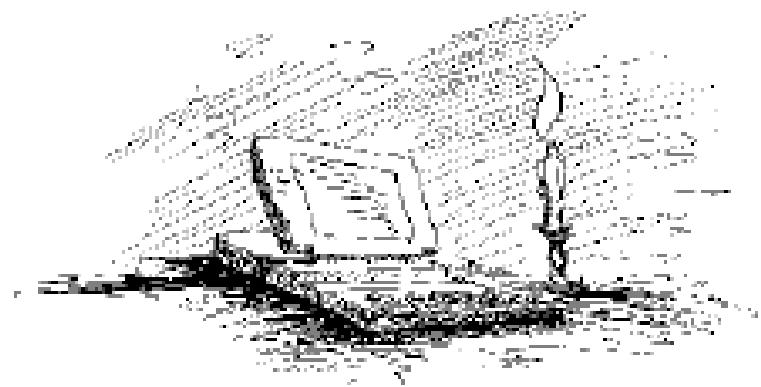
დ. თავაძის სცენური სახე ესწრაფვის უჩვენოს ინტელექტუალი, რომელსაც უჭირს გადაწყვეტილების მიღება, – სურს თუ არა გააღწიოს მიკროსატუსაღოდან ტოტალურ სატუსაღოში?! კარები ღიაა და ის არ გადის, რაც მისი თავისუფლების, გარკვეულწილად კი პროტესტის მანიშნებელიცაა. თუმცა, კარი მალევე იკეტება და „თავისუფლების“ მოპოვების შანსიც ქრება.

სცენურ სივრცეში მრავალგზის აღმოცენებული ყოვლისშემძლე ძალაუფლებით აღჭურვილი დიდი ავტორიტეტის მქონე უხილავი უცნობის „მუშტი“, რომელიც სამყაროს ან რეჟიმის მმართველის ნებად წარმოგვიდგება, ძალადობით დატყვევებულ ადამიანს მარიონეტად გადააქცევს და მის მიერვე შექმნილი რეალობით ერთობა და ტკბება. იგი დაშინებით აღწევს სცენურ გმირთა ფსიქოლოგის ნგრევას, მათზე ზემოქმედებას, აშიშვლებს თვითგადარჩენის მიზნით ადამიანის კომპრომისისკენ მიდრეკის უნარს.

მოძალადე „ხელის“ აგრესიული ნება, ტყვეებს თანმიმდევრულად ართმევს ფეხსაცმელს, ქამარს, კოსტუმს, შარვალს. იგი თავშესაფრიდან გაიხმობს პ. ინაურის სცენურ გმირს, რომელიც პროტესტის ნიშნად დიდხანს აკაკუნებს კარებზე და წითელპომადაწასმულსა და დათრგუნულს აბრუნებს სცენზე. მისი ხილვით შეძრწუნებული დ. თავაძის პირველი მამაკაცი იძულებულია აღასრულოს დამამცირებელი რიტუალი, ბოდიში მოიხადოს საკუთარი მიზანდასახული ცხოვრების წესისთვის და გახდეს თვინიერი, უმიზნო, რაც ინტელექტუალისათვის თვითმკვლელობის ტოლფასია.

ამრიგად, XXI საუკუნის პირველი ათწლეულის დედაქალაქის თეატრების სცენებზე წარმოდგენილი რამდენიმე სპექტაკლის მონახაზიც ნათელს ჰქონის იმ ფაქტს, რომ თეატრები ესწრაფვიან უსწრაფესად გამოეხმაურონ ქვეყანაში განვითარებულ მოვლენებს, ასახონ უმწვავესი პრობლემები და საზოგადოების განწყობა, რომელიც მრავალმხრივი რეფორმების მიუხედავად, რეალური და ეფექტური გარდაქმნების მოლოდინშია.

ՅՈԵՐԱՅՐՈՋԵՐԸ



„3d სტერეო“ ტექნოლოგიები, რეალობა და პერსაენტივები

1947 წელს ეიზენშტეინი თავის სტატიაში „სტერეოკინოს შესახებ“ წერდა: „ეჭვი იმის მიმართ, რომ ხვალინდელი დღე სტერეოკინოს ეკუთვნის, ისეთივე გულუბრყვილობაა, როგორც ეჭვი - გათენდება თუ არა ხვალინდელი დღე საერთოდ ...“¹

ეიზენშტეინი თავის მოსაზრებას შემდეგი მოსაზრებებით ამტკიცებდა: „სტერეოკინო იძლევა სამგანზომილებიან სივრცის სრულ ილუზიას გამოსახულებაში. ამასთან ეს ილუზია იმდენად სრულად დამაჯერებელია, რომ არავითარ ეჭვს არ იწვევს, ისევე, როგორც არ იწვევს ეჭვს ჩვეულებრივ კინემატოგრაფში მოძრაობის რეალურობა. სივრცის ილუზია ერთ შემთხვევაში და მოძრაობის ილუზია მეორე შემთხვევაში - სავსებით ბუნებრივია მათთვისაც კი, ვინც შესანიშნავად იცის, რომ მის თვალწინ ერთ შემთხვევაში მოძრაობის დაშლილი ცალკეული უძრავ ფაზების მიმდევრობაა, ხოლო მეორე შემთხვევაში - ერთიდაიგივე საგნის ჩვეულებრივი ორგანზომილებიანი ორი გამოსახულების ეშმაკურად ორგანიზებული კომბინაცია, ოღონდ - გადაღებული სინქრონულად და ოდნავ წანაცვლებული ხედვის კუთხით... და არცერთ სხვა ხელოვნებაში - მისი მთელი ისტორიის მანძილზე - არ არსებობს სხვა მაგალითი იმისა, თუ როგორი სრულყოფილი დინამიკით, და ამავე დროს, რეალური მოძრაობის პროცესში - გარდაიქმნება მოცულობა სივრცედ, სივრცე - მოცულობად, და ორივე ერწყმის ერთმანეთს ერთდროულობაში თანაარსებობით“².

ის, რასაც ეიზენშტეინი „ეშმაკურად ორგანიზებულ კომბინაციას“ უწოდებდა, რეალურად ორი ფოტოკამერით (კინო, ვიდეო) სინქრონულად გადაღებული გამოსახულებების ერთობლიობაა, რომელიც ერთდროულად უნდა იქნას აღქმული

¹ http://kinoru.ucoz.ru/publ/s_m_ehjzenshtejn_1947g_o_stereokino/3-1-0-504

² http://kinoru.ucoz.ru/publ/s_m_ehjzenshtejn_1947g_o_stereokino/3-1-0-504

თვალებით. ადამიანის მიერ გარემოს ბინოკულარული აღქმის უნარის გამო, თითოეული თვალისაგან მიღებული ვიზუალური ინფორმაცია ტვინში მოცულობით კომპონენტს იძენს და სივრცეში განთვილად აღიქმება. ასეთ შემთხვევაში ორგანზომილებიან სიბრტყეზე სამგანზომილებიანი სივრცის ილუზის შექმნის ტრადიციული მეთოდები - ხაზოვანი და ტონალური პერსპექტივის მეთოდები, ოპტიკური და დინამიური პერსპექტივა აბსოლუტურად იცვლიან ხასიათს და გადაღებისას სპეციალურ გათვლებს უნდა დაემორჩილონ.

სტერეოკინემატოგრაფის, ისევე როგორც სტერეოფოტოგრაფიის პრინციპი მარტივია: მაყურებლის თითოეულმა თვალმა უნდა აღიქვას გამოსახულება, რომელსაც იგი დაინახავდა, გადამდები აპარატის ადგილას რომ მდგარიყო. მარჯვენა და მარცხენა თვალის მიერ დანახული კომპოზიციები ერთმანეთისაგან მცირედ განსხვავდება, მაგრამ სწორედ ეს განსხვავება, და ადამიანის ტვინის მიერ ორივე თვალით მოწოდებული ინფორმაციის შეჯერება ქმნის მოცულობის და სურათის სიღრმის ეფექტს. სტერეოფოტოგრაფია ჯერ კიდევ დაგეროტიპის პერიოდში გაჩნდა და ფოტოგრაფიის მთელი ისტორიის მანძილზე ამა თუ იმ ტექნიკური დიზაინით ფართოდ გავრცელებული სისტემა იყო. მრავალ ოჯახში დღემდე ინახება ბებიებისა და ბაბუების ნაქონი სტერეოსკოპები - სპეციალური სათვალე და სტერეოწყვილად გადაღებული სურათების ნაკრები, რომლებზეც სხვადასხვა პეიზაჟები, თუ უანრული სცენებია აღბეჭდილი.

რაც შეეხება ფოტოკამერებსა და სინიც მრავალი მოდიფიკაციით იწარმოებოდა. გავრცელებული იყო ე. წ. სტერეომისადგმელები ობიექტივზე, რომელიც ტრდიციულ ფოტოკადრს ორ კადრად - სტერეოწყვილად ყოფდა. ასეთი აპარატებით უმეტესწილად ფერად სლაიდებს იღებდნენ და სტერეოსლაიდოსკოპებით უყურებდნენ.

კინემატოგრაფის ისტორიას თუ გადავხედავთ, აღმოვაჩენთ, რომ სტერეოკინოს პირველი პატენტები ჯერ კიდევ 1893 წელს ყოფილა გაცემული (გამომგონებლები უორუ დემენი

და უილიამ ფრიზ-გრინი), ანუ კინემატოგრაფის ოფიციალური დაბადებამდე 2 წლით ადრე.

კინოს განვითარებასთან ერთად, სტერეოკინოს მიმართ ინტერესიც იზრდებოდა, თუმცა ეს მცდელობები ექსპერიმენტალური შესრულების დონეს არ გასცილებია. სტერეოკინო დანადგარები ან მეტად რთული ტექნიკური მოწყობილობები იყო, რომელიც თითოეული მაყურებლის სავარძლის წინ იდგმებოდა (ამერიკული სისტემა Teleview), ანდა საჭირო ხდებოდა სპეციალური რასტრული ეკრანი (მაგ. მოსკოვის კინოთეატრში „მოსკვა“ 1941 წელს დამონტაჟებული სემიონ ივანოვის გამოგონება). ორივე ეს სისტემა უსათვალო მაყურებელზე იყო გათვლილი, მაგრამ მოუხერხებელი და ძვირი გამოდგა და გაიმარჯვა შედარებით იაფმა სათვალიანმა სისტემებმა, რომლებშიც მაყურებელი სხვადასხვა ფერის ფილტრებიანი, ან პოლარიზებული სათვალეებით უყურებდა ეკრანს, რომელზეც სინქრონულად მიდიოდა ორი გამოსახულება.

ასეა თუ ისე, უკვე 1930-იან წლებში გადაღებული იქნა სრულმეტრაჟიანი სტერეოსკოპული მხატვრული ფილმები. ყველაზე ძველი სტერეოფილმი, რომლის შესახებაც ცნობები მოიპოვება - „ნიაგარას ჩანჩქერი“ აშშ-ში გადაულიათ 1914 წელს.

1952 წლამდე 48 სხვადასხვა ჟანრის მოცულობითი ფილმია დაფიქსირებული სტერეოფილმების სიაში.¹ რა უცნაურადაც არ უნდა მოგვეჩვენოს, საერთაშორისო კინომონაცემთა ბაზის მიხედვით, ერთ-ერთი ყველაზე ადრეული საბჭოთა მხატვრული ფერადი სტერეოფილმი საქართველოში შექმნილა.² დიახ, 1946 წელს თბილისის კინოსტუდიაში ორადორი მხატვრული ფილმია გადაღებული - მიხელ ჭიაურელის „ფიცი“ და ალექსანდრე ანდრიევსკის „რობინზონ კრუზო“ - ქრონომეტრაჟით 85 წუთი. როლებში - პაველ კადოჩნიკოვი (რობინზონ კრუზო), იური ლუბიმოვი (პარასკევა), და ვინმე

¹ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_3D_films_pre-2005

² <http://www.imdb.com/title/tt0038888/>

ე. სანიკიძე, რომელსაც რობინზონ კრუზოს დედის როლი შეუსრულებია. რობინზონის მამის როლში საქართველოს სსრ დამსახურებული არტისტი ა. სმირანინი გადაუღიათ, პროდიუსერებიდან ერთ-ერთი ქართველია (ფილმის დირექტორები) სერგეი ტომსკი და ვიქტორ ცირგილაძე, ხმის ოპერატორებიდანაც ერთ-ერთი - დ. ლომიძეა, გრიმიორი - ზ. ვახტანგიშვილი. დანარჩენები - არაქართული გვარებია; მწარმოებელი სტუდიები - „სტერეოკინო“ და თბილისის კინოსტუდია. ამავე საიტზე მითითებულია, რომ ფილმი რუსულ და ქართულენოვან ვარიანტებად ყოფილა გადაღებული, ისევე როგორც, მაგალითად, „ქეთო და კოტე“; აგრეთვე აღნიშნულია, რომ ფილმი ფერად ფირზე (სოვკოლორ) ყოფილა გადაღებული, თუმცა, ინტერნეტში განთავსებული ვერსია შავ-თეთრია და იმდბ-ზე განთავსებული ეს ბოლო ორი ცნობა რეალობას ალბათ არ შეესაბამება. ფილმი გადაღებულია სემიონ ივანოვის დაპატენტებული სისტემით „Стерео 35-19“, რისთვისაც სპეციალური პერფორაციის 35 მმ-იანი კინოფირის შექმნა გახდა საჭირო.

სტერეოკინოს მხატვრული შესაძლებლობებით მრავალი ცნობილი ადამიანი იყო დაინტერესებული (მაგ. დავით კაკაბაძე), და უფრო მეტია კინოს ისტორიისათვის უცნობი გამომგონებლები, რომელთა ნაშრომებიც ვერ ჩაეწერა დროის მოთხოვნებში და უსახელოდ ჩაიკარგნენ საპატენტო ბიუროების არქივებში. კიდევ უფრო მეტია ისინი, ვინც საპატენტო ბიურომდეც ვერ მიაღწია, მაგრამ თითოეული ასეთი მცირე ნაბიჯი თითო პატარა აგურს სდებს ხოლმე საერთო პროგრესში.

სტერეოკინოს ტექნიკურ პროგრესში ქართველებსაც მიგვიძლვის თურმე გარკვეული წვლილი: 1939 წელს ქართული კინოქრონიკა სოციალიზმის აღმშენებლობის სიუჟეტებს შორის ასეთ ინფორმაციასაც ინახავს: დიქტორის მხნე ხმა ოპტიმისტურად გვამცნობს, რომ ქართველმა ინჟინერმა ვინმე ხატიაშვილმა შექმნა ფერადი სტერეოსკოპული კინოაპარატის მოდელი და მის დასამზადებლად მთავრობამ გადაწყვეტილება

მიიღო. კადრში ეს ინჟინერი ხატიაშვილი ერთობ უცნაურად გადაკეთებულ დიდი ზომის პავილიონის კამერის ირგვლივ ფუსფუსებს და გადაღების დასაწყებად ემზადება. მართალია, ხატიაშვილის მიერ შექმნილი სტერეოკინემატოგრაფიული სისტემის შესახებ დღეს არავის არაფერი ახსოვს, მაგრამ, ეს სიუჟეტი არსებობს და ამ სისტემის შექმნის მცდელობა დაფიქსირებულია ისტორიაში. ჩვენ ვცადეთ მოგვეძიებინა ინფორმაცია როგორც საქართველოს, ისე სსრკ (ამჟამად რუსეთის) საპატენტო ბიუროებში ხატიაშვილის ექსპერიმენტის შესახებ, მაგრამ ჯერ-ჯერობით ჩვენი მცდელობა უშედეგობა და მკითხველს ვთხოვთ გამოგვეხმაუროს, თუკი რაიმე ინფორმაცია გააჩნია ამ თემის ირგვლივ.

ბოლო ოცი წლის განმავლობაში კინემატოგრაფიში შემოქმედებითი პროცესი ტექნოლოგიების პროგრესთან ისეა დაკავშირებული, როგორც არასდროს. ადვილი შესამჩნევია პარალელები კინოხელოვნების განვითარების დღევანდელ მდგომარეობასა და მაგალითად, ფერად კინოფირზე გადასვლის ეტაპთან, როცა დაგროვილი ტექნიკური პროგრესი ნელ-ნელა ახალ შემოქმედებით საშუალებად გადაიქცეოდა. ერთი მხრივ, სხვაგვარად არც შეიძლება იყოს, რადგან კინემატოგრაფი ტექნოლოგიური ხელოვნებაა, მაგრამ თუკი ადრე თითოეული კადრის სურათის შეთხვა უშუალოდ გადასაღებ მოედანზე ხდებოდა, დღეს - სამუშაო დროის განსაკუთრებული გაძვირების გამო, მზა შაბლონების ტექნიკურ კომპილაციასთან უფრო ხშირად გვაქვს საქმე. ამგვარი ფილმების დამდგმელი ოპერატორის ხელოვნების ფუნქცია გამოსახულების შექმნის ინდუსტრიამდე მივიდა, ამიტომაც უკრანზე გამოსული ნებისმიერი ფილმი ტექნოლოგიურად გამართულია, ორიგინალური მხატვრული სახის შექმნა კი - იშვიათობად იქცა.

ყველა კინოტექნოლოგიას, როგორც წესი, ერთგვარი „საინკუბაციო“ პერიოდი აქვს, როცა იგი ჯერ ატრაქციონის სახით გადის აპრობირებას, შემდეგ კი უკვე მხატვრული სახის შექმნის საშუალებად გარდაიქმნება. ახლაც ასეა - სანამ ხელოვნებად საბოლოოდ ჩამოყალიბდება, „3d“ სტერეოკინოც ჯერჯერობით ატრაქციონია, თუმცა ქართველმა მაყურებელმა

უკვე ნახა სულ მცირე 2 ფილმი, რომელთა მაგალითზეც შეიძლება ითქვას, რომ „3d“-მ ე.წ. „ატრაქციონული საინკუბაციო პერიოდი“ უკვე გაიარა და თავის საკუთარ გზას ხელოვნებაში ეძიებს. ვიმ ვენდერსის „პინა“ და სკორსეზეს „პუგო“ იმით განსხვავდება აქამდე ჩვენს მიერ ნანახი სხვა ანალოგიური ფილმებისაგან (მაგალითად, „ავატარი“), რომ ავტორები ტექნოლოგიის დემონსტრირების ფუნქციით არ კმაყოფილდებიან. ამ ფილმებში „3d“ ტექნიკური ატრაქციონი კი რაა, არამედ მხატვრული სახის შექმნის საშუალება.

სტერეოკინოს განვითარებაში რამდენიმე „ტალღას“ აქვს ადგილი. 1940-იან წლებში მიღწეული პროგრესი მეორე მსოფლიო ომმა დაამუხრუჭა. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ საბჭოთა კავშირში და აშშ-ში მრავალი ტექნოლოგიური ექსპერიმენტი შედგა სტერეოკინოს ტექნიკური სრულყოფის მიმართულებით, ზოგი მათგანი - ერთობ წარმატებულიც. ზემოხსენებულმა „რობინზონ კრუზომ“ დიდი შთაბეჭდილება მოახდინა არამარტო რიგით კინომაყურებელზე, არამედ „თვით“ სტალინზეც (რომელიც, როგორც ცნობილია, კინემატოგრაფს კარგად იცნობდა და აფასებდა), რის გამოც ფილმის რეჟისორი და ტექნიკური შემსრულებლები სტალინური პრემიის ლაურეატები გახდნენ, ხოლო კვლევითი საქმიანობისათვის სტერეოკინოს მიმართულებით სერიოზული თანხები გამოიყო.¹

საბჭოთა კავშირის დიდ ქალაქებში გაიხსნა სტერეოკინოთეატრები, მათ შორის თბილისშიც - სახალხო მეურნეობის მიღწევათა გამოფენის პავილიონში, შემდეგ კი - კინოთეატრი „ნაკადული“ - ამჟამინდელ უზნაძის ქუჩაზე, №2-ში.

1952-55 წლებს ამერიკული სტერეოკინოს „ოქროს ეპოქად“ მოიხსენიებენ. ამ დროს მსოფლიოში 50-ზე მეტი სტერეოფილმი იქნა გადაღებული. განვითარდა პოლარიზაციული ფილტრებით გადაღებული ფერადი სტერეოკინოს ტექნოლოგიები. ამდენად, ტექნიკურ შეჯიბრში, ფერად ფირთან შედარებით, სტერეოკინომ უფრო მიმზიდველი გამოსახულება შესთავაზა მაყურებელს.

¹ <http://www.youtube.com/watch?v=BJruLJuGmAA&feature=related>

თითქოს საბოლოოდ იწყებოდა გამარჯვებული ახალი ტექნოლოგიის ეპოქა, თვით აღფრულ ჰიჩკოკმა გადაიღო ფერადი სტერეოფილმი „დაურეკეთ მკვლელს ნომერზე „M“ (Dial M for Murder, 1954), თუმცა სწორედ იგი აღმოჩნდა ერთადერთი მართლაც გამორჩეული რეჟისორი, რომელმაც ამ ტექნოლოგიას მიმართა. 70 მმ-იან ფირზე გადაღებული ფართოეკრანიანი და ფართოფორმატიანი კინოგამოსახულების ტექნოლოგიების კონკურენციას 50-იანი წლების სტერეოკინომ ვერ გაუძლო და განვითარების და 1960-იანი წლების დასაწყისში მოცულობითი კინო მაყურებლის გარეშე დარჩა.

სტერეოკინოს მიმართ მაყურებლის ინტერესის შემცირებას ზოგჯერ იმ უხერხულობას აბრალებენ, რასაც ფილმის ყურებისას სათვალის მოხმარების აუცილებლობა ქმნის, ამ მოსაზრებას აქვს რეალური საფუძველი, რადგან როგორც ფერადი, ისე პოლარიზაციული ფილტრებიანი სათვალეები მხედველობის დეფექტის მქონე მაყურებელს მძლავრ დისკომფორტს უქმნის, საუბრობენ ეპილეფისისადმი მიღრეკილი მაყურებლისათვის შეტევის ამაღლებული რისკის შესახებაც, მაგრამ, რეალურად, სათვალეებისადმი პროტესტი ალბათ უფრო იმან გამოიწვია, რომ მაყურებლები კინოატრაქციონის ნაცვლად ხელოვნებას მოითხოვდნენ.

1960-იან წლებში სტერეოკინოს განვითარება ძირითადად უკვე არსებული ტექნოლოგიების დახვეწისკენ იყო მიმართული, მაგრამ ახალ ატრაქციონების მიმართ მასობრივი მაყურებლის ინტერესი მაინც არ აღმოჩნდა საკმარისი დიდი პროგრესისათვის. მხოლოდ 1980-იან წლებში კანადაში შექმნილმა სისტემამ „IMAX“ დანერგა სერიოზული საფუძვლები ახალი „ნახტომისათვის“. იმ დროს ოკეანის გამოღმა, საბჭოთა კავშირში საკმაოდ დიდ რაოდენობით იწარმოებოდა სტერეოფილმები, რომლებიც გაქირავებაში მონოვარიანტებადაც გამოდიოდა და მაყურებლის დიდ რაოდენობასაც იზიდავდა. ეს ფილმები ქართველი მაყურებლისთვისაც ნაცნობია, სტერეოკინოს უცხოური ნიმუშებისაგან განსხვავებით. უფროსი თაობის კინომაყურებელს დღესაც ახსოვს პოპულარული დეტექტივი

„იდუმალი ბერი“ (რეჟ. ა. კოლცატი) („Таинственный монах“ 1968), საბავშვო ფილმი-ზღაპარი „ოქროს პარმაღზე ისხდნენ“ („На золотом крыльце сидели“ 1986), (რეჟ. ბ. რიცარიოვი) და სხვ. საბჭოთა წარმოების სტერეოსკოპული კინოკამერა ქსშპრტ “Стерео-70” და მისი საბაზისო საპროექციო სისტემა იმდენად მაღალხარისხოვანი გამოდგა, რომ 1991 წელს მოსკოვის კინოტექნიკის სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტის სისტემამ „Стерео-70“ „ოსკარი“ მოიპოვა ტექნიკური ინოვაციისათვის.

ცნობილია, რომ გამოცდილების გასაზიარებლად „IMAX“-ის თანამშრომლები მოსკოვის კინოტექნიკის ინსტიტუტში ჩავიდნენ და საბჭოთა სისტემით საცდელი რგოლიც გადაიღეს. შეიძლება ითქვას, რომ „IMAX“ -მა თავი მოუყარა ყველა მეტნაკლებად წარმატებულ სტერეო და ვიზუალური ეფექტების ნიმუშებს და მათი გამოცდილების გათვალისწინებით, საკუთარი ტექნოლოგია შექმნა. დღეისათვის ეს არის კომპლექსური სისტემა, რომელიც იძლევა „3d“ სტერეო გადაღების, დამუშავების და პროექციის საშუალებას, და ამასთანავე, ყველა ასპექტის - დადებითი, უარყოფითი და ნულოვანი პარალაქსის გათვლის საშუალებას, რაც უზრუნველყოფს მოცულობითი გამოსახულების განთავსებას „ეკრანის წინ“, „ეკრანის მიღმა“ და „ეკრანზე“.

სწორედ პარალაქსის ხასიათი განსაზღვრავს „3d“ გამოსახულების მოცულობის ხარისხს. ხედვის კუთხის წანაცვლება, რომელიც სტერეოწყვილის მიერ შექმნილ სიღრმის ეფექტს იძლევა, ერთობ ფაქიზი გასათვლელია, რათა გადაღებულმა გამოსახულებამ პროექციისას მაყურებელი არ „დააელმოს“. მაგალითად, არსებობს ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული ტექნიკური წუნი, რომელიც კამერის წინ განთავსებულ საკადრო ჩარჩოთი „გაჭრილ“ საგანს პროექციისას ეკრანის „მიღმა“ სივრცეში „გადაისვრის“. სხვა უამრავი ასეთი ტექნოლოგიური უხერხულობა არსებობს, რის გამოც ცნობილი რეჟისორები თავს არიდებდნენ „3d სტერეოს“.

თანამედროვე ციფრული ტექნოლოგიებმა მნიშვნელოვანი

სიახლე შემოიტანეს „3d სტერეოკინოს“ წარმოებაში. ციფრული პროექტორები, გამოსახულების კონვერტორები და გადაღების ტექნოლოგიები ლამის ყოველდღიურად უმჯობესდება, მარტივდება, და იაფდება. თუმცა ძირითად პრობლემად სტერეოწყვილის საბაზისო გათვლების ფორმულების შემუშავება რჩება. მაყურებელთა და კინომოყვარულთა ინტერესიც, მოცულობითი კინოგამოსახულების მიმართ განუწყვეტლად იზრდება. მიუხედავად ტექნოლოგიური სირთულეებისა, მთელ მსოფლიოში სტერეოფილმების წარმოება ყოველწლიურად იზრდება, გეომეტრიული პროგრესით მატულობს „3d სტერეო“ მაუწყებლობის ტელეარხების რაოდენობა; ვიდეომრეწველობა კი, მოყვარულთათვის უკვე ამზადებს სპეციალურ ვიდეოკამერებს, რომლებიც მარტივად გადასაღები ამოცანებისათვის სავსებით მისაღებ ხარისხს უზრუნველყოფენ. ერთგვარი ისტორიული ანალოგიისათვის შეგვიძლია გავიხსენოთ ჯორჯ ისტმენის მიერ გამოშვებული მარტივი ფოტოკამერა, რომელიც ფოტომოყვარულს ავალებდა მხოლოდ თითო დაჭვირა კამერის საკეტისათვის, დანარჩენს კი (კამერიდან ფირის ამოღება, ფირის გამუღავნება, სურათების დაბეჭდვა და კამერის ახალი ფირით დამუხტვა) - ფირმა „კოდაკი“ უზრუნველყოფდა თავისი სერვისის ქსელით. „კოდაკის“ სამოყვარულო ფოტოკამერები მაღალი ხარისხის მხატვრული ფოტოს გადაღებაზე არ იყო გათვლილი, სამაგიეროდ - ამ აპარატებმა ფოტოგრაფია მასობრივ გატაცებად აქცია და მრავალი შემდგომში ცნობილი ფოტოგრაფის პირველ კამერად მოგვევლინა.

რაც შეეხება ქართულ „3d“ ფილმწარმოებას, ჯერჯერობით ადგილობრივ ენთუზიასტებს ინჟინერი ხატიაშვილისგან განსხვავებით, ძალზე უჭირთ ფინანსური მხარდაჭერის მოპოვება; არადა, ჩვენც გვყავს ასეთები, საკმაოდ სერიოზული შედეგებით. სულ ცოტა ხნის წინ, გამომგონებელმა ზაზა ლომიძემ დააპატენტა სტერეოგამოსახულების ბაზების გათვლის და შექმნის ორიგინალური სისტემა, რომლის ღირსებები მაყურებლებმა უკვე შეაფასა საგაზაფხულო გამოფენაზე „ექსპო-ჯორჯია 2012“.

სტერეოკინო დღეისათვის განვითარების ისეთ ეტაპზეა, რომ
ნებისმიერმა შეიძლება მოსინჯოს თავისი შესაძლებლობები
ვიზუალური ხელოვნების ამ ინოვაციურ სფეროში. აპარატურაც
გაცილებით ხელმისაწვდომია და ექსპერიმენტების ჩატარებაც
არ მოითხოვს დიდ დანახარჯებს. სერიოზულად საფიქრებელია
ამ მიმართულებით კადრების აღზრდის საკითხიც. სტერეოკინო
- ეს უკვე აღარაა ხვალინდელი დღე, ეს - დღევანდელი
დღეა, რომელიც ქართულმა კინოწარმოებამ უნდა მიიღოს,
თუკი მას რეალური პროგრესი სურს. ამასთან დაკავშირებით,
აუცილებლობად გვეჩვენება, რომ თეატრისა და კინოს
უნივერსიტეტთან შეიქმნას ინოვაციური ვიდეოტექნოლოგიების
სამეცნიერო-კვლევითი ლაბორატორია, შეძენილი იქნას
სათანადო აპარატურა და სასწავლო პროგრამებში შეტანილი
იქნას მოცულობითი გამოსახულების აგების პრიციპები.

**რეკლამა საქართველოს ტელევიზიაში:
ფანამდვრები და სატელევიზიო რეკლამა
XX საუკუნის 80-იან წლებში**

ფრანგი ფილოსოფოსი და კულტუროლოგი ჟან ბოდრიარი რეკლამის ევოლუციის განხილვისას აღნიშნავს, რომ „პირველ ეტაპზე რეკლამა მხოლოდ ინფორმაციას ავრცელებდა, შემდეგ გადავიდა დარწმუნებაზე, შემდეგ - შეუმჩნეველ შთაგონებაზე“¹. ახლანდელი მიზანი კი მოთხოვნილებების მართვაა, ანიჭებს რა პროდუქტს აზრს, ფასეულობას და აყალიბებს მოხმარების იდეოლოგიას. რეკლამა ყოველთვის ირეკლავდა და ირეკლავს იმ საზოგადოებრივ ეკონომიკურ ფორმაციას, რომელშიაც ის ყალიბდება და ვითარდება. ქართული სატელევიზიო რეკლამის წანამძღვრების განხილვა, ბუნებრივია, საბჭოთა რეალობის ფონზე მოგვიწევს.

საბჭოთა კავშირში კარგად ესმოდათ რეკლამის მნიშვნელობა და თვლიდნენ, რომ რეკლამა იარაღია და მას შეუძლია როგორც სარგებლობის, ისე ზიანის მოტანაც, მთავარია, რა მიზანს ემსახურება. შესაბამისად, რეკლამას განიხილავდნენ, ერთი მხრივ, როგორც პოლიტიკური და ეკონომიკური ბრძოლის იარაღს კლასობრივი უთანასწორობის სამყაროში; მეორე მხრივ, რეკლამას ანიჭებდნენ ახალ,, „სოციალისტურ ფუნქციას“, პარტიისა და ხელისუფლების პოლიტიკის ცხოვრებაში გატარებისათვის. იდეურად რეკლამის როლი და ფუნქცია სწორად იყო აღქმული და შეფასებული. ითვლებოდა, რომ სოციალისტური რეკლამა, სახელმწიფოს ხელში არსებული წარმოების ნაწარმის პროპაგანდირებით, სახელმწიფოს ხაზის გამტარებელია და ხელს უწყობს საერთო სახალხო კეთილდღეობას, ამიტომ, რეკლამა საბჭოთა საზოგადოებაში ვერ იქნება და ვერ იქცევა მოტყუების საშუალებად. ერთ-

¹ Жан Бодрийяр, «Система вещей» (fb2) гл. III Реклама. рекламный императив и индикатив <http://lib.rus.ec/b/138233/read>

ერთი მთავარი, რასაც რეკლამისგან მოითხოვენ, სიმართლეა.

რაც მთავარია, სოციალისტური საზოგადოება თავისუფალი უნდა ყოფილიყო მოხმარების ბურჟუაზიული სტერეოტიპებისაგან და კერძო მესაკუთრული ფსიქოლოგიისგან. სიუხვეს და მატერიალურ კეთილდღეობას საბჭოთა ადამიანი ნივთების მონად არ უნდა ექცია. კარგად ესმოდათ რა რეკლამის აღმზრდელობითი როლი, მას არ უნდა მოეხდინა გავლენა საბჭოთა ადამიანის ზნეობაზე. ვლადიმერ ლენინმა მკვეთრად გამოყო რეკლამისა და პროპაგანდის პოლიტიკური მნიშვნელობა კომუნისტური აღმზენებლობის, როგორც ახალი ეკონომიკური ურთიერთობების, ახალი საზოგადოების შემოქმედის, საზოგადოებრივი შრომის ახლებურად გაგების საქმეში და სტატიაში „დიდი წამოწყება“ მოუწოდა პრესას კაპიტალისტური რეკლამის გამოცდილების სოციალისტურ ნიადაგზე გამოყენებისაკენ: „შეხედეთ ბურჟუაზიას, რა ბრწყინვალედ შეუძლია იმის რეკლამირება, რაც მას სჭირდება...“¹ სარეკლამო საქმიანობის სრულიად აკრძალვა პრაქტიკულად შეუძლებელია, საზოგადოებაში, ნებისმიერ სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებში არსებობს მოთხოვნა რეკლამაზე. საბჭოთა სახელმწიფომ ლამის რევოლუციის გამარჯვებისთანავე გამოაქვეყნა დეკრეტი სარეკლამო საქმიანობის რეგულირების (შეზღუდვის) შესახებ (8[21].11.1917); რეკლამის გამოქვეყნების უფლება მხოლოდ მთავრობასა და ადგილობრივ საბჭოებს მიეცათ. სახალხო კომისარიატმა დეკრეტით უზრუნველყო საფოსტო-სატელეგრაფო ცენტრებში სარეკლამო განცხადებების ორგანიზებული მიღება ბეჭდვით გამოცემებში განსათვალისწილდება. რეკლამამ დაკარგა კონკრეტული ბრენდის და ბაზარზე საქონლის წინ წაწევის ფუნქცია და მხოლოდ საქონელზე ინფორმირების საშუალებად დარჩა. კომერციული რეკლამა სახელმწიფოს მკაცრი კონტროლის ქვეშ მოექცა.

საბჭოთა რეკლამის შესწავლისას ავტორთა უმრავლესობა მეტ ყურადღებას რევოლუციამდელ რუსეთის რეკლამაზე

¹ В.И. Ленин «Великий почин», полн.собр. соч. т.39.с.25.

http://leninism.su/index.php?option=com_content&view=article&id=640:veliki-pochin&catid=78:tom-39&Itemid=53

ამახვილებს; ზოგიერთი ავტორის აზრით, საბჭოთა კავშირში რეკლამა საერთოდ არ არსებობდა (ი. როჟკოვი), უმრავლესობა კი აღიარებს, რომ არსებობდა და მას, ძირითადად, კრიტიკულად აფასებს (ო. ფეოფანოვი, ვ. ესტაფიივი, ე. რომატი).

რა თქმა უნდა, რეკლამა გამოხატავს ბაზარს და თავისი არსით ბაზრის ანარეკლს წარმოადგენს, საბჭოთა კავშირში კი ბაზარი არ იყო, წარმოება სახელმწიფო რეგულირებას ექვემდებარებოდა. რეკლამის ერთ-ერთი მთავარი ფუნქცია კი ბაზრის სტიმულირების ფუნქციაა, რასაც ადგილი ვერ ექნებოდა გეგმიურ წარმოებაში. როგორც რეკლამის მკვლევართა ერთი ნაწილი აღნიშნავს (ა. ფეოფანოვი, ვ. ესტაფიივი), „ახალმა ეკონომიკურმა პოლიტიკამ“ (НЭП) დიდი ბიძგი მისცა საბჭოთა სავაჭრო რეკლამის გამოცოცხლებას, მაგრამ ეს პერიოდი დიდხანს არ გაგრძელებულა. 30-იან წლებში რეკლამა კვლავ შეიზღუდა. ინდუსტრიალიზაციის პროგრამამ, რომელიც ძირითადად მძიმე მრეწველობის განვითარებას გულისხმობდა, შეამცირა მსუბუქი და კვების მრეწველობის წილი. ისედაც მწირ ბაზარზე პირველადი მოხმარების საქონლის დეფიციტიც კი შეიქმნა. ასეთ პირობებში, ბუნებრივია, რეკლამას ვერანაირი ფუნქცია ვერ ექნებოდა.

სამამულო (მეორე მსოფლიო) ომის შემდგომ პერიოდშიც რეკლამის მიმართ მიდგომა უცვლელი რჩებოდა - „კაპიტალისტური საზოგადოების ტიპური ატრიბუტი“; ამის მიუხედავად, აღიარებული იყო მისი აუცილებლობა როგორც საშინაო, ისე საგარეო ვაჭრობაში. პროფესორი ი. როჟკოვი, ზოგადად, საბჭოთა რეკლამას მითად მიიჩნევს, ასევე, მითად მიიჩნევს საგარეო ვაჭრობის რეკლამასაც, საერთოდ აქარწყლებს მას და პროპაგანდას უწოდებს.¹ მაგრამ საბჭოთა რეკლამა არსებობდა, მრავალფეროვანი საშუალებებითაც ვრცელდებოდა, თუმცა, საგანმანათლებლო, საინფორმაციო და ფორმალურ ფასადურ ფუნქციას უფრო ასრულებდა, ვიდრე მარკეტინგულს.

¹ А.П. Грицук. История отечественной рекламы. Советский период. Учебное пособие для очно-заочного и заочного обучения. - М.: МГУ печати, 2004. ст. 7 <http://www.vipstudent.ru/index.php?q=lib&r=17&id=1194518630&p=0>

ამ პერიოდის საბჭოთა რეკლამა ძირითადად პლაკატის სახით იყო წარმოდგენილი და ხშირად მაღალმხატვრული და კრეატიულიც იყო.

საბჭოთა რეკლამის თავისებურებას წარმოადგენდა მისი იდეოლოგიზაცია და პროპაგანდის ნაწილად გადაქცევა. საჭირო იყო ეჩვენებინათ, რომ „რკინის ფარდის“ მიღმა ქვეყანა ვითარდება და განსხვავებული იდეოლოგიის მიუხედავად, თავისი ცხოვრების წესით დასავლურ სამყაროს არ ჩამოუვარდება. რეკლამა არ იყო და ვერ იქნებოდა კონკურენციის ინსტრუმენტი, რადგანაც ხშირ შემთხვევაში რეკლამას უკეთებდა იმას, რაც დეფიციტური იყო და რისი შეძენაც თავისუფლად არ შეიძლებოდა; მაგალითად, ტურისტული სააგენტო „სპუტნიკის“ საგზურებს დასასვენებელ სახლებსა და სანატორიუმებში. ეს წმინდა წყლის პროპაგანდას წარმოადგენდა, რადგანაც დასასვენებელი და სამოგზაურო საგზურები დეფიციტური იყო საბჭოთა კავშირის არსებობის მთელ პერიოდში.

50-იან წლებში მოსახლეობის ძირითად ნაწილს არ შეეძლო შეეძინა არსებული საქონელი მისი სიძვირის გამო. ამიტომ ობიექტური მოთხოვნა რეკლამაზე არც არსებობდა. პრაქტიკულად არ იყო რეკლამა საბჭოთა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებშიც. მიუხედავად ამისა, 1957 წელს პრაღაში სოციალისტური ქვეყნების რეკლამის მუშაკთა საერთაშორისო კონფერენცია გაიმართა, სადაც დასახეს სავაჭრო რეკლამის ძირითადი ამოცანები: სოციალისტური სავაჭრო რეკლამა მოწოდებულია – აღზარდოს ადამიანთა გემოვნება, განუვითაროს მათ მოთხოვნილებები და ჩამოუყალიბოს მოთხოვნა საქონელზე, რაც მისცემს სტიმულს და განავითარებს ახალი და უკეთესი საქონლის წარმოებას. აქვე დაასკვნეს, რომ ყველაზე მასობრივი და სავაჭრო საწარმოებისათვის ხელმისაწვდომი არის რეკლამა მაღაზიის ფანჯრებსა და შიდა სივრცის ვიზუალური გარებები. შესაბამისად, სარეკლამო საქმიანობის აქცენტი მაღაზიების ინტერიერის და ექსტერიერის დიზაინზე იყო გადატანილი.

60-70-იან წლებამდე საბჭოთა რეკლამა ძირითადად

პლაკატის სახით იყო წარმოდგენილი. მკვლევართა უმეტესობა საბჭოთა რეკლამასთან შედარებით უპირატესობას რევოლუციამდელ რუსულ სარეკლამო პლაკატს ანიჭებს; ეს ასეც შეიძლება იყოს, თუ არ გავითვალისწინებთ პოლიტიკურ, სოციალურ და კულტურულ გარემოებებს. დაბალი ხარისხის ქაღალდისა და პოლიგრაფიის, მოშლილი ეკონომიკის პირობებში, რევოლუციამდელი რეკლამის ჩამტკბარი და დახვეწილი სტილი რევოლუციურმა აღმაფრენამ და აგიტაციამ შეცვალა. ამ პერიოდის რეკლამის აღმავლობა ვლადიმერ მაიაკოვსკის უკავშირდება, რომელმაც თავის თანამოაზრებთან ერთად ბრძოლა გამოუკადა კანცელარიულ, მოსაწყენ საოქმო სტილს. ამ გუნდმა თავის თავს „რეკლამ-კონსტრუქტორები“ შეარქვა.

კონსტრუქტივიზმი, 20-იანი წლების საბჭოთა ხელოვნების ძირითადი მიმართულება, კარგად მოერგო ბეჭდურ გრაფიკასა და პლაკატს, თავისი ეკონომიკური ფორმით, რაციონალური და სადა გამომსახულობით. ამ პერიოდის სარეკლამო პლაკატისათვის დამახასიათებელია აგრესიული და „მიმწოლი“ პერსონაჟების ფრონტალური ან პროფილური გამოსახულება, ფერის შეზღუდული პალიტრა (ძირითადად შავი და წითელი ფერების შეხამება), მსხვილი შრიფტი და დიდი ძახილის ნიშნები.

პლაკატის გმირები მიმზიდველად, ხშირად მსუბუქი იუმორით იყვნენ გამოსახული, მათი ატრიბუტები საბჭოთა საზოგადოების სოციალურ კუთვნილებას გამოხატავდა: «Галоши Резинотреста», მხიარული, შეიძლება ითქვას, აუიტირებული გლეხი ქალი, რომელსაც მარცხენა ხელი მკერდზე აქვს მიდებული, მარჯვენათი კი „კალოში“ (ასე მოიხსენიებდნენ რეზინის ფეხსაცმელს, რომელსაც იყენებდნენ ძირითადი ფეხსაცმლის დასაცავად ტალახისა და სისველისგან) გაშლილ მკლავში უპყრია და შვებით (რომ ის მასთან არის) და ნეტარებით შეჰყურებს; პლაკატი ძალიან დინამიკურია გადამდები ექსპრესიით; ან, დონის თამბაქოს სახელმწიფო ფაბრიკის პაპიროსის რეკლამა «Наша Марка»; პლაკატზე გამოსახულია იმ პერიოდის სოციუმის ჯგუფური

პორტრეტი. გიგანტური კოლოფის გავლით მწკრივში მიდიან: წითელარმიელი, მუშა, მოსამსახურე კაცი და ქალი, რომელიც მერყეობს, შეიძინოს თუ არა პაპიროსი. კაცი თითქოს გაოცებულია მისი მერყეობით, უკან მომავალი გლეხი კი კოლოფს უწვდის და გასინჯვას სთავაზობს. გლეხს ეჯახება „ნეპმენი“ ქალი, რომელსაც ეჩქარება ამ პაპიროსის შეძენა, ქალს კი მაღვით მიჰყება „ნეპმენი“ კაცი. მთელი რეკლამა იდეოლოგიური კონკურენციით არის გამსჭვალული და უპირატესობას მუშათა და გლეხთა სახელმწიფოს საწარმოს პროდუქტს ანიჭებს, რომელსაც თვით კონკურენტებიც კი მოიხმარენ.

კიდევ ერთი დამახასიათებელი ნიშანი: ამ პერიოდის რეკლამა ხშირად შუა საუკუნეების მოძახურის ინსტიტუტს გვახსენებს; ტექსტები თუ პერსონაჟები კივილით გვამცნობენ სარეკლამო შეტყობინებას. მაგალითად, ლენინგრადის სახელმწიფო გამომცემლობა **ЛЕНГИЗ-ის** რეკლამა: გრაფიკაში ჩასმულია ქალის ფოტო პროფილში (მაიაკოვსკის მეგობარი ლილია ბრიკი), რომელსაც ხმის გასაძლიერებლად პირთან ხელის მტევანი აქვს მიტანილი და კივის - „წიგნები ცოდნის ყველა დარგში“! გრაფიკულად წარწერა, წიგნები, ქალის ბაგებიდან მახვილი კუთხით იშლება და რუპორს მოგვაგონებს.

ზოგადად, ამ პერიოდის რეკლამა ძალიან დინამიკური და აქტიურია. სარეკლამო პლაკატის ძირითადი ფონი ცხოვრების სტილია, ინდუსტრიული აღმშენებლობის, ამწევების, ქარხნების, საამქროების და საკვამურების სილუეტები, ორთქლმავლები და თვითმფრინავები. სახელმწიფო საწარმოების პროდუქცია ნატურალისტური და შელამაზებული იყო, ეს ტენდენცია საბჭოთა რეკლამაში ბოლომდე შეინარჩუნა.¹ ნეპის პერიოდის დამთავრებასთან ერთად კონკურენციაც ისპობა და რეკლამაც 30-იანი წლებიდან ნაკლებად აქტიური და მშვიდი ხდება, თუმც, გარკვეული აღფრთვანების პათოსი მაინც იგრძნობა.

სამამულო ომის შემდგომი პერიოდი და 50-ანი წლებიც განსაკუთრებით გამორჩეული არ იყო, თუ არ ჩავთვლით, რომ

¹ <http://www.savok.org/reklama/>

ამ დროს დაიბადა პირველი საბჭოთა სარეკლამო კინორგოლი „მომღერალი სიმინდი“. რგოლი სიმინდის, როგორც ძვირფასი საკვები პროდუქტის პოპულარიზაციას ახდენს. ამბობენ, ნიკიტა ხრუშჩოვის პირადი მითითებით შეიქმნა (ცნობილია ხრუშჩოვის განსაკუთრებული დამოკიდებულება სიმინდის მიმართ; მისი მმართველობის პერიოდში ის ძირითად სასოფლო სამეურნეო კულტურად იქცა და გავრცელდა სრულიად საბჭოთა კავშირის მასშტაბით, ყველა მინიმალურად შესაფერ კლიმატურ ზონაში). რგოლი 2:03 წუთი გრძელდება და ოპერეტის უანრშია გადაწყვეტილი. სამზარეულოში თავდაჯერებული ენერგიული მზარეული შემოდის და სიმღერით აქტიურად უწევს პროპაგანდას ჯანსაღ საკვებს. ამ დროს ყველა კარი იღება, შემოდიან სიმინდის ტაროები, სიმინდის კონსერვის ქილები და ადგილს იკავებენ პროდუქტის თაროზე. გაოცებული მზარეული მიმართავს, „მოიცადეთ, ნუ იჩქარებთ“! და ეკითხება: – „საიდან ხართ?

ტაროები:

- ყუბანიდან!
- ჩვენ აზერბაიჯანში, სამხრეთის თბილ ქვეყანაში ვიზრდებით!

- ყაზახეთის ყამირიდან!

მზარეული:

- გასაგებია, და რა გსურთ?

ტაროები:

- ჩვენ გვინდა მოვხვდეთ მენიუში!

მზარეული:

- მაპატიეთ, მაგრამ მენიუს არ შევცვლი!

მაშინ სიმინდი თავის მრავალფეროვან მენიუს

წარმოადგენს:

- სალათები, ფაფები, პუდინგები, ტორტები, საუზმეც და გარნირიც!

მზარეული:

- რა კერძებია, პირდაპირ საოცრება! ყოველდღე მოვამზადებ!

ქალი სიამოვნებით, ბედნიერი ღიმილით მიირთმევს

ტაროს.

მზარეული ასკვნის:და მე თქვენ დაუფარავად გეტყვით - ეს კერძები იოლად, ძალისხმევის გარეშე, ნებისმიერ დიასახლისს გამოუვა ყოველდღე“!

რგოლში დიდაქტიკური პათოსიც შეიგრძნობა და მთლიანობაში მყარ კომუნიკაციურ კონცეფციაზეა აგებული. ქვეცნობიერ დონეზე აპელირებს ერთ-ერთ მთავარ ფასეულობაზე - ჯანმრთელობაზე; ფუნქციურად - პროდუქტის (სიმინდის) სარგებლიანობაზე; სოციალურად - ჯანსაღი „კულტურული“ ფენის წევრობაზე; სულიერად - უკიდეგანო საბჭოთა კავშირის მოძმე ხალხებისა და ტერიტორიების განვითარებაში ჩადებული ინგესტიცია; მენტალურად, მისი მომზარებლის ჯანმრთელობის გაძლიერებაა იოლად მოსახმარი იაფი პროდუქტით.

სიუჟეტურ პერიპეტიაში თავდაჯერებული მზარეულის გადარწმუნება სიმინდს ძალადობრივი გზით (შეჭრით) მოუხდა, სერიოზული დამარწმუნებელი არგუმენტებით (მრავალფეროვანი კერძების თვალსაჩინო დემონსტრირებით) შეძლო სკეპტიკოსი მზარეულის გადარწმუნება. ვიზუალური გადაწყვეტა - დიდი, თავდაჯერებული მზარეული და ანიმაციური ბავშვური სიმინდის ტაროები, იმ დროისათვის ძალიან პოპულარული მუსიკალური ჟანრი - ოპერეტა, ხელს უწყობს შორეული მხარეებიდან მოსული ბავშვური სიმინდებისადმი ლოიალური დამოკიდებულების ჩამოყალიბებას. ეს სრულიად თანამედროვე რეკლამა ჟანრული გადაწყვეტით, დრამატურგიით, გამომსახველობით (ანიმაციასთან კომბინაცია), მონტაჟით¹.

ეს პერიოდი, ასევე, უკავშირდება მსოფლიოში პირველი რეაქტიული სამგზავრო თვითმფრინავებით მასობრივი ავიაგადაზიდვების დაწყებას, რამაც ინფორმაციული მხარდაჭერა მოითხოვა და უკვე 60-იანი წლების დასაწყისში გაჩნდა ცნობილი საბჭოთა სლოგანი - «Летайте самолётами Аэрофлота!». ამ პერიოდიდან საბჭოთა სარეკლამო ცხოვრება შედარებით ცოცხლდება. ყალიბდება საუწყებო და სახელმწიფო

¹ (<http://propagandahistory.ru/69/Reklamnye-roliki-v-Sovetskoy-Soyuz--CHast-I>

სარეკლამო ორგანიზაციები როგორც ცენტრალური, ისე რესპუბლიკური: Главкоопторгреклама, Союзторгреклама, Союзреклама, რომლებშიც შედიოდა რესპუბლიკური და საოლქო სარეკლამო ფილმების საწარმოო-შემოქმედებითი და გაქირავების საწარმოები (Союзрекламфильм და ა.შ.). 1964 წელს საგარეო ვაჭრობის სამინისტროსთან ყალიბდება უმსხვილესი სახელმწიფო სარეკლამო გაერთიანება Внешторгреклама, რომელსაც პროფესორი როჟკოვი მითს უწოდებს და თვლის, რომ ეს მხოლოდ პროპაგანდა იყო.¹ ეს ორგანიზაცია აქტიურად მონაწილეობს რეკლამის საერთაშორისო კონკურსებსა და ფესტივალებში და მრავალი მაღალი დონის ჯილდოც აქვს მიღებული (160 ჯილდო).

ამ დროისთვის რადიო და ტელერეკლამა პირველ ნაბიჯებს დგამდა. სარეკლამო განცხადებების განყოფილებაში ერთი რედაქტორი მუშაობდა. საქართველოს ტელევიზიაშიც, ასევე, ერთი ასრულებდა ამ სამუშაოს. მოგვიანებით, ცენტრალური ტელევიზიის მეორე არხით რამდენიმე ყოველთვიური სარეკლამო გადაცემა გადიოდა; მათ შორის «Больше хороших товаров», რომელსაც კომბინატი Телепрессторгрекламა ამზადებდა. წამყვანები წარმოადგენდნენ ნიმუშებს, აცნობდნენ ახალ საქონელს, მაღაზიასა და მომსახურებას, თხრობას კი ფოტოილუსტრაციებით ან ნიმუშების დემონსტრირებით ამდიდრებდნენ.

70-იანი წლებიდან შედარებით უკეთეს მდგომარეობაში აღმოჩნდნენ უკრაინისა და ბელორუსის რადიო და ტელევიზია. სარეკლამო გადაცემებს სისტემატური ხასიათი ჰქონდა და, მაგალითად, ლვოვის ტელევიზია თანამედროვე ტექნოლოგიებსაც იყენებდა სარეკლამო მიმართვებში. ტელევიზიების გარდა, რეკლამის წარმოება უკვე მრავალი კინოსტუდიის გეგმებში იყო ჩართული. 80-იან წლებისთვის სიტუაცია იცვლება, საბაზო ეკონომიკის ჩამოყალიბების პროცესი აცოცხლებს ინტერესს რეკლამის მიმართ, საბჭოთა ბაზარზე უცხოური კომპანიები იწყებენ შემოსვლას. იმავე

¹ Грицук А.П. «История отечественной рекламы» ст.- 7; www.vipstudent.ru

პერიოდიდან საბჭოთა ბაზარზე უკვე შემოსულია იტალიური ფიატი, შემოდიან სხვა უცხოური ფირმებიც: პეპსი-კოლა, მალბორო, მაკ დონალდსი, სოიუზ აპოლლონი (რომელიც საბჭოთა თამბაქოს მრეწველობისა და Philip Morris-ის ერთობლივი ნაწარმი იყო). ამ ფირმების პროდუქცია მთელი საბჭოთა კავშირის მასშტაბით ვრცელდებოდა, დეფიციტური იყო და რეკლამა არც სჭირდებოდა.

ამ პერიოდში თბილისშიც არსებობდა სახელმწიფო სარეკლამო ორგანიზაციები: ვაჭრობრეკლამა, რომელიც ძირითადად სავაჭრო ობიექტებს აფორმებდა და ცეკავშირის კოოპრეკლამა, რომელიც რესტორნებს და ცეკავშირის სხვა ობიექტებს აფორმებდა. ეს იყო ძირითადად ინტერიერების და ექსტერიერების გაფორმება და ნეონის რეკლამები (მაგალითად, „დალიეთ ქართული ღვინო!“ – ვაგზლის მოედანზე). ასევე, იყო ქართული ჩაის, ღვინის და ლუდის რეკლამა გმირთა მოედანზე, ე. წ. თერთმეტსართულიანსა მის გაგრძელებაზე არსებული სახლის სახურავზე. დღემდე შემორჩენილი ქართული ჩაის რეკლამა გმირთა მოედნის კომპლექსში, ყოფილი სოფლის მეურნეობის სამინისტროს (საქაბრემუმის) შენობის თავზე.

„საბჭოეთში ყველაფერი მოქცეული იყო უმკაცრესი პარტიული ცენტურის ქვეშ და სახელმწიფოს მიერ მკაცრად კონტროლდებოდა... 1921 წლიდან - საქართველოში კომუნისტების შემოჭრიდან, ვიდრე 1991 წლამდე - საბჭოთა კავშირის დაშლამდე, საქართველოში რეკლამაზე საუბარს აზრი არა აქვს“, - აღნიშნავს ილია ფერაძე წიგნში „რეკლამის ისტორია“.¹ ამ მოსაზრებას ნაწილობრივ შეიძლება დავთანხმოთ, რადგანაც საქართველოში სარეკლამო კულტურის განვითარებისთვის არსებობდა წანამდლვრები, როგორც გარე რეკლამის სახით, ასევე, სატელევიზიო ეთერში.

ამ პერიოდის სატელევიზიო პროგრამებს თუ გადავხედავთ, ვნახავთ, რომ თითქმის ყოველდღე ეთერში გადის „განცხადებები“ (ფერადი ტელევიზით); რუბრიკის ეთერში

¹ ილია ფერაძე, „მარკეტინგული კომუნიკაციები: „რეკლამის ისტორია“, წიგნი I, თბილისი 2010; გვ. 297

გასვლის დრო, დღე და საათი არასტაბილურია და სისტემურ კანონზომიერებას არ ექვემდებარება, ზოგჯერ ყოველდღეა I და II არხის საღამოს ეთერში, ან მხოლოდ II არხის ეთერში ჩნდება. ეთერში გასვლის დრო კი მერყეობს 16:45-19:55 საათს შორის. გარდა ამისა, პროგრამაშია გადაცემები, რომლებიც შემეცნებით-ინფორმაციული ჩარჩოთა შემოსაზღვრული, შინაარსით კი პროპაგანდისტული და აშკარა რეკლამაა. „აზალი წიგნები“ - ეს გადაცემა პირველად 1958 წელს ჩნდება საქართველოს ტელევიზიოთ¹. „ალო, ეს აუქციონია?“, „მოდა გვთავაზობს“ და სხვ. სისტემატურია გადაცემა „დღეს თბილისის კინოთეატრების ეკრანებზე“, რომელიც ეთერში გადის ყოველდღე (იშვიათი გამონაკლისის გარდა), დილით 09:45-11:10 და საღამოს 16:45-17:15 საათს შორის. გადაცემა „კინოაფიშა“ არასისტემატურად, დილის (11:30) და დღის (13:30) ეთერში; „თეატრალური აფიშა“ საღამოს ეთერში (19:30-21:20 შუალედში), თვეში ერთხელ ან ორჯერ არასისტემატურად. ასევე, პროგრამაში შეიძლება მითითებული იყოს სარეკლამო ფილმი („ლებარდე“, 17:25-31.01).² რეკლამა და, მათ შორის, პირდაპირი სატელევიზიო რეკლამა სუსტად, მაგრამ მაინც იყო წარმოდგენილი ტელეეკრანზე. პირდაპირი რეკლამა საქართველოს ტელევიზიაში 80-იანი წლების მეორე ნახევრიდან ჩნდება. საქართველოს ტელევიზიის კინოარქივში ახლახან მივაკვლიეთ და შესწავლის პროცესშია ათ ერთეულზე (15 დასახელების რგოლი) მეტი მასალის ბარათი, რომელზეც მითითებულია, რომ ეს არის რეკლამა. მათ შორის: „ბავშვთა კვება“, „კუზნეცოვის ჭურჭელი“, „პიანინო „ივერია“, „გამოთვლითი ცენტრი“, მოდების საღონი „ირიდა“, „კოსმეტიკური ფაბრიკა“. ბარათები უსისტემოდ არის გაბნეული რუბრიკებსა და უანრებში და მათი მოძიება მხოლოდ თითოეული ბარათის შემოწმებით შეიძლება. სამწუხაროდ, შეიძლება გამოვლენილი იყოს ბარათი, მაგრამ მითითებულ ნომერზე მასალა არ აღმოჩნდეს. ასე არ აღმოჩნდა ანსამბლ „ივერიის“, პიანინო „ივერიის“, „ბავშვთა

¹ „ლაპარაკობს თბილისი“, № 30 (41), 1958.

² „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“, № 4 (1535), 26.01-01.02. 1987.

კვების“ და სხვა რეკლამები.

საქართველოს ტელევიზიის კინოარქივში, ასევე, აღმოჩენილია „ესტონეთის რეკლამფილმის“ (1986) ერთად აკინძული 30-მდე სოციალური რეკლამა საგზაო მოძრაობის წესებზე, მრავალი გონიერამახვილური მიგნებით სიუჟეტურ გადაწყვეტასა და გამომსახველობით რიგში. ფსიქოლოგიური ზემოქმედების გასაძლიერებლად ხშირად მიმართავენ გამოსახვის სხვადასხვა მონტაჟურ ხერხს და მულტიპლიკაციას; ზუსტი და ლაკონურია ტექსტები, განსაკუთრებით ზუსტია ყველა სლოვანი.

სოციალური და კომერციული რეკლამის ელემენტების შერწყმით არის გადაწყვეტილი სახელმწიფო დაზღვევის რეკლამა; იგი აგებულია ე. წ. პარადოქსულ-შოკური მეთოდით, როდესაც ცხოვრებისეულ სცენებში თავს იჩენს პრობლემა, დისკომფორტი, რომლის მოგვარებაც მხოლოდ შეთავაზებული პროდუქტით, ამ შემთხვევაში - მომსახურებით, ხდება შესაძლებელი. სიუჟეტში ჩართულია ფირმის წარმომადგენელი, რომელიც უშუალოდ წარმოადგენს პროდუქტს/მომსახურებას.

ერთ-ერთი პირველი ვიდეორეკლამა საქართველოს ტელევიზიის არქივში, რომელიც უშუალოდ გადაცემაშია ჩართული როგორც რეკლამა, ცენტრალური ტელევიზიის 1987 წლის ცენტრალურ საახალწლო პროგრამაშია წარმოდგენილი - უალკოჰოლო კოქტეილი „ვეჩერნი“. ჩანაწერი არასრულია (84 წუთი) და ორჯერ იჭრება კოქტეილის რეკლამით (მე-17-ე და მე-60-ე წუთებზე), ჭრის ფერადოვანი ტიხარი - „საახალწლო რეკლამა“, რუსულ ენაზე (НОВОГОДНЯЯ/РЕКЛАМА/НОВОГОДНЯЯ), რომელიც ფერად ზოლებზე თანმიმდევრულად იშლება ფერადი შრიფტით. შავ ფონზე, კადრის ზედა მარჯვენა კუთხიდან, ლანგარზე დადებული ნატურმორტი შემოფრინდება, ათინათებით გასხივოსნებული, გირლიანდებდაყრილი სასმელის ბოთლი და ბოკალი. ნატურმორტი ბრუნავს, ფიქსირდება წარწერა „ვეჩერნი“ ახლო ხედზე, კვლავ გრძელდება ბრუნვა და ახლა უკვე სახურავის შეფუთვაზე (შამპანური ღვინოების სტილით)

მახვილდება ყურადღება. სახურავი იხსნება, ბოთლიდან სასმელის შხეფების ნაკადი ამოდის; სურათს კადრის ზედა მხრიდან ეფარება წარწერა შავ ფონზე, ფერადი შრიფტით - **КОКТЕИЛЬ ВЕЧЕРНИЙ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЙ** (კოქტეილი „ვეჩერნი“ უალკოჰოლო). კვლავ გრძელდება პროცესი, ახლა უკვე ბოკალში ისხმება შუშხუნა სითხე, რომელსაც ბოთლზე დატანილი ეტიკეტის სურათი ფარავს წარწერით – „ვეჩერნი“; ეტიკეტი ადგილს უთმობს ბოკალს, რომელიც ვარდისფერი შუშხუნა სითხით ივსება; ამ ფონზე კვლავ მეორდება წარწერა - **КОКТЕИЛЬ ВЕЧЕРНИЙ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЙ**; წარწერა ჭიქის ავსებამდე რჩება და როცა სითხე ჭიქიდან გადმოდის, სურათი ადის კადრის ზედა კიდისაკენ და უკვე ზემის წამყვანი აგრძელებს პროგრამას.

ზემოთ განხილული „მომღერალი სიმინდისაგან“ განსხვავებით, აქ ძნელია რაიმე სარეკლამო კონცეფციასა და უნიკალურ სავაჭრო წინადადებაზე საუბარი. სარეკლამო რგოლი 46 წამის განმავლობაში პროდუქტის მხოლოდ დიზაინსა და დასახელებაზე ამახვილებს ყურადღებას, მაუორულ, შეიძლება ითქვას, შემთხვევით მორგებულ მუსიკალურ ფონზე და მხოლოდ ამ საშუალებით ცდილობს მიმზიდველი გახადოს პროდუქტი და გააჩინოს მასზე მოთხოვნა. თავისი შინაარსით რეკლამა მარტივად არის გადაწყვეტილი, ტექსტისა და სლოგანის გარეშე; უნიკალური სავაჭრო წინადადება მხოლოდ მის უალკოჰოლობაშია (რაც რუსეთის მომხმარებლისათვის მიმზიდველს ვერ გახდიდა მოცემულ პროდუქტს). ეკრანზე 46 წამის განმავლობაში არაფერი ხდება იმაზე მეტი, რაც პირველსავე წამებში იყო გასაგები.

როგორც უკვე არაერთხელ აღვნიშნე, საბჭოთა რეკლამის არარსებობის და უფუნქციობის ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი პროდუქციის დეფიციტი იყო (დეფიციტი, მოგეხსენებათ, ყველაზე კარგი რეკლამაა და მისი ხელოვნურად შექმნა მარკეტინგული სტრატეგიის არსენალშიც შედის).

პეტერბურგელი რეჟისორი-დოკუმენტალისტი იოსებ ტრახტენგერცი, რომელსაც მრავალი საბჭოთა რეკლამა აქვს

გადაღებული, afisha.ru-სათვის მიცემულ ინტერვიუში კითხვაზე:
- „თქვენ ხომ ისეთ საქონელს უკეთებდით რეკლამას, რომლის შეძენაც ხშირად შეუძლებელი იყო?“, - აღნიშნავს: რომ მაგალითად, ფოტოაპარატი **Ломо-компакт** ჩაწოლილი იყო მაღაზიებში; ვიდრე რეკლამა არ გავაკეთეთ, მისით არავინ დაინტერესებულა, წარმოდგენა არ ჰქონდათ მის ღირსებებზე, რეკლამის შემდეგ კი სრულად გასაღდა.¹ 80-იან წლებში საქართველოშიც გადაიტვირთა მაღაზიები მუსიკალური ინსტრუმენტების საწარმოო გაერთიანების პროდუქციით (პიანინოები – „საიუბილეო“, „გორდა“, „ივერია“), რომელიც მანამდე დეფიციტური იყო. ამ პერიოდში ყველაზე პოპულარული გახლდათ ჩეხური პიანინო „PETROF“. თბილისის მუსიკალური ინსტრუმენტების საწარმომაც გამოუშვა პიანინო „ივერია“ იმავე სტილში. გაზრდილი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად გაიზარდა პროდუქციის წარმოების მოცულობაც, რამაც იმოქმედა ხარისხზე. პროდუქცია ვერ ასრულებდა პირდაპირ სამომხმარებლო დანიშნულებას და, ბუნებრივად „ჩაწვა“. გაჩაღდა სარეკლამო კამპანია – სტადიონებზე, ქუჩებში გამოიფინა ორენოვანი (ქართული და რუსული) სარეკლამო ფირნიშები და პლაკატები - „ქართული პიანინო „ივერია“. ჩატარდა აქცია-ლატარეა - ყოველ მეასე მყიდველს შეუძლია ურიგოდ შეიძინოს ავტომობილი „გაზ 24“. როგორც უკვე აღვნიშნე, სარეკლამო რგოლიც გადაუღიათ, რომელიც, სამწუხაროდ, დაკარგულია.

1986 წელს საქართველოს ტელევიზიის ეთერში რუბრიკით – „ხარისხი და პრიორიტეტი“ გავიდა სიუჟეტი მუსიკალური საწარმოო გაერთიანების პრობლემებზე. სიუჟეტში ჩართულია სპეციალისტების კომენტარები (მუსიკის პედაგოგი, ინსტრუმენტის ამწყობი, მაღაზიის წარმომადგენელი-საქონელმცოდნე), რომლებიც ერთხმად აღიარებენ, რომ ინსტრუმენტი არ ვარგა და მოზარდს შეიძლება მუსიკალური

¹ Фестиваль советской рекламы Поящая кукуруза и стеклянные пуговицы. 30 августа 2011. Интервью-Настя Принцева <http://www.afisha.ru/article/soviet-commercials/>

სმენა გადაუგვაროს. საქონელმცოდნე კი ამბობს, რომ აქციის მიუხედავად, ამ წესის (ვადა უცნობია) მანძილზე სულ 76 პიანინო გაიყიდა.

„პერესტროიკის“ პროცესში, თავისუფალი მეწარმეობის განვითარებასთან ერთად, რეკლამა კომერციული ხდება და საქართველოს ტელევიზიაშიც უკვე უშუალოდ პროგრამების შეგნით ინაცვლებს. 1988 წელს, გადაცემა „საღამო მშვიდობისა“ ერთხელ იჭრება ვიდეორეკლამით. კოოპერატიული მოდების სალონ „ირიდას“ 28 წმ. ხანგრძლივობის რგოლი ჩვეულებრივი ინფორმაციული რეკლამაა. ვიზუალურ ნაწილში ყველაზე „ორიგინალურია“ ჭერის სარკეში არეკლილი ქალის ფეხის ტერფების მსხვილი ხედიდან პანორამით გადასვლა საერთო ხედზე - ახალგაზრდა ქალი დარბაზის ცენტრში დგას, მკერდზე, როგორც ჩანს, სადემონსტრაციო ნიმუშები აქვს ორივე ხელით ჩახუტებული და პროცესის დაწყებას ელოდება. კადრს მიღმა ტექსტის კითხულობს ქალის ხმა - მოდების სალონი „ირიდა“ გთავაზობთ გოგონებისათვის თეთრ პერანგებს და შავ ქვედაბოლოებს, ბიჭებისათვის - მოკლე შარვლებს. ცხადდება მისამართი და ტექსტი მთავრდება მოწოდებით - „გთხოვთ გვეწვიოთ!“

ამ დროს კადრში გრძელი პანორამა სალონის სხვა ნიმუშებს ათვალიერებს. შემდეგ კადრში კი ქალი გაშლილ ნიმუშებს აჩვენებს საშუალო ხედზე. დასკვნით კადრში ოპერატორი კვლავ გამოირჩევა „კრეატივით“ - ჩქარი მიახლოება უკუსვლის ეფექტით აციმციმებულ კადრს 90 გრადუსით გადახრის. ეს არის ჩვეულებრივი სარეკლამო განცხადება მოძრავი ხედვითი რიგით, რომელიც იღუსტრაციის დანიშნულებასაც ვერ ასრულებს, ცუდი გამოსახულების, სპონტანურად გადაღებული კადრის უშინაარსობისა და კამერის უმიზნო მოძრაობის გამო.

რეკლამაში ნაციონალური მოტივის შეტანის მცდელობა ჩანს დაუმონტაჟებელ უხმო მასალაში (16 მმ შექცევად შ/თ კინოფირზე) კონდიციონერ „БК-1500“-ის რეკლამისათვის. თხრობითი სიუჟეტი ლუარსაბ თათქარიძის მოტივებზეა

აგებული. გაღელილ ჩოხა-ახალუხიანი ლუარსაბი თანამედროვე ქალაქში დადის, ცხელა. შადრევანში წყალი არ მოდის. მაღალი სახლებით გაოგნებული ლუარსაბი ცდილობს სართულებს ბოლომდე ააყოლოს მზერა და კეფაზე ქუდს იმაგრებს. ამ სიარულში გადაწყდება მაღაზიას, რომლის ვიტრინაზეც ახალგაზრდა ქალი განცხადებას ამაგრებს: “იყიდება კონდიციონერი „БК-1500“ - განვადებით“. ლუარსაბი მაღაზიაშია და კონსულტანტი აცნობს კონდიციონერის სიკეთებს. ლუარსაბი გაოცებულია და სთხოვს გამოუწეროს. მიდის სალაროსთან და იხდის ფულს.

ლუარსაბი ტახტზეა წამოწოლილი, ტახტის ბოლოში კონდიციონერი დგას გაურკვეველ საღვარზე, დარეჯანი ღარიბულ (ღვინო, მწვანილი, პური) სუფრას აწყობს. ლუარსაბი დიდი ყანწით გრძელ სადღეგრძელოს წარმოთქვამს და სვამს. როგორც ჩანს, დარეჯანი და ლუარსაბი დავობენ და ვერ იყოფენ კონდიციონერს; ერთ- ერთ კადრში ლუარსაბი ტახტზე ზის და კონდიციონერი აქვს ჩაბლუჯული. სხვა კადრში ლუარსაბს ბედნიერს სძინავს. მასალაში არის პერსონაჟების მსხვილი სამონტაჟო ხედები, პროდუქტის - კონდიციონერის სარეკლამო პლაკატი და ტახტზე დადებული მხოლოდ კონდიციონერის რამდენიმე ახლო ხედი. მასალიდან ჩანს, რომ სიუჟეტი ზედმეტად არის გავრცობილი გრძელი კადრებით. არ ჩანს პროდუქტის მოხმარების ფორმა. ეს სიუჟეტი ძნელად მიესადაგება სარეკლამო რგოლის აგების რომელიმე წესს ან მეთოდს.

80-იანი წლების ბოლოს ჩნდება ფერადი სარეკლამო რგოლები, სადაც სარეკლამო ტექნოლოგიების გააზრების, მისთვის კომუნიკაციური ფუნქციების მინიჭების მცდელობა ჩანს. უხმო სარეკლამო რგოლი - წიგნის მაღაზია „მეგობრობა“ - გადაღებულია იმდროინდელი საინფორმაციო სიუჟეტის სტილში, რეპორტაჟულად, ხელით, რაიმე დამატებითი გადამდები ტექნიკის გარეშე. ხალხით გადავსებული წიგნის მაღაზია, სხვადასხვა ასაკობრივი და სოციალური ჯგუფები (მისაბაძი მაგალითი), მრავალფეროვანი ლიტერატურა, ცნობილი და

პოპულარული მხატვრების ტილოების რეპროდუქციები (ასორტიმენტი), კატეგორიების მიხედვით განაწილება (იოლი ძებნა ინტერესის სფეროს მიხედვით).

ამავე პერიოდის კიდევ ერთი სარეკლამო რგოლი - აკუმულიატორისთვის საჭირო სითხე „ავტომბულსი“: ავტოპროფილაქტორიუმის საერთო ხედი, წინა პლანზე ძველი აკუმულიატორები აწყვია. შემდეგ კადრში „ავტომბულსის“ სითხის ჭურჭელი ჩანს, ძრავიდან ამოღებულ აკუმულიატორზე შემოდგმული. ხელოსანი ხსნის ავტომობილის ძრავის სახურავს. ხსნის თავსახურებს აკუმულიატორის ბლოკებს და ასხამს სითხეს ჭურჭლიდან „ავტომბულსი“. ძრავი ამუშავდება, კვლავ მსხვილ ხედზე ვხედავთ ჭურჭელს „ავტომბულსი“. რეკლამა დოკუმენტურ ჟანრშია გადაწყვეტილი, ჩანს პრობლემა და მისი გადაწყვეტის საშუალება, გასწავლის, როგორ უნდა მოიხმარო პროდუქტი.

მომსახურების სფეროს, სამკურნალო-დიაგნოსტიკური და ალასტიკური ქირურგიის ცენტრის რეკლამებში (3 რგოლი) გამოყენებულია წარმომადგენლის და სპეციალისტის მიერ მომსახურების და დიაგნოსტიკურ-სამკურნალო ტექნოლოგიების დემონსტრირება.

გაზეთ „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისის“ 1987 წლის ნომრებში გამოქვეყნებული საქართველოსა და ცენტრალური ტელევიზიების პირველი და მეორე არხების პროგრამების შესწავლით, შევეცადე დამედგინა პირდაპირი რეკლამის ეთერში გასვლის დინამიკა. პირდაპირი რეკლამა გადაიცემოდა საქართველოს ტელევიზიის პირველი და საკავშირო ტელევიზიის მეორე არხით (რომელიც 1987 წლის 4 იანვრიდან უკვე შეუზღუდავად ვრცელდებოდა საქართველოს ტელევიზიის მე-6 და 28-დეციმეტრული არხებით მხოლოდ თბილისა და მის შემოგარენში). პროგრამა შევარჩიე პრინციპით: 1987 წლის პირველი ოთხი თვე სრულად; მომდევნო თვეები - მაისი - შუა ორი კვირა; ივნისი-ოქტომბერი - პირველი და ბოლო კვირა. შედეგი გვიჩვენებს, რომ რეკლამის გადაცემის დღე და საათი უსისტემოა. საქართველოს ტელევიზიით რეკლამა

გადაიცემა 17:15-19:50 სთ. ინტერვალში, ხოლო ცენტრალური ტელევიზიის II არხით - 15:10-20:50 სთ. ინტერვალში. რეკლამის გადაცემის ინტენსივობა პრაქტიკულად თანაბარია შესაძარებელ პერიოდში: 1987 წ. იანვარი-აპრილის ჩათვლით ორივე არხით რეკლამა გადაიცა 12-12-ჯერ. მომდევნო თვეებში, მაისი-ოქტომბერი (შედარებულ პერიოდებში), საქართველოს ტელევიზიით რეკლამა გადაიცა 6-ჯერ, საკავშირო ტელევიზიის II - არხით – 8-ჯერ.

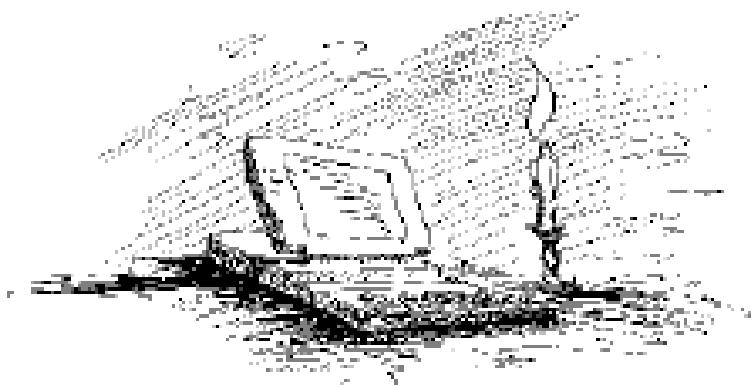
შესწავლილი მასალის საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საბჭოთა კავშირში შეეძლოთ სათანადო რეკლამის კეთება, თუ ამას იდეოლოგია მოითხოვდა (მაგალითად, საგარეო სავაჭრო რეკლამა); გეგმიური წარმოების და სამომხმარებლო საქონლის დეფიციტის პირობებში რეკლამაზე მოთხოვნა არ იყო, მაგრამ ამის მიუხედავად, რეკლამა სუსტად, მაგრამ მაინც ვთარდებოდა. საქართველოში პირდაპირი სატელევიზიო რეკლამა 80-იან წლებში გაჩნდა, თუმც, დასაწყისში ის საერთოდ არ ატარებდა მარკეტინგულ-კომუნიკაციურ ნიშნებს, ეს ელემენტები მხოლოდ 1989 წლიდან იწყებს ჩასახვას.

გამოყენებული მასალა:

„ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“;
№3 (14)-№52 (63) 1958 წ;
№1 (64)-№3 (66) 1959 წ;
№8 (1122) 1979 წ;
№2 (1533)-№17(1548); №19(1550)- №20(1551); №23
(1554); №25 (1556); №27 (1558); №29 (1560); №31
(1562); №34 (1565); №36 (1567); №3 9(1570); №42
(1573) 1987 წ.

სტატია მომზადებულია სსმ „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“
არქივის მასალებზე დაყრდნობით.

ԵՐԵՎԱՆԻ ՏՈԹՈՎՈՅԱՆ



ამბივალენტობის ჯოჯოხეთში

გამოჩენილი ნორვეგიელი მხატვარი ედვარდ მუნკი ძალზედ უცნაური, წინააღმდეგობებით აღსავსე პიროვნება იყო, რომლის სულიერი მდგომარეობის საუკეთესო ამსახველად მისივე შემოქმედება იქცა. მუნკის ნახატები აღსავსეა ტანჯვის, შიშისა და ფატალური გამოუვალობის განცდით. მუნკის აღქმით სამყარო სასტიკი ქაოსია, ადამიანი – ნგრევის იმპულსით შეპყრობილი, ნებისმიერი ურთიერთობა ურთიერთდამორჩილებისა და ურთიერთდათრგუნვისკენ მსწრაფი.

მომხიბვლელი მამაკაცი, მრავალი ქალის ტრფობის საგანი, ახალგაზრდობაშივე აღიარებული მხატვარი – ედვარდ მუნკი, მისივე თქმით, არასოდეს ყოფილა ბედნიერი. მოკლებული იყო სიცოცხლით ტკბობისა და სიხარულის განცდის უნარს. შიში, შფოთი, უნდობლობა და გაღიზიანება მისი მუდმივი თანამგზავრნი იყვნენ. თუ არ გინდა ბედისწერის დაკრულზე იცეკვო, თავი უნდა მოიკლა, – ამბობდა მუნკი. ბედისწერად კი მისთვის მისივე ხასიათი იქცა. გარდაცვალების შემდეგ გამოქვეყნებული მხატვრის მემუარები, მისი პირადი მიმოწერა იმ კაცის აღსარება იყო, რომელმაც მთელი ცხოვრება სულიერ ჯოჯოხეთში გაატარა.

მრავალრიცხოვან ავტოპორტრეტს შორის ერთ-ერთზე, მიქელანჯელოს მსგავსად, მუნკა საკუთარი თავი სწორედ ჯოჯოხეთში მყოფი წარმოაჩინა. სხეული ცეცხლში ეწვოდა, სახე კი ტკივილისაგან ჰქონდა აღრეული.

სულიერი სიმშვიდე არასოდეს ღირსებია. ავად გახდომის პარანოიალური შიშით შეპყრობილი, ღამე ხშირად იღვიძებდა თერმომეტრზე დასახედად. საწოლზე დაკიდებული თერმომეტრის მაჩვენებელი თუ 22 გრადუსზე ქვევით იწევდა, სასწრავოდ აძლიერებდა გათბობას.

მუნკი ადრეულ ასაკშივე აღმოჩნდა სიკვდილისა და ავადმყოფობის თვითმხილველი. ხუთი წლის იყო, როდესაც დედამისი – ახალგაზრდა, მომხიბვლელი ქალი, ჭლექისგან

გარდაიცვალა. რამდენიმე წელიწადში ჭლექმა მისი დაც იმსხვერპლა. მუნკის ერთ-ერთი და, ბავშვობიდანვე მელანქოლიისკენ მიღრეკილი გოგონა, ჭკუიდან შეიშალა და სულით დაავადებულთა საავადმყოფოში გარდაიცვალა. ოჯახის უფროსი, ისედაც პირქუში ადამიანი, საბოლოოდ რელიგიურ ასკეტიზმში გადავარდა. შვილებთან დაახლოება ვერასოდეს შეძლო.

მუნკის ოჯახში მარტოობისა და დათრგუნულობის ატმოსფერო სუფევდა, რამაც ბევრად განსაზღვრა როგორც მისი პიროვნების, ასევე შემოქმედების თავისებურება.

მუნკის ნახატებში სხვადასხვა ვარიაციით ხშირად მეორდება მომაკვდავთან ახლობლების განშორების თემა. არაერთი სურათი ავტობიოგრაფიული ხასიათისაა და მისი ოჯახის წევრებს წარმოაჩენს. ტილოზე, „ავადმყოფი გოგონა“, მხატვრის და და დეიდა არიან გამოსახულნი. თითქოს ფატალური წარმომავლობის ბურუსში ვხედავთ ლოგინზე წამომჯდარ გოგონას, მშვიდი განწირულობის იერით. იქვე საწოლზე მგლოვიარედ თავდახრილი ქალი ზის. სურათი საყვარელ ადამიანთან განშორების იმ განცდითაა აღსავსე, რომელიც თავადაც ძალზე ნაადრევად ეწვია სურათის ავტორს.

ასევე ავტობიოგრაფიული ხასიათის სურათზე — „მომაკვდავის ოთახი“ — კვლავაც გარინდული სასოწარკვეთის ატმოსფერო სუფევს. შეძრწუნებისაგან განხევებული ოჯახის წევრები მომაკვდავის ოთახში იმყოფებიან. სახით მხოლოდ ერთი ადამიანი — მხატვრის უფროსი და ჩანს. საერთო დარღის მიუხედავად, ოჯახის არც ერთი წევრი არ იყურება ერთმანეთისაკენ, ურთიერთგამიჯნულნი, თავის თავში ჩაკეტილნი არიან. სიკვდილის წინაშე ადამიანთა ერთობაც უძლურია და ვერ მოაქვს შვება. ადამიანი მარტოსული რჩება ძლიერი განცდის პირისპირ.

სურათზე — „ფანჯარასთან დამის პერანგში მდგარი გოგონა“ — კვლავ მხატვრის და არის წარმოჩენილი — სიფრიფანა, თითქოს გამჭვირვალე სხეულით. ფანჯა-

რასთან მისულ გოგონას წინაშე მოთეთრო-მონაცრისფრო სივრცეა გადაშლილი, თითქოს ამორფული უპერსპექტივობის გამომხატველი. გოგონას შიშველ ფეხებთან, ერთმანეთის გასწვრივ ვხედავთ იატაკზე უძრავად სწორად განლაგებულ ორ ბალიშს, რომლებიც სამარის ფილებს უფრო მოგვაგონებს. ადამიანი, მუნკის აღქმით, გამოღვიძებასაც კი ვერ ასწრებს, რომ სამუდამოდ განსასვენებელში გაეშურება.

ბალიში მუნკის წარმოსახვაში სიკვდილთან ასოცირდება. უძილობა ხშირად აწუხებდა. გამოღვიძებისას კი ლოგინში ვერასოდეს ჩერდებოდა, ოთახში წრიალს იწყებდა. უძრავად წოლა სიკვდილს ახსენებდა.

უცხო ოთახში შესვლისას ძალზედ ფრთხილობდა, აკვირდებოდა ოთახი „ბოროტი“ ხომ არ არის ან კუბოს ხომ არ წააგავს ფორმით.

თეატრსა და ოპერაში იშვიათად დადიოდა, რადგან ჩაბნელებულ დარბაზში უძრავად ერთ ადგილას ჯდომა თრგუნავდა. მაყურებელთა დარბაზში ყოველთვის დაგვიანებით შედიოდა, წარმოდგენის დასასრულამდე კი გამორბოდა.

შფოთისკენ მიდრეკილს ხშირად ტანჯავდა ჭკუიდან შეშლის შიშიც. ერთადერთხელ მკურნალობდა ფსიქიატრიულ საავადმყოფოში, მაგრამ სიგიჟე, მისი თქმით, მუშაობამ, ხატვის უდიდესმა სურვილმა დააძლევინა.

საავადმყოფოდან გამოსულმა მუნკმა კიდევ ერთი ავტოპორტრეტი დახატა – სიგარეტის კვამლში გახვეული, გადაღლილი, დატანჯული, მაგრამ თავის მიზანსწრაფვაში შეუდრეველი ადამიანისა. აწეულ ხელში ანთებული სიგარეტი სანთელივით უჭირავს.

რწმენა არასოდეს უნათებდა ცხოვრებას. ღმერთი თუ არსებობს კიდეც, ადამიანები სულაც არ ადარდებსო, — ამბობდა მუნკი. ნიჰილიზმმა სამყაროსთან სულისმიერი თანაზიარების შეუძლებლობის განცდა გაუღვივა. თავად სამყარო ადამიანისგან გაუცხოებულ, მტრულ არსად იქცა მისთვის.

მუნკის შემოქმედების შედევრად აღიარებულ სურათზე „ყვირილი“ სწორედ სამყაროს წინაშე შეძრწუნებაა

გამოხატული. შუა ხიდზე გაშეშებულ კაცს თითქოს ძარღვებში სისხლი გაეყინა. ყურებზე ხელები აქვს აფარებული, თვალები ცარიელ ხვრელებად ექცა. სურათის უკანა ხედზე მიწის, ზღვისა და ცის მრისხანედ გამთლიანებულ, ყოვლისწამლეპავ სტიქიას ვხედავთ.

მუნკი თავისი ნახატის პერსონაჟივით სიზმარში ხშირად ხედავდა როგორ ლამობს დაიყვიროს, განიმუხტოს მტანჯველი შფოთისაგან, მაგრამ ამაოდ, პარალიზებული ხმასაც ვერ იღებს.

ცხადში კი მხატვარი ყოველმხრივ გაურბოდა ესოდენ მტრულ გარე სამყაროს. სახლი გალავანით ჰქონდა შემორაგული. გალავანს გარს ერტყა რკინის მავთულები. სახლს, ციხე-სიმაგრეს რომ წააგავდა, ჯაჭვზე მუდმივად დაბმისგან გაავებული ძალები იცავდნენ. ძალლებს პატრონი სძულდათ, პატრონს კი — ძალლები. ჩემი ძალლები თუ არ დააბი, შეგჭამენო, — ამბობდა მუნკი. მის ნახატზე გამოსახული ცხოველებიც სასტიკი მტაცებლები არიან.

მაგრამ ყველაზე დიდი მტაცებელი მისთვის ქალი იყო. ქალები ამქვეყნად კაცის სიცოცხლის გასამწარებლად არსებობენ, — ამბობდა იგი. ქალი წურბელასავით მოგეკრობა, მიაქვს დრო, ენერგია, საყვარელ საქმეს გაშორებს. დაოჯახებული კაცი, მისი თქმით, იფიტება, ლოყები უცვივდება, თვალები შუშისებური უხდება, ვამპირული ბუნების ქალი კი ენერგიით ივსება და იფურჩქნება.

მუნკის ცხოვრებაში ქალები მრავლად იყვნენ. არც ერთ მათგანს არ იხსენებდა გაღიზიანების გარეშე. ჯერ კიდევ ადრეულ ახალგაზრდობაში, მიტოვებული საყვარლის მიერ ნასროლმა ტყვიამ სამუდამოდ დაუმახინჯა ხელი. ამ შემთხვევამ კიდევ უფრო განამტკიცა მისი ქალთმოძულეობა.

სასიყვარულო ურთიერთობებს სწრაფად და მოულოდნელად წყვეტდა. ერთხელ საყვარელთან ერთად მატარებლით მგზავრობისას, გაჩერებაზე გაუფრთხილებლად ჩავიდა. გაურკვეველი მიზეზით მიტოვებულ ქალს მგზავრობის გაგრძელება მარტოს მოუწია. მუნკი კი ამბობდა, — მთავარია

თავს დროზე უშველო და კრიტიკულ მომენტში საყვარელს ხელიდან გაუსხლტეო. როგორც კი იგრძნობდა ქალის გავლენის ქვეშ მოქცევის საშიშროებას, მაშინვე თავს გაქცევით შველოდა. ხშირად სხვა ქალაქებსა ან სხვა ქვეყნებში გარბოდა.

მუნკის ერთ-ერთი საყვარელი, ფრიდრიხ ნიცშეს და – ელისაბედ ნიცშე იყო. მუნკის დახასიათებით ეს ქალი ნამდვილ აფთრად წარმოგვიდგება. ნიცშესული გამონათქვამი კი ქალთან წასვლისას ხელში მათრახის დაჭერის საჭიროების შესახებ, მისი აზრით გერმანელი ფილოსოფოსის დის ბუნებას საოცრად მიესადაგებოდა.

ტილოზე – „ვამპირი“, მუნკმა ქალი საშინელი, ფრთებგაშლილი მონსტრის სახით წარმოაჩინა. შიშველი ქალის მიწაში ფესვგადგმულ-ჩაკირული კიდურები ობობას ქსელს მოგვაგონებს. სახე სასტიკი სფინქსივით შეუვალი აქვს. ფრთებგაშლილი ურჩხულის გარშემო ერთი მამაკაცის ჩონჩხსა და სხვათა დაშლილი ნეშტის ნაწილებს ვხედავთ.

ბუნებრივია, რომ მუნკი არასოდეს დაქორწინებულა. ბერლინში მოგზაურობისას ცნობილი შვედი მწერალი, მასავით ქალთმოძულე ავგუსტ სტრინდბერგი გაიცნო. მუნკისგან განსხვავებით, სტრინდბერგმა სამჯერ იქორწინა. სამჯერვე უიღბლოდ. მთელი ცხოვრება სასურველ ქალებთან ომებში გაატარა და თავისი შემოქმედებაც სქესთა შორის ბრძოლის თემას მიუძღვნა.

ორ დიდ სკანდინავიულ ხელოვანს ბევრი საერთო აღმოაჩნდა, – მათ შორის, გემოვნებაც. ორივე ერთდროულად გატაცებული იყო პოლონელი პოეტის ცოლით, რომლის სახლშიც ხშირად ხვდებოდნენ ერთმანეთს. მაგრამ საბოლოოდ ქალი, კიდევ ერთმა შეყვარებულმა მამაკაცმა, რუსმა თავადმა, ეჭვიანობის ნიადაგზე მოკლა. მუნკი იხსენებდა, რომ ამ ქალის პორტრეტის შექმნისას მისთვის დამახასიათებელი მტაცებლური მაგნეტიზმის გამოხატვა სცადა. მუნკისა და სტრინდბერგის თავისებური მეგობრობა და მრავალწლიანი მიმოწერა ამ, ორივესთვის მეტად უიღბლო, სასიყვარულო ისტორიით დაიწყო.

სტრინდბერგი იმხანად ხატვით იყო გატაცებული. უზომოდ პატივმოყვარეს, ნორვეგიელი მხატვრის გაცნობისას მასთან გაჯიბრების სურვილი გაუჩნდა. ქედმაღლურად განუცხადა, რომ მუნკის წინაშე უდიდესი სკანდინავიელი მხატვარია. მუნკმა ირონიულად მიუგო, რომ ასეთ შემთხვევაში სტრინდბერგის წინაშე უდიდესი სკანდინავიელი მწერალი დგას.

მუნკმა სტრინდბერგის პორტრეტის ხატვა გაცნობისთანავე დაიწყო. ერთ-ერთ სეანსზე მწერლის გამოსახულება ჩახატულ ჩარჩოში ჩასვა, რომლის მარჯვენა მხარესაც შიშველი ქალის სილუეტი ამშვენებდა, როგორც დიდი შვედი მწერლის მტანჯველი ვნების სიმბოლო.

მხატვართან მომდევნო სეანსზე მისულმა სტრინდბერგმა პისტოლეტი ამოილოვერდით დაიდო და მეტად არაორაზროვანი სიმკაცრით გააფრთხილა მუნკი, რომ პორტრეტი ყოველგვარი უცერემონიო მინიშნებების გარეშე დაესრულებინა.

მუნკი მისთვის უჩვეულო ლოიალურობით გამოირჩეოდა მონათესავე სულის მქონე სტრინდბერგის მიმართ. კარგი ურთიერთობა ჰქონდა ნიცშესთან, იბსენთან, ჰამსუნთან. საერთოდ, მუნკი უფრო მომთმენი იყო პირქუში ხასიათის ადამიანებთან. საშინლად აღიზიანებდნენ ლალი და მხიარული პიროვნებები.

თავად მეტად კონფლიქტური იყო. განსხვავებულ აზრს ვერ იტანდა. ერთხელ მეგობართან, მხატვარ კარსტენთან, წაკამათებისას განრისხებულმა დამბაჩიდან ესროლა და სულ მცირედით ააცდინა ტყვია. ამ შემთხვევის გამო ხშირად სინანულს გამოთქვამდა. შემთხვევით გადარჩენილ კარსტენს თავის უსაყვარლეს მეგობრად მიიჩნევდა.

მუნკი ავადმყოფურად გაორებული პიროვნება იყო. რაც უფრო ძლიერ სურდა რამე, მით უფრო ძლიერ უნდოდა საწინააღმდეგოც. ხალხსაც გაურბოდა და მარტოობისგანაც იტანჯებოდა. უყვარდა ნათესავები, მაგრამ ურთიერთობა არ ჰქონდა მათთან. განსაკუთრებით უფროს დას აქებდა, შესანიშნავი ადამიანია, მაგრამ დანახვისთანავე ნერვებს მიშლისო. ახლობლების ამბებს მუნკი მათი მეზობლებისგან იგებდა. მოსვენებას კარგავდა, თუკი რომელიმე მათგანი ავად ხდებოდა. ნათესავებს მუდმივად ეხმარებოდა ფინანსურად,

გულუხვად ასაჩუქრებდა, მათი ცხოვრებით ინტერესდებოდა, მაგრამ მათთან ყოველგვარ ურთიერთობას, დარეკვასაც კი ერიდებოდა.

მარტოობისაგან დატანჯული ხშირად დადიოდა სადგურზე. ამბობდა – სადგური ერთადერთია, სადაც ადამიანი ისვენებს, შეუძლია ხალხში იყოს, მათთან უშუალო ურთიერთობის დამყარების გარეშეც.

ვერაფერი ვერ იხსნის ადამიანს მარტოობისაგან – გვამცნობენ მუნკის ნახატები. ნებისმიერი ურთიერთობა კრახით მთავრდება. სურათზე „ფერფლი“, ყოფილ შეყვარებულებს ვხედავთ. სასიყვარულო ვნებათაღელვის ჩაცხობის შემდეგ, კიდევ უფრო გამოფიტულნი, მიუსაფარნი და სასოწარკვეთილნი რჩებიან შემზარავი სიცარიელის პირისპირ.

„ქრისტიანიის ბოჭემა“ – მაგიდასთან შემომსხდარ, სიგარეტის კვამლში გახვეულ, ნამთვრალევ ადამიანებს წარმოაჩენს. თითოეული მათგანი ერთმანეთისგან პირქუში შეუვალობითაა გამიჯნული. მოქეიფეთა ზურგს უკან ლანდებს ვხედავთ. მუნკისეულ პერსონაჟს აჩრდილივით თან დაპყვება ბნელი ორეული და შინაგანი გახლეჩილობის ჯოჯოხეთში აგდებს.

„ქრისტიანიის ქუჩა“ – გაშლილ გამზირზე ზურგიდან დანახული ადამიანები მისეირნობენ. უმეტესწილად ქალები არიან – გაშლილი ქოლგებით ხელში. თითოეული მათგანი ქოლგაში ისევეა გამომწყვდეული, როგორც საკუთარი ნაჭუჭის სატუსაღოში.

ბენებრივია, რომ მაქს რეინჰარდტმა თავის ერთ-ერთ ყველაზე პირქუშად აღიარებულ სპექტაკლს, იბსენის „მოჩვენებანის“ დადგმის სცენოგრაფიად მუნკი მოიწვია, სცენური ატმოსფეროს წამყვანი ლეიტმოტივის, – ფატალურობის წინაშე მზარდი უძლურების განცდის ერთ-ერთ სახიერ გამოშატველად მუნკისეული სცენოგრაფია იქცა; მოქმედების ადგილი – სასტუმრო ოთახი გამყინავი მოჟამულობის შთაბეჭდილებას ახდენდა. ოთახის ფანჯრიდან ნაცრისფერი ცის პეიზაჟი მოჩანდა, რომლის უიმედო ღრუბლიანობას ოთახის ნაცრისფერი კედლები ეხმიანებოდნენ. საკმაოდ დიდ, მაგრამ ნახევრად ცარიელ

ოთახს, — სხვადასხვა კუთხეში კანტი-კუნტად განლაგებული ავეჯი არასიმყუდროვის იერს ანიჭებდა. ოთახის ინტერიერი მარტოსულ ადამიანთა უსიხარულო თანაარსებობის ამრეკლავ საცხოვრისს წარმოაჩენდა, სადაც თითქოს არასოდეს არავინ იცინის და რომლის დამთრგუნველ სიჩუმეში აბეზარი უწყვეტობით ისმოდა გამოდარების უპერსპექტივობის შეგრძნების გამომწვევი ქარისა და წვიმის ხმა.

მუნკმა დიდხანს იცოცხლა. ოთხმოც წელს მიტანებული მხატვარი მოულოდნელად გარდაიცვალა გულის უქმარისობისაგან. მშვიდ ძილში უმტკივნეულოდ განისვენა. სიკვდილი, რომლის შიში მთელი ცხოვრება ტანჯავდა, ისე უწვია, ვერც კი გაიგო.

გარდაცვალების წინ კიდევ ერთი ავტოპორტრეტი შექმნა, „საათსა და საწოლს შორის მდგარი კაცი“. სურათის ავტორი ოთახში უძრავად, ბრძანების მომლოდინე ჯარისკაციით დგას. სურათის ერთ მხარეს კედლის მთელ სიგრძეზე საათს ვხედავთ, მეორე მხარეს კი — ლოგინს. მათ შორის მორჩილად მდგარი კაცისთვის განკუთვნილი სასიცოცხლო დრო საოცარი სისწრაფით იწურება და სიკვდილისკენ მიაქანებს.

მარტოსული მხატვარი სურათებს თავის შვილებად მოიხსენიებდა. დედის ალერსს ძალზე ნაადრევად მოწყვეტილი მხატვრისთვის სამყარო იმ დედინაცვლად იქცა, რომელიც ვერასდროს მიიღო ნდობითა და სიხარულით, სიყვარული მისთვის დანაკარგის განცდისაგან განუყოფელი აღმოჩნდა. მუნკის ნახატებში გარდატეხილ-არეკლილი მისი განცდები აღსავსეა იმ ზოგადადამიანურ სატკივართან თანაზიარებით, რომლის გამოხატვაც ედვარდ მუნკმა სწორედ თავის შემოქმედებაში შესძლო.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Стенерсен Р. Эдвард Мунк. М., 1972.
- Баб Юлиус, Макс Реингардт, М., 1913.
- Театр XX века. М., 2002.

დოპტორანტა სამაცნეოებრ სტატიები*

* ნაშრომები იბეჭდება პროგრამის ზელმძღვანელების რეკომენდაციით.
სტატიის სტილი დაცულია.

პაატა იაკაშვილი,
კინომცოდნეობის მიმართულების დოქტორანტი
ხელმძღვანელი – პროფ. გიორგი გვახარია

**მემარცხენეთა შემოქმედებითი პრიცეპი კაბის
ცენზურული ხასიათის გამოვლენა
რეალობის ინტერპრეტაციისას**
(სახიობითი ფილმის „ხაბარდას“ მაგალითზე)

20-იანი წლების ბოლოს და 30-იანის დამდეგს კომუნისტური რეჟიმი აძლიერებს ნეგატიური ხასიათის პოლიტიკურ და იდეოლოგიურ ზემოქმედებას ტრადიციული ლირებულებების წინააღმდეგ, რომლის საბოლოოდ უარყოფა მისი ერთ-ერთი უმთავრესი მიზანი იყო. ყველაფერი კეთდებოდა ამ მიზნის შესასრულებლად. ძველი თბილისის ნგრევა ამ ზემოქმედების ერთ-ერთი მაგალითი იყო.

1929 წლის 24 იანვარს გაზეთში „მუშა“ ვინმე ს. მამულია აკრიტიკებს გერონტი ქიქოძის ასეთი სახის პატრიოტულ გამონათქვამს:

გ. ქიქოძე წერს: „გადაჭარბებულ პატრიოტობაში ნუ ჩამომართმევთ, თუ ვიტყვი, რომ როგორც ევრაზიას ძველი მატერიკის შუაგული უჭირავს, ისე საქართველოს შუაგული უჭირავს მუდმივ ჭალარა და მუდმივ ახალგაზრდა ტფილისის კედლებს და ახალი ქვეყნის ტალღები ეხეთქებიან როგორც ოკეანის მოქცევა და მიმოქცევა“.

„მოქ. ქიქოძეს არ ესმის და ან არ უნდა გაიგოს, რომ ძველი ტფილისი, დიდი ხანია, რაც რომ დაანგრიეს ახალი ქვეყნის ტალღებმა და ახლა ჩვენ გვაქვს ახალი ტფილისი მუშების ტფილისი“.

უპასუხებს გერონტი ქიქოძეს ეს ვიღაც მამულია. უბედურება ის იყო, რომ მის სიტყვებს არა იმდენად სიმბოლური მნიშვნელობა პქონდა, რამდენადაც ფაქტის კონსტატაციას წარმოადგენდა.

მიხელ ჭიაურელის მიერ 1931 წელს გადაღებული ფილმი

„ხაბარდა“ ქართულ კინოში აგრძელებს „კულტურული რევოლუციის“ თემას და იმ დროს ფორმირებად „სოციალური რეალიზმის“ პრინციპების ყველაზე ნათელი გამომხატველია. ცხადია ამის გამო მასში, ეროვნული ღირებულებების მიმართ კიდევ უფრო ნიპილისტური დამოკიდებულება იგრძნობა.

სიტყვა „ხაბარდა“ ქართულად „გზიდან ჩამომეცალეს“ ნიშნავს. ეს გზა, ფილმის ავტორების აზრით „ახალ ცხოვრებას“ უნდა მისცემოდა, რაც მმართველი კომუნისტური რეჟიმის დირექტივის მიხედვით ძველის უარყოფით უნდა მომხდარიყო. სცენარის ავტორმა ს. ტრეტიაკოვმა და რეჟისორმა მ. ჭიაურელმა სრულად განახორციელეს ეს მითითება და შექმნეს ქართული კინოს ისტორიაში ყველაზე პროგოგაციული ფილმი, რომელიც მაშინაც და ახლაც ეროვნული ღირსების მქონე ადამიანების აღშფოთებას იწვევს. ერთი შეხედვით ფილმს ასეთი რეაქცია არ უნდა გამოეწვია, რადგან შეიძლება გეგონოს, რომ გაუგებრობაზე აგებული კომედია: ტაძარი, რომლის დაცვასაც ფილმის პატრიოტულად განწყობილი პერსონაჟები ცდილობენ, როგორც ბოლოს ირკვევა, კულტურულ-ისტორიულ ღირებულებებს არ წარმოადგენს. ეს კი ბუნებრივია სიძველეთა დამცველებს სასაცილო მდგომარეობაში აყენებს, მაგრამ ფილმის ხასიათი, მისი აზრობრივი მიზანდასახულება — მითუმეტეს, ამ ყველაფერს იმ ისტორიული პერიოდის თვალსაზრისით თუ შეხედავთ, რომელშიაც ის არის გადაღებული — ასეთი დასკვნის საფუძველს სულაც არ იძლევა.

დავიწყოთ იქნეან, რომ 1921 წლიდან დაწყებული კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა საქართველოში საშიში გახდა და მას ადამიანების სიცოცხლე ეწირებოდა. მოვიხმობ გახმაურებულ მაგალითს: „ხაბარდას“ ეკრანზე გამოსვლიდან ექვსი წლის შემდეგ, მეტეხის ტაძრის და ციხის დაცვის მცდელობისათვის, რომელსაც კომუნისტები დანგრევას უპირებდნენ, დააპატიმრეს და დახვრიტეს მხატვარი დიმიტრი შევარდნაძე. არის ბევრი სხვა ნაკლებად ცნობილი ფაქტი, მსგავსი პატრიოტული ქმედების აღკვეთისა, ამიტომ, იმ ადამიანების პაროდირება, რომლებიც თავისი სიცოცხლის

ფასად ქართულ კულტურას ფარად ეფარებოდნენ უზნეობა
იყო და არის...

„ხაბარდას“ სიუჟეტი ს. ტრეტიაკოვამა და მ. ჭიაურელმა
ასეთ ამბავზე ააგეს: თბილისის ერთ ძველ უბანში დაზიანებული
და გამოუსადეგარი ნაგებობების, სახლებისა და ეკლესიის
დანგრევას მსხვერპლი მოჰყვა. ამან დააჩქარა ხელისუფლების
გადაწყვეტილება, რომ ეს უბანი ძველი შენობებისაგან
გაწმინდონ და მშრომელთათვის ახალი სახლები ააგონ
(კომუნისტთა პოპულისტური პოლიტიკის ტიპიური ნიმუში).
ამ გადაწყვეტილების მომხრეებს სიძველეთა განსაკუთრებით
კი ეკლესიის დამცველნი უპირისპირდებიან.

ასეთია ფილმში კონფლიქტის მიზეზი. მაშინ საქართველოში
ეკლესიებს მხოლოდ შენობის სიძველისა და უვარგისობის
გამო არ ანგრევდნენ. ეს ანტირელიგიური კომპანიის ნაწილი
იყო, მაგრამ ფილმის ავტორმა მხარეთა შორის დაპირისპირება
რელიგიურიდან სოციალურ სფეროში გადაიტანეს, რათა
მოგებიან პოზიციაში აღმოჩენილიყვნენ; აქცენტების
გადაადგილების შედეგად გამოდიოდა, რომ ათეისტები კი არ
ძალადობდნენ მორწმუნებზე და ეკლესიებს კი არ უნგრევდნენ
მათ, არამედ ავარიული ნაგებობები უნდა დაეშალათ და მათ
ადგილზე მუშებისათვის ახალი და კარგი საცხოვრებელი
სახლები აეგოთ... ცხადია ასეთი პუმანური და სოციალურად
გამართლებული იდეის წინააღმდეგ გამოსული ძალები,
უკიდურესად კონსერვატორები, ყოვლად ბნელი რეაქციას
წარმომადგენლები უნდა ყოფილიყვნენ. ასე ნაწილდებიან
სიუჟეტის ლოგიკის მიზედვით პერსონაჟები.

კარგები ისინი არიან ვინც ანგრევს, ცუდები კი ვინც ამ
ნგრევას ეწინააღმდეგება... ამ უკანასკნელებს მიეკუთვნებიან
ფილმის მთავარი გმირები დიომიდე და ლუარსაბი. აქ კიდევ
ერთ დრამატურგიულ ხერხთან გვაქვს საქმე: ეკრანული
დროის უმეტესი ნაწილი ეკლესიის დამცველთა ლიდერების
პაროდირებას ეძღვნება, მაშინ როცა ფილმის „დადებითი“
პერსონაჟები კომკავშირელ-კომუნისტი „დამანგრეველები“
გაკვრით არიან ნაჩვენები. მაშასადამე, ამ ორი ძალის

შეპირისპირებას და შეფასებას მაყურებელი ვერ ახდენს. მასზე შთაბეჭდდება სატირის იმ ქარ-ცეცხლმა უნდა მოახდინოს, რომელშიაც გახვეულან „უარყოფით“ პერსონაჟები დიომიდე და ლუარსაბი. ფილმის ავტორები მათ გროტესკულ პორტრეტს საგანგებოდ ძერწავენ: დიომიდე ჩასუქებული, ლოყებლაულაუ, ლიპიანი, შავწვერა კაცია. მას კარგი ცხოვრებისათვის გემოს გამგები, ამასთან უაღრესად ამბიციური ადამიანის სახე აქვს. მხრებზე მანტია მოუსხამს, როგორც XX საუკუნის მხატვრებს, ზოგადად ხელოვანთ ე. წ. „თავისუფალი პროფესიის“ არტისტული ბუნების მქონე ადამიანებს. ფილმის მსვლელობისას კი ეს მანტია სულ უფრო ასოცირდება მსაჯულის მანტიასთან. ამითი მინიშნებაა გაკეთებული, რომ დიომიდეს პრეტენზია აქვს მსაჯულობისა, რათა განსაჯოს თუ რა არის ერის კულტურული მემკვიდრეობა და რა არა. ამასთან, ის საოცრად ენერგიული და შეუპოვარი ადამიანია. დიომიდე ეკლესიის გადარჩენას მაშინაც ჯიუტად ცდილობს, როცა გაირკვა, რომ ეს ყბადაღებული ნაგებობა არ არის ქართული კულტურის ძეგლი და რუსეთის იმპერატორის ალექსანდრე III დროს აუშენებიათ. დიომიდეს მონუმენტური ფიგურა, მისი ბრძოლის პერიოკა, მეტყველი პათეტიკური მანერები, მაქსიმალურად არის გამოყენებული ფილმის ავტორების მიერ პერსონაჟის ირონიზირებისათვის, რათა დისკრედიტირებულ იქნას მისი პოზიცია. მაგრამ, ს. ტრეტიაკოვს და მ. ჭიათურელს ეს არ აკმაყოფილებდა და ისინი სატირის მახვილს დიომიდეს მომხრეებისაკენაც მიმართავენ: ეკლესიის კედლის ქვას დიომიდე გულში ჩაიკრავს და დამანგრეველთა მიმართ რისხვით აღვსილი მანტიის ფრიალით ქუჩაში მიპერის. იქ კი უსაქმურად მყოფი მისი მომხრეები ხეებს მიპყრდნობიან და თავიანთი სიმძიმით გადაუზნექიათ კიდეც. უსაქმურთა ბრძოლა გაქცეულ დიომიდეს გამოედევნება. ეკლესიის დამცველთა ამ აღელვებული მასის ირონიზირების მიზნით ავტორები აღელვებული ზღვის კადრებს გვიჩვენებენ, აღტკინებული უსაქმურების შედარება ბუნების სტიქიასთან მაყურებელთა ღიმილს უნდა იწვევდეს, ხოლო შემდეგ კადრებში, მათი საბოლოოდ გაშარების მიზნით, დიომიდე და

მისი მხარდაჭერები, დაფილაფებით ხელში, საქვეყნოდ განგაშის ამტეხებად წარმოგვიდგინეს.

სიძველეთა თავგამოდებული დამცველები მხარდაჭერისათვის ურყევ ავტორიტეტს ლუარსაბს მიმართავენ „მხოლოდ ის გაიგებს, მხოლოდ ის“. ასეთია მათი რწმენა. ამ ურყევი ავტორიტეტის მქონე კაცის სახლს სავიზიტო ბარათის შინაარსის მქონე, მარმარილოს დაფა ამშვენებს:

„ფილატელისტების საზოგადოების წევრი.

ქართული არქეოლოგიური საზოგადოების წევრი.

დამცველთა კოლეგის წევრი.

ცხოველების მფარველთა საზოგადოების წევრი.

ვეგეტარიანელთა საზოგადოების თავმჯდომარის მოადგილე.

ქვეყნის ისტორიული ძეგლების დამცველთა საზოგადოების თავმჯდომარე.

ლუარსაბი“.

ლუარსაბის მრავალმხრივი მოღვაწეობის აღნიშვნასაც ავტორები პაროდიის კანონების გამოყენებით ცდილობენ. მაქსიმალურად ხაზგასმულია ის, რომ ყველა საზოგადოების წევრი სინამდვილეში არაფრის გამკეთებელი არ არის, და სინამდვილეში ეს კაცი რას წარმოადგენს არავინ იცის, თუმცა მის გარშემო შემოქმედებითი და ტექნიკური ინტელიგენცია შემოკერებულა, რაკი მას ეროვნული კულტურის დიდ მოამაგედ მიიჩნევენ, ოღონდ რა დამსახურებისათვის გაუგებარია, მაგრამ მოქანდაკე მაინც ძერწავს მის ბიუსტს. ამით ფილმის ავტორები ირონიულ მინიშნებას აკეთებენ იმის თაობაზე, რომ თავად ლუარსაბია „კულტურული მექანიზრეობა“.

კომიკურია ამ კინოგმირის წარდგომა თაყვანისმცემლების წინაშექოცა ეს უკანასკნელი მის სასტუმრო ოთახში აღმოჩნდნენ. ხედავენ ლუარსაბის სკულპტურულ გამოსახულებას. თვითონ ის კი ოთახში არ არის, მხოლოდ თეჯირზე გადაკიდებული მისი შარვალი ჩანს... თაყვანისმცემლები დაბნეულები დგანან, ამ დროს შარვალი ნელ-ნელა ჩაცურდება თეჯირის მეორე მხარეს და ცოტა ხანში თეჯირიდან გამოდის უკვე

შარვალჩაცმული ლუარსაბი და ნაპოლეონის პოზაში დგება, მისი ნახვით გაბედნიერებული თაყვანისმცემლების წინაშე...

სულ უფრო გესლიანი ხდება სატირა: ლუარსაბი ეროვნულ-კულტურული მემკვიდრეობის მცველი და თავად კულტურული მემკვიდრეობა, თავისი ხანგრძლივი მემკვიდრეობის აღსანიშნავი უბილებე ფიქრობს. ამ დროს ლუარსაბი ავად ხდება. ცნობილ ექიმთა კონსილიუმი ერის სიამაყის გადარჩენას ცდილობს. ლუარსაბს ჰგონია, რომ კვდება და ნახულობს სიზმარს, რომ ის მოკვდა... და საკუთარ დასაფლავებას თავად ხელმძღვანელობს... დასაფლავების სცენაში მიწეილ ჭიაურელი იმ ქართულ ტრადიციასაც გადასწვდა, ერისთავის წმიდათაწმიდა რომ არის და აქ ის საბოლოოდ კარგავს ზომიერების გრძნობას: ლუარსაბის თაყვანისმცემელთა შორის ატყდება დავა, თუ სად უნდა დაკრძალონ ის, მთაწმინდის პანთეონში თუ სხვაგან. ამ სცენაში მ. ჭიაურელმა დიომიდე და მისი მომხრები შუასაუკუნეების ქართველ რაინდთა საჭურვლით აღჭურვა. ამის წყალობით დაჩაჩინაკებული ინტელიგენცია, რომელსაც იარაღი აუსხამს, ერთ და იმავე დროს უბადრუკიც არის და სასაცილოც. მათი ეს საბრძოლო შემართება გამოიწვია სურვილმა თავიანთი ბელადი წმინდა მიწაზე დაკრძალონ მთაწმინდაზე, ივერის ოქროს ღრუბელზე დავდგათ მისი კუბო“, ასეთია მათი მოთხოვნა. ამის გამგონე ლუარსაბი, რომელიც კუბოდან გადმოსცერის მის აღიარების ამ სცენას, ბედნიერი იღიმება.

ლუარსაბის მთაწმინდაზე დაკრძალვის მომხრეებმა გაიმარჯვეს, ახლა ცეკვით მიიწევს პანთეონისაკენ, ცეკვავენ ჩარლსტონს. ცეკვით სვლას დირიჟორობს თავად ლუარსაბი. ამ დროს გამოჩნდება დირიჟაბლი, ის რეჟისორს ახალი სოციალისტური წყობისა და მის მიერ დამკვიდრებული ცხოვრების წესის სიმბოლოდ აქვს გააზრებული. მოცეკვავე-მოტირალები ამას სწორად აღიქვამენ: „მათი დირიჟაბლი“, აღმოხდებათ მათ და მიუღებელი რეჟიმის ტექნიკურ მიღწევათა ამ განსახიერების, მოულოდნელი გამოჩენით თავზარდაცემულნი კუბოს დააგდებენ და იქედან კისრისტებით მირბიან. ამ დროს

სიზმარი მთავრდება და პირში თერმომეტრგაჩხრილ ლუარსაბს ეღვიძება.

ლუარსაბი და დიომიდე ერთად განაგრძობენ ბრძოლას ეკლესიის გადასარჩენად, ისინი მიდიან „არხეოლუსტან“ (წარწერა რუსულადაა შესრულებული, როგორც ფილმის სხვა დანარჩენი წარწერები) ამ უცნაური სახელის მქონე მოხელეს, ფილმის ავტორთა დაცინვის საგნად რომ ქცეულა, ჩანს წარსულის რეალიების დაცვა ევალება. ის მათ თხოვნას ასეთ რეზოლუციას ადებს: „ეკლესია, როგორც ძეგლი აღდგენილი უნდა იქნეს“. ლუარსაბი და დიომიდე გამარჯვებას ზეიმობენ, მაგრამ ამაოდ. ეკლესიას ანგრევენ და ვხედავთ ახალი რაიონის მაკეტს. წარსულის დამცველთა ბელადები მარცხდებიან. მიუხედავად ამისა, ლუარსაბს მოღვაწეობის ორმოცი წლისათვის იუბილეს უხდიან და დიდი დამსახურების ნიშნად თავზე რუსთაველის ქუდს ახურავენ.

მიხეილ ჭიაურელი უნიჭო ადამიანი არ ყოფილა. პირიქით, ის მრავალმხრივი ნიჭით დაჯილდოებული იყო, მაგრამ „ხაბარდას“ ნიჭიერად შექმნილ ნაწარმოებს ვერ უწოდებ. საქმე არც იმაშია, რომ კინოში ახალი მოსული გახლდათ, ეს ფილმი მისი დებიუტი ნამდვილად არ ყოფილა, მის მესამე რეჟისორულ ნამუშევარს წარმოადგენდა, მიზეზი სხვა რამეშია. ყველაფერი რაც ამ ფილმისათვის გააკეთა მ. ჭიაურელმა: ს.ტრეტიაკოვთან ერთად დაწერილი სცენარი, მასში აღძრული პრობლემა და გამოყენებული მხატვრული ხერხები, კომიკურ სიტუაციათა გათამაშება, სატირა, გროტესკი, კარიკატურა, საკმარისი არ აღმოჩნდა სრულყოფილი მხატვრულ ნაწარმოების შესაქმნელად. წარუმატებლობას კონიუქტურული ხასიათის ფილმების პრინციპებიდან გამომდინარე რამდენიმე ტრადიციულად ქცეულ მიზეზი ჰქონდა: პირველი ეს უკიდურესი ტენდენციურობაა და სათქმელის მოტანისას სწორხაზოვნობა, ფილმში დადებითი პერსონაჟები მხოლოდ მუშა და ტექნიკოსი არიან, პროლეტარიატის წარმომადგენლები, ინტელიგენცია კი უარყოფითად არის ნაჩვენები, არც ერთი ქართველი ინტელიგენტი დადებით გმირად არ არის გამოყვანილი. ასე

ცალსახად პერსონაჟების კარგებად და ცუდებად დაყოფამ ფილმის ავტორთა კლასობრივი ცნობიერების პრიმიტიული ხასიათი წარმოაჩინა.

მიხელ ჭიაურელი თავის უარყოფით დამოკიდებულებას პატრიოტულად განწყობილი ინტელიგენციის მიმართ არ მაღავდა და 30-იანი წლების დასაწყისში ფილმის „ხაბარდას“ გადაღების შემდეგ, იმ ტიპის ინტელიგენტებზე, რომლებიც ასე გაშარებულად გვიჩვენა თავის სურათში და რომელთა ბედიც თავის ერთ-ერთ გამოსვლაში ასე განსაზღვრა: „ოუ მომავალ ხუთწლედშიც დგას საკითხი კლასის ლიკვიდაციისა (იგულისხმება ინტელიგენცია — ე. ო.) აქ უეჭველად ივარაუდება ის ელემენტები, რომლებიც არიან „ხაბარდაში“ ამ კლასს აქვს რაღაცნაირი განკერძოება მუშათა კლასისაგან“¹.

უცნაური ლოგიკაა, რეჟისორი თავის ფილმში ტენდენციურად წარმოაჩენს პატრიოტულად განწყობილ ქართულ ინტელიგენციას. შემდეგ თავის მოსაზრებას აზოგადებს სოციალური თვალსაზრისით და ბრალს სდებს ინტელიგენციას მუშათა კლასის მიმართ განკერძოებულ დამოკიდებულებაში, რაც სსრკ-ში სახელმწიფო ღალატის დონის დანაშაულად ითვლებოდა. კონიუქტურული მიზნებით გამოწვეული მსგავსი ამ პროვოკაციული ქმედებისა, საქართველოში არსებული კოლონიურ-კომუნისტური რეჟიმის, სტალინურ პერიოდშიც ძნელი საპოვნია...

მ. ჭიაურელი პატივს არ სცემდა პატრიოტულად განწყობილ ინტელიგენციას და დასაღუპავად იმეტებდა მას, ამით თავის ნეგატიურ დამოკიდებულებას გამოხატავდა. აქედან მომდინარეობს მეორე მიზეზიც; ქართული სულიერი ღირებულებისადმი ნიპილისტური დამოკიდებულება. ფილმში ასეთი ეპიზოდია: მოჩანს ქალაქის ძველი უბანი — აივანი, სახლები. ერთ-ერთ აივანზე ეროვნულ ტანსაცმელში ჩაცმული არასექსუალური გარეგნობის ქართველი ქალი დგას, ამ ეპიზოდში კადრის სივრცე შეზღუდულია, იქმნება შთაბეჭდილება,

¹ ოკუჯავა ე. „მიხელ ჭიაურელი — ხელოვანისა და დროის ურთიერთ-კავშირი მიხეილ ჭიაურელის შემოქმედებაში“, ქართველ კინორეჟისორები, ნარკვევების კრებული, ნაწილი II, 2007 წ. გვ. 79

რომ შეზღუდულია ის გარემო, სადაც ტრადიციული და კონსერვატიული ღირებულებებია თავმოყრილი. ასე ხედავს ამ გარემოს რეჟისორი და ამ ეპიზოდის ხასიათი ყოველივე ეროვნულისადმი – რომლის ცენტრალური ფიგურაც ეროვნულ სამოსში გამოწყობილი ქართველი ქალია – ისეთივე ნიკლისტურია, როგორც იმავე 1931 წელს ვინმე ნაროუშვილის ლექსი ასევე ქართველ ქალზე:

„კიდევ მეშჩანი... „ქართველი ქალი“

შავ-თმა ხუჭუჭა, ქართველოსანი,

„ქართული“ მიწის როგორც წუნკალი

დინგით მთხრელი და მისი მგოსანი.“¹

დღახ, არის რაღაც საერთო მიხეილ ჭიაურელის „ხაბარდას“ ზემოთ მოყვანილ ეპიზოდისა და ფ. ნაროუშვილის „პოეტურ“ უბადრუკობას შორის.

რაც შეეხება ფილმის იმ ეპიზოდებს, სადაც ახალი სახლების მშენებლობაა ნაჩვენები, კადრის სივრცე ფართოვდება. ცხადია, ამაში ჩანს ახლისადმი რეჟისორის დამოკიდებულება.

მ. ჭიაურელი ყოველგვარი ობიექტური მოტივის გარეშე, სატირის მახვილით მუსრავს ქართულ ინტელიგენციას და ყველაფერ იმას, რაც ფასეულია ქართული კულტურისათვის. მან არც შოთა რუსთაველი დაინდო და არც მთაწმინდის პანთეონი. არადა, არც ქართველ ინტელიგენტებს მიუციათ თავისი უკიდურესი რეტროგრადობით ვინმესთვის საბაბი ასეთი სატირული კომედიის შექმნისა და არც ქართული სულიერი ღირებულებები იყო თავისი არსით ანტიკუმანური და ანტისოციალური მოვლენა, სწორედ ამიტომ ვერ შეასრულა დასახული ამოცანა ფილმში მთაწმინდის პანთეონისაკენ ჩარლსტონის ცეკვით სვლის ეპიზოდმა.

20-იანი წლების ბოლოს და 30-იანი წლების დასაწყისში ქართულ ხელოვნებასა და ლიტერატურაში ცეკვას დრამატურგიული ფუნქცია მიენიჭა, ის პერსონაჟის სულიერ განწყობას, ან მის ცვლას გვიჩვენებს, ან კიდევ რეჟისორის დამოკიდებულების გამოხატულებას ამბავთან მიმართებაში

¹ ნაროუშვილის ფ., პოლიტიკური პოეტის დუკლარაცია, 1931 წ. გვ. 27

და ამ ყველაფრის გამო კინოში რამდენჯერმე გამოიყენეს სხვადასხვა უანრის ფილმებში. ასე მაგალითად: ნიკოლოზ შენგელაიას „ელისოში“. ჯერ ადამიანური თანადგომის გამოვლენას ვხედავთ „ცეკვით შენების“ ეპიზოდში, შემდეგ კი სულიერად დაცემული ხალხის „ცეკვით გადარჩენის“ სცენებს გვიჩვენებს რეჟისორი. კოტე მიქაბერიძის „ჩემ ბებიაში“ ბიუროკრატის ოჯახის პიროვნები და მდაბიური მორალის „ცეკვით მხილების“ მოწმე ვხდებით. ხოლო, მიზეილ გელოვანის „ნამდვილ კავკასიელში“ ობივატელის „ეგზოტიკური“ ხასიათის ბოდვების „ცეკვით პაროდირებას“.

ამიტომ, გასაკვირი არ უნდა ყოფილიყო, რომ ავტორისეული სათქმელის ცეკვით გამოხატვის მხატვრულმა ხერხმა და მისთვის დამახასიათებელმა სიმბოლურმა მნიშვნელობამ მიზეილ ჭიაურელის ყურადღება მიიქცია და მასაც მოუნდა თავის ფილმში ამ მხატვრული ხერხის გამოყენება. ოღონდ საქმე ისაა თუ როგორი აზრის გამოსახატავად გამოიყენა მან ის?

ზემოხსენებული ფილმებიდან პირველში ავტორთა პოზიცია გასაგები და მისაღები იყო, რადგან ერს საკუთარ თავში სასიცოცხლო ძალის პოვნისა და მორალური ამაღლებისაკენ მოუწოდებდა. მაყურებელში ოპტიმისტურ განწყობას წარმოშობდა... ხოლო, მეორე და მესამე ფილმებში საზოგადოების მანკიური მხარეები იყო მხილებული და პაროდირებული.

მიხეილ ჭიაურელს კი სხვა მიზანი ჰქონდა: ის ცეკვით მასხრად იგდებდა საზოგადოების საუკეთესო ნაწილს, ერის ინტელექტუალურ პოტენციალს, წარმოაჩენდა მათ როგორც უილაჯოს, დაჩარჩანაკებულს, პატივმოყვარეს, პრეტენზიულს, მშიშარას, თავზარდაცემულს, გაქცეულს, წაქცეულს. ხოლო ეპიზოდში გამოყენებული ცეკვა სულაც არ ემსახურება ხალხის სულიერ ამაღლებას, პირიქით, უფრო სულიერ დაკნინებას უწყობს ხელს.

როცა „ხაბარდაში“ ჩარლსტონის ცეკვას უყურებ, გებადება აზრი, რომ მ. ჭიაურელმა ნახა „ჩემი ბებია“, მასზე შთაბეჭდილება მოახდინა იქ ნაჩვენებმა ჩარლსტონის

ცეკვამ და თავადაც შექმნა თავის ფილმში ანალოგიური ხასიათის სცენა. ოღონდ, საქმე ისაა, რომ კოტე მიქაბერიძის სურათში ცეკვას დრამატურგიული დატვირთვა აქვს. მიხეილ ჭიაურელის ფილმში კი არა... შესაბამისად,,„ხაბარდაში“ ცეკვა არანაირ ემოციურ ზემოქმედებას მაყურებელზე არ ახდენს და მხატვრული თვალსაზრისთაც ნამდვილი უნიჭობაა...

აქ უნდა აღინიშნოს ერთი მეტად ყურადსალები გარემოება: მ. ჭიაურელს და მისი სცენარის ავტორს ს. ტრეტაკოვს (თავად მემარცხენეთა ერთ-ერთ იდეოლოგს) იმავე მიზეზით მოუვიდათ შემოქმედებითი მარცხი, რითაც ასეთი რამ მემარცხენეთა უმეტესობას ემართებოდა. წარუმატებლობის მიზეზი ისაა, რომ მათ ვერ შესძლეს მოცემული იდეოლოგიური დაკვეთისათვის სათანადო მხატვრული ფორმა მოეძებნათ. შესაბამისად იმძლავრა პოლიტიკურმა კონიუქტურამ და სათქმელი იმდენად პირდაპირ ითქვა, რომ პოლიტიკური სატირა (რისი შექმნაც მ. ჭიაურელს სურდა) მისთვის აუცილებელი ჟანრული კანონით ვერ განხორციელდა. შესაბამისად მხატვრულად ვერ განაზოგადა და პლაკატური ფორმით გამოხატულ პოლიტიკურ ბრალდებად იქცა. ამის დადასტურებაა ლუარსაბის სიზმრის ის ეპიზოდები, სადაც გამოჩნდებიან ვატიკანისა და ე. წ. „ყვითელი ინტერნაციონალის“ წარმომადგენლები, ხოლო ერთა ლიგა (რომლის წევრადაც ფილმის გადაღების წელს, სსრკ ჯერ კიდევ მიღებული არ იყო) სამგლოვიარო გვირგვინს აგზავნის. ეს ყველაფერი კი იმ დროის კრიტერიუმებით თუ ვიმსჯელებთ, ქართული ინტელიგენციის კონტრრევოლუციურ განწყობაზე გაკეთებული არაორაზროვანი მინიშნებაა...

ფილმის აზრობრივმა მიზანდასახულობამ, ბევრად განსაზღვრა სურათის სახვითი გააზრება. ამიტომ, ის რასაც ქმნიდნენ ფილმის მხატვრები ლადო გუდიაშვილი და დავით კაკაბაძე, გარდატეხილია რეჟისორის ხედვის პრიზმაში. ეს ხედვა კი გულისხმობდა ყველაფერი იმის ირონიზირებას, რაც ფილმის მხატვრებისთვის მიღებული იყო. ამიტომ, მათი პოზიცია პირველადი სახით არ არის გამოვლენილი, რადგან ლოგიკურია, რომ ძველი თბილისის რეალობის ისეთი

მცოდნისათვის, როგორიც ლადო გუდიაშვილი გახლდათ და ძველი თბილისის არქიტექტურის ისეთი ქომაგისათვის, დავით კაკაბაძე რომ იყო, შინაგანად მიუღებელი უნდა ყოფილიყო ის სატირულ-გროტესკული ხედვა ძველი თბილისისა და მისი დამცველებისა მიხეილ ჭიაურელს, რომ ჰქონდა.

„ხაბარდა“ არც სამსახიობო შესრულებით გამოირჩევა; როგორც მხატვრები შებოჭა რეჟისორის პოზიციამ, ასევე იმოქმედა მსახიობებზეც. ისინი მოცემული სქემის ჩარჩოებში მოექცნენ ს. ზავრიევის – დიომიდე და პ. ჭყონიას ლუარსაბი, ისევე როგორც შ. ასათიანის – მუშა და ს. ვაჩნაძის – ტექნიკოსი. სააგიტაციო პლაკატზე გამოსახულ „უარყოფითი“ და „დადებითი“ ტიპების ზედაპირულ კინემატოგრაფიულ ხორცშესხმას წარმოადგენენ და არა ფსიქოლოგიური და სოციალური საფუძვლის მქონე კინოსახეებს. ეს იმიტომ, რომ ასეთი იყო რეჟისორის მიერ მოცემული ამოცანა, რომელმაც მსახიობს პერსონაჟთა ხასიათის გახსნისა და განვითარების საშუალება არ მისცა. მათ მხოლოდ პლაკატის გაცოცხლებული გამოსახულების ფუნქცია დაკისრა და მეტი არაფერი...

მიუხედავად მ. ჭიაურელის მცდელობისა მმართველი რეჟიმის გული მოეგო და ის იდეოლოგიური დირექტივები შეესრულებინა, რასაც პარტია მემარცხენებს ავალებდა, შედეგი სრულად საპირისპირო აღმოჩნდა: პარტიული და კომკავშირული პრესა დაუფარავად უარყოფითი დამოკიდებულებით შეხვდა ფილმს და „ხაბარდა“ მძაფრად იქნა გაკრიტიკებული.

1931 წლის 17 ივლისის გაზეთ „ახალგაზრდა კომუნისტში“ დაიბეჭდა რეცენზია სათაურით „სახკინმრეწვის „ახალი“ ნაწარმოები“. პოლიტიკური პამფლეტი „ხაბარდა“, გთავაზობთ რამდენიმე ციტატას ამ წერილიდან: „ფილმის დაწყებისთანავე აფრთხილებენ მაყურებელს – იქნიეთ დარბაისლური მოთმინება სურათის დასრულებამდე და ჭკუაზე არ შეირყაო მოსალოდნელი სანახაობით“. გაფრთხილება სამართლიანია და სწორი, რადგან ზოგიერთი კადრის ათვისების დროს მაყურებელი უფრო მეტ წვალებას განიცდის – ვიდრე ამას განიცდიდნენ საბერძნეთის ისტორიაში ცნობილი თხები,

როდესაც მათ ძალდატანებით ბულბულის როლში გამოსვლას ავალებდნენ. „ხაბარდა“ კი პირველ რიგში კბილებჩამტვრეული ოხუნჯობაა, რომელიც ალაგ-ალაგ ბანალურობამდე დაიყვანება. ბურჟუაზიულ-მეშჩანური ინტელიგენციის გაშარების მხრივ სურათი ვერ აღწევს მიზანს. გზადაგზა მექანიკურად ჩამატებულია მომენტები სოციალური მშენებლობიდან. მეტად დატვირთულია ზღაპრების ისტორიით. მთავარი მოქმედება „იგულისხმება“ ეკრანს მიღმა, აკლია ორიგინალური მთლიანობა და პოლიტიკური სინამდვილე.

ფაქტების „გაუცხოებლად“ ჩვენება სურათს მთლიანად უკარგავს მხატვრულ დამაჯერებლობას, რის გამოც ნამდვილი პოლიტიკური პამფლეტის ნაცვლად ხელოვნურად გატაკიმასხარავებულ შარებს ვღებულობთ, რომელთა სოციალური ფესვი სრულიად არ იგრძნობა.

ზემო ნათქვამიდან არ გამომდინარეობს, თითქოს საჭირო არ იყო ინტელიგენციის გარკვეული ნაწილის გაშარება, რომლის მუდმივ საზრუნავ საგანს ცა-ფირუზ ხმელეთ-ზურმუხტოვან საქართველოზე – ფიქრი და გოდება შეადგენს, რომელთაც ყოველგვარი კავშირი გაწყვიტეს მშრომელთა მასების საქმეებთან და რომელნიც „დღეს გუშინდელზე უარესად და ხვალინდელზე უკეთ არიან“ – საჭიროა სწორად ამგვარად და ამ სისტემის: ინტელიგენციის მაგარი გამათრახება, საჭიროა მათი გაშარება ყოველი მხრივ, რადგან ისინი თვითონ გასულ დროის შარები არიან დღევანდელ ცხოვრებისათვის – და სწორედ სამწუხარო ის არის, რომ სურათმა ვერ შეძლო ამის გაკეთება. სურათში სრულიად არ ჩანს ბრძოლის ის ნამდვილი სახე, რომელიც ახალ ცხოვრებას გაუმართა, ბურჟუაზიულ და მენშევიკურ საქართველოს იდეოლოგიურ ხლართებში მოქცეულმა ინტელიგენციამ.

რეჟისორს კარგად უნდა ესმოდეს ის ელემენტარული, მაგრამ, ძალზე საჭირო ამბავი, – რომ ეკლესიის და საერთოდ ძველი ყოფა-ცხოვრების ნარჩენების აღმოფხვრა ისეთი ურა პოლიტიკით არ წარმოებს, როგორც ეგ „ხაბარდაშია“ ნაჩვენები. აქ განსაკუთრებული გონებამახვილობა და ზომიერება იყო

საჭირო.“

უაღრესად საჭიროა ეს წერილი გრიფი კოსის დამოკიდებულება სარეცენზიო ფილმისადმი, მისი ტონი და პოზიცია აშკარას ხდის, იმას რომ ის ოფიციალური პრესის წარმომადგენელია და პატრიოტული შეხედულებებისა და სხვა მიზეზით მმართველი რეჟიმისადმი არალოიალური ინტელიგენციის მიმართ უარყოფითადაა განწყობილი. ის აგრეთვე ძველის ნგრევისა და ახლის შენების მომხრეა. ასე, რომ მხარს უჭერს რეჟისორის პოზიციას, მაგრამ რეცენზენტი კატეგორიულად წინააღმდეგია იმისა თუ როგორ აკეთებს ამას მ. ჭიაურელი. მას აღიზიანებს რეჟისორის უკიდურესად ტენდენციური მიდგომა საკითხისადმი, რაც ინტელიგენციის გულისწყრომას გამოიწვევდა და მმართველი რეჟიმის პოლიტიკის მიმართ მტრულად განაწყობდა. ამიტომაა რომ ცდილობს, სატირის მახვილი, ფილმის ავტორისაკენ წარმართოს, რათა ამ გზით მ. ჭიაურელის ნამოქმედარის შედეგი შეძლებისდაგვარად გაანეიტრალოს, შეძლებისდაგვარად უვნებლად აქციოს... უკვე აქედან ჩანს თუ რა საფრთხე შეუქმნა ოფიციალურ პოლიტიკას საკითხისადმი თავისი ზღვარგადასული ქვეშევრდომული მიდგომით მ. ჭიაურელმა.

მათა ლიპარტიანი,

დოკუმენტის მიმართულების დოქტორანტი
ხელმძღვანელები – პროფ. გიორგი მარგველაშვილი,
პროფ. ვასილ კიკნაძე

სხეულის მოძრაობისა და მიმიკის ენა

ადამიანი ბაძავს ბუნებას: ცეკვა და მოძრაობა დამახასიათებელია მთელი სამყაროსათვის. გრაციოზულად ტანკენარობენ მცენარეები – იხრებიან მზისკენ, რიტმულად დაჰყვებიან ქარის ქროლვას. ფრინველები პოზებისა და მოძრაობის ენაზე საუბრობენ – ფრთების გაშლითა და ხათქუნით ხან აგრესიას გამოხატავენ და ხან საქორწინო ცეკვას ასრულებენ. ცხოველების ცეკვებიც მათ ძალასა და სიყვარულის უნარზე მიუთითებენ. მოძრაობა ძალის მოსაკრებად, სულიერი სრულყოფილებისათვის აღვიძებს ენერგიას – სიცოცხლისა და სიკვდილისათვის. ნებისმიერი რიტუალური ფიზიკური მოქმედების მიზანია ცნობიერების მოკრება და მიზანმიმართულად წარმართვა. ძველ დროში მოცეკვავები, თავიანთი საიდუმლო ჟესტებითა და მოძრაობებით, სასულიერო პირებს უთანაბრდებოდნენ. ეზოთერული მოძღვრებები ცხადყოფენ, რომ თითოეული ადამიანი მიკროკოსმია – სამყაროს მაკროკოსმის მინიატურული ანარეკლი. ცეკვა – არის საშუალება მისი ენერგიის სტიმულირებისა და მიმართვისა არა გარე სამყაროსაკენ, არამედ – შინაგანისკენ, ცნობიერების დრმა შრეებისაკენ.

ცეკვა არის ურთიერთობის ერთი ყველაზე გავრცელებული ფორმა. ის განპირობებულია ადამიანის სხეულით ან მოდელირებულია სპეციფიკური საგნებით (ტანსაცმლით, ნიღბებითმორთულობებით) რომელთაც გარკვეული მნიშვნელობა გააჩნიათ. არასიტყვიერი ენა არის სივრცობრივ-დროითი განფენილობისა, რადგან სხვადასხვა ნიშნები წარმოდგებიან ერთიანობაში და მათი მნიშვნელობა განპირობებულია გარკვეულ დროის შუალედში შეთანხმებულ კომპონენტთა

ერთიანობით.¹ კაცობრიობის განვითარების აღრეულ სტადიებზე, მოძრაობები და უსტები სავარაუდოდ იყო ის ენა, რომლითაც ურთიერთობდნენ არა მარტო უცხოსთან, არამედ – ერთმანეთთან და, ამას გარდა, ცეკვას განსაკუთრებული როლი ენიჭებოდა იდენტიფიკაციის და იმიტაციის განვითარებაში.²

ცეკვა, რომლადაც არის გარდაქმნილი ფსიქიკური ცხოვრება, ყოველი ადამიანისათვის ინდივიდუალურია, სხვადასხვაა – როგორც ჯერ აღმოუჩენელი მატერიკი. მეორე მხრივ, მოძრაობა ყოველთვის სახეზეა და მისი აღწერა შეიძლება როგორც შიგნიდან, ისე – გარედან. და ეს ქმნის სუბიექტურობის თავიდან არიდების საშუალებას. „ცეკვა – ხელოვნების ერთადერთი დარგია, სადაც ადამიანი თავად არის ინსტრუმენტი“ (რახელ ფარნჰაუერი).

საგანგებო სიმბოლურ მნიშვნელობებს იძენს თანამედროვე ფსიქოლოგიურ გამოკვლევებში დაფიქსირებული სხეულის ენა – თუ რამდენად მიესადაგება იგი ქორეოგრაფიულ უსტებსა და მიმიკებს ხალხურ, კლასიკურსა და თანამედროვე საცეკვაო შემოქმედებაში.

ეს თემა საგანგებო მსჯელობის საგანი ჯერ არ გამხდარა – თუმცადა სხეულის ენამ, რომელიც დღეს ფსიქოლოგის გამოკვლევების საგნად არის ქცეული, სრულიად განსაკუთრებული ასახვა შეიძლება ჰქოვოს ქორეოგრაფიაში. ის, რაც აქამდე არქეტიკული, სიმბოლური გააზრებით აღიქმებოდა, დღევანდელი ფსიქოლოგიური გამოკვლევებისა და მრავალჯერადი ცდის საფუძველზე, საშუალებას იძლევა დაინერგოს ქორეოგრაფიაში თეორიულ და პრაქტიკულ ცოდნასთან შესაბამისობით.

უსტებისა და სხეულის მოძრაობის ფორმით ადამიანს მოკლე დროში გაცილებით მეტი ინფორმაციის გადაცემა ხელეწიფება, ვიდრე რაიმე სხვა საშუალებით. მოქმედების მღელვარება ამ დროს შეიძლება იყოს ილუზორული, ფორმით იმიტაციური, მაგრამ შინაარსი აღიქმება, როგორც ჭეშმარიტი

¹ Мартинес Э.Л. Внесловесный язык Культуры. - 1986. с.35

² Noack A. On a Jungian approach to dance movement therapy // Dance Movement Therapy: Theory and Practice. London & N.-Y., 1992, c.191

და რეალური. ხელოვნებიდან ხდება დაბრუნება რეალური ცხოვრებისაკენ.

ადამიანი ოდითგან ცეკვის მეოხებით ამყარებდა კავშირს ბუნებასა და ზენაარ ძალებთან – კეთილ და ბოროტ სულებთან, აშინებდა ბოროტ სულებს და დახმარებას თხოვდა კეთილთ: ამინდის რეგულირებაში, საყოფაცხოვრებო საქმიანობაში, მკურნალობაში. ემოციური აგზნება იმდენად დიდია, რომ ცეკვის ყველა მონაწილეს ერთდროულად შეიძლება დაეწყოთ ჰალუცინაციები. სამხედრო თემაზე არსებული ცეკვები ხშირად დიდ წარმატებას აღწევინებდნენ მოცეკვავეს რეალურ ბრძოლაში. როგორც ნიცშეს უთქვამს: „მე მხოლოდ იმ ღვთაებას ვერწმუნებოდი, რომელსაც ცეკვა ეცოდინებოდა“.

სამაგალითოდ, დასაწყისიდანვე მოვიხმობთ ფრიად საგულისხმო მაგალითს: ფსიქოლოგის უახლესი დარგი – ნეიროლინგვისტური პროგრამირება გვთავაზობს მიმიკური და მხედველობითი გამომსახველობის უტყუარ დიაგნოსტიკურ მაჩვენებელს – მათს გამოკვლევებსა და დაკვირვებებში, ვიზუალური გახსენებისას, თანამოსაუბრის თვალების მოძრაობა ფიქსირდება მარცხნივ და ზევითკენ; კონსტრუირებისას (არარსებულის მოგონების ჟამს) თვალები იყურებიან მაღლისკენ მარჯვნივ. როდესაც ადამიანი ჯერ აღაპყრობს თვალებს მაღლა და მარჯვნივ, მერე მეყსეულად ქვემოთ და მარცხნივ – მასში ქვებუდანობაა ჩაბუდებული – მან ჯერ ჩაიფიქრა ის, რაც არასოდეს მომხდარა და შემდეგ გადაწყვიტა მისი რეალობად გასაღება.

NLP-ის თუნდ ეს მცირედი უნიკალური მიგნება სრულიად ახლებურ წარმოდგენას ქმნის ადამიანური ურთიერთობების ტრადიციულ ორიენტირებში, რაც ხელოვნების სხვადასხვა ასპარეზზე და, მათ შორის, ბალეტისა თუ საცეკვაო არენაზე – არავერბალური კომუნიკაციის სრულიად ახალინტერპრეტაციის წარმოშობის წინაპირობაა!

და თუ ჯეროვანს მივუზღავთ მკვლევარს, რომელმაც სხეულის მოძრაობის, უესტისა და მიმიკის ენა საყოველთაო განხილვისა და ანალიზის საქმედ აქცია – კინესიკის სფეროში

ბესტსელერად აღიარებული ნაშრომის, „სხეულის მოძრაობის ენის“ ავტორს, ალან პიზს, სრულიად ახლებური წარმოდგენა შეგვექმნება სხეულის იმ ქცევით მეტყველებაზე, რომელიც კორელაციაში მოდიან ქორეოგრაფიული სიმბოლოების ენასთან. „ბოდი ლენგვიჯ“ – 70-იან წლებში პირველად დაიწყო სერიოზული შესწავლა ალან პიზმა. ¹

სხეულის ენის თავისებურება მდგომარეობს იმაში, რომ მისი გამოვლინებანი გამოწვეულია ადამიანის ქვეცნობიერი იმპულსებით და რადგან ამ იმპულსების გაყალბება შეუძლებელია, შეგვიძლია მათ მივენდოთ მეტად, ვიდრე ურთიერთობის ვერბალურ საშუალებას. ალბათ შემთხვევით არ უთქვამს ცნობილ ამერიკელ მოცეკვავეს, მარტა გრემს: „სხეული არასოდეს არ იტყუება!“ ²

პიროვნების საკუთარ სხეულთან დამოკიდებულების პიზისეული პარამეტრების განხილვამდე, თავდაპირველად სამყაროს მიმართ ადამიანის დამოკიდებულების მისეული ხედვა გავიზიაროთ.

ალან პიზის მიხედვით ადამიანის გარემოში თვითაღქმის უმთავრესი მსაზღვრელია ზონალური სივრცე. ადამიანის სივრცობრივი ტერიტორიის საზღვრები თითქმის ერთნაირია, ეთნიკური და გეოგრაფიული კუთვნილების მიუხედავად. ისინი იყოფიან 4 სივრცობრივ ზონებად.

1. ინტიმური ზონა (15–დან 46 სანტიმეტრამდე). ყველა ზონას შორის ეს ყველაზე მთავარია, რადგან სწორედ ამ ზონას იცავს ადამიანი, როგორც საკუთრებას. ამ ზონის გადალახვის უფლება აქვთ იმ პირებს, ვინც მასთან მჭიდრო ემოციურ კონტაქტშია. ეს არის შვილები, მშობლები, მეუღლეები, საყვარლები, ახლო მეგობრები და ნათესავები. ამ ზონაში არის კიდევ ქვეზონა, რადიუსით 15 სმ, სადაც შეღწევა შეიძლება მხოლოდ უშუალო ფიზიკური კონტაქტის მეშვეობით. ეს არის ზეინტიმური ზონა.

2. პირადი ზონა (46 სმ.–დან 1,2 მეტრამდე). ეს არის

¹ Allan Pease Body Language ‘Sheldon press’, London, 1988 p.3 - 78

² Martha Graham. Blood Memory. New York, 1991. P. 57

მანძილი, რომელიც ჩვენ გვაცილებს გარეშეთაგან, როდესაც ვიმყოფებით საღამოს კაფე-ბარებში, ოფიციალურ შეხვედრებზე, ოფიციალურ მიღებებზე თუ მეგობრულ საღამოებზე.

3. სოციალური ზონა (1,2 მეტრიდან 3,6 მეტრამდე). ასეთ მანძილზე ვიმყოფებით უცხო ადამიანებისგან დაცილებულნი, მაგალითად, სანტექნიკოსისა და დურგლისაგან, რომლებიც გასარემნებლად მოღიან ჩვენთან; ფოსტალიონისგან; ახალი თანამშრომლებისგან, ვისაც კარგად არ ვიცნობთ და ა.შ.

4. საზოგადოებრივი ზონა (3,6 მეტრზე მეტი) როცა მივემისამართებით ხალხის დიდ ჯგუფს, მაშინ ყველაზე მოხერხებულია აუდიტორიიდან სწორედ ამ მანძილზე ყოფნა.

ზონალური სივრცის კვლევა, მნიშვნელოვანი ინფორმაციის წყარო შეიძლება გახდეს როგორც ტრადიციული ეროვნული, ისე კლასიკური და თანამედროვე ქორეოგრაფიის შესწავლისათვის – თუ რამდენად შეესატყვისება ეს მონაცემები წარსულის ტრადიციულ სიმბოლურ არქეტიპულ წარმოდგენებს და რამდენად შეთანადებულად არის გააზრებული თანამედროვე ხელოვნების ცნობიერსა თუ არაცნობიერ წარმოდგენებში.

ალან პიზი ადამიანის სხეულის მოძრაობას, მიმიკასა და ჟესტებს გარკვეულ სიმბოლურ მნიშვნელობას ანიჭებს და განმარტავს მათ მრავალი ასეული ცდის შედეგად მიღებული დასკვნების საფუძველზე. ჩვენ ვცდით ამ დაკვირვების შედეგად მიღებული შედეგების დაჯგუფებას მათი ათვლის წერტილიდან გამომდინარე და ვყოფთ სამად, მათი წარმომავლობის მიხედვით: 1) პირობით ჟესტებად, 2) გაცნობიერებულ ჟესტებად და 3) ქვეცნობიერ ჟესტებად.

ამავე დროს ალან პიზის მაგალითებს განვავრცობთ სხვადასხვა ქვეყნის სახასიათო მაგალითებით და პარალელური მახასიათებლებით ქორეოგრაფიული პრაქტიკიდან.

1. პირობითი ჟესტი არის ისეთი სახის ქმედება, როდესაც ადამიანები ერთმანეთში თანხმდებიან ამა თუ იმ ქმედების მნიშვნელობის შესახებ. ამიტომაც არის, რომ ხშირად ერთიდაიგივე ან მსგავსი ქმედება სულ სხვადასხვანაირად არის ინტერპრეტირებული სხვადასხვა ქვეყნებსა თუ პოპულაციებში.

პირობითი ნიშნების მაგალითებად გამოდგება:

ა) ცერით და საჩვენებელი თითით წრის შეკვრა – ამერიკელთათვის: „ყველაფერი კარგადაა“, ფრანგებისთვის – „ნოლი“, იაპონელთათვის – ფულის ერთეული, ხმელთაშუა ზღვის აუზში – გინება;

ბ) მაღლა აწეული ცერი – მრავალ ქვეყანაში მოწონებას ნიშნავს; არაბთათვის მიუღებელია; მისი სკაბრეზული მნიშვნელობის გამო;

გ) თითების მრავალმხრივი კომბინაცია – საბირჟო ფასების მანიშნებლად;

დ) ხელის მტევნის სპეციფიკური უსტი ჩვენი თანამემამულე მიკროავტობუსების მძლოლებისათვის („მაქს მხოლოდ ფეხზე დასადგომი ადგილი“);

ე) ყრუ-მუნჯების ანბანური ენა, რომლის პირობითობაზე მეტყველებს „ასოების“ თვალსაჩინო განსხვავება მაგ. რუსულსა და ინგლისურ ვარიანტებში.

2. გაცნობიერებული შეგვიძლია დავარქვათ უსტებს, სადაც არქეტიპი იმდენად მკვეთრად ამჟღავნებს თავს, რომ პრაქტიკულად გამორიცხულია ალტერნატიული მნიშვნელობის დაშვება. გაცნობიერებულ არავერბალურ უსტებად შეგვიძლია აღვიქვათ:

ა) გაშლილი ხელები, რომლებიც მეტყველებენ გულწრფელობაზე (როდესაც ადამიანები გულახდილნი და გულმართალნი არიან, ისინი გაუცნობიერებლად შლიან ხელისგულებს.);

ბ) ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი არავერბალური სიგნალია, ხელისგულით გადაცემული ინფორმაცია. (არსებობს ხელისგულის სამი უმთავრესი მდგომარეობა: ხელისგული ზევითკენ, ხელისგული ქვევითკენ და ჩვენება თითით. ხელისგული ზევითკენ ნიშნავს თხოვნას, ხელისგული ქვევითკენ – ბრძანებითი კილოა; ერთად შეტყუპებული თითები და წინ გაშვერილი საჩვენებელი თითი თავისებური ხელჯოხია, რომელიც მოითხოვს დაქვემდებარებას.);

გ) დამშვიდობების ნიშნად ხელის დაქნევა;

-
- დ) გადაჭრობილი თითები მეგობრობის ნიშნად;
 - გ) თავის მდაბლად დახრა, ოდნავ მოდრეკილი ფიგურა – ღმრთის ნებისადმი მორჩილების ნიშნად;
 - დ) მითითება მბრძანებლური ინტონაციით;
 - გ) ხელების ერთმანეთზე გასმა მოწონების ნიშნად;
 - დ) კოვბოელის პოზა და ქალის სექსუალური განწყობილება.

ეს – სატელევიზიო ვესტერნების გმირი კოვბოების ერთ-ერთი ყველაზე სახასიათო პოზაა, რომელიც მათ სიმამაცესა და უკანდაუხევლობას გამოხატავს. ხელები მოქმედებისკენ არიან მიმართულნი და, ქამარს უკან გადაყოფილნი, ხაზს უსვამენ მფლობელის პოტენციურ სექსუალურ აქტივობას. მამაკაცები ამ ჟესტით სხვა მამაკაცებს თავიანთ უშიშრობას უმტკიცებენ, ხოლო ქალებს აიმედებენ, რომ მათ ძალუბთ მათზე ბატონობა! ეს ჟესტი ადრე მამაკაცების კუთვნილება იყო, მაგრამ მას შემდეგ, რაც ქალებმა დაიწყეს შარვლებისა და ჯინსების ჩაცმა, ისინიც იყენებენ – ზუსტად იმავე მიზნით – ქამარს უკან გადაყოფილი თითით ისინი ხაზს უსვამენ თავიანთ სექსუალურ განწყობილებას.

ე) დოინჯშემოყრილი ქალების თვითდაჯერებული პოზა; როდესაც ბავშვი ემზადება მშობლებთან საკამათოდ, სპორტსმენი – მეტოქესთან შესაბმელად, პარლამენტარი – ტრიბუნაზე ასასვლელად – ისინი იკეთებენ დოინჯს. ეს არის აგრესის, ბრძოლისათვის მზაობის გამოხატვის ყველაზე თვალნათელი ჟესტი; მიზანმიმართული და დაბრკოლებების გადალახვისათვის განწყობილი მებრძოლი სულისკვეთებით აღძრული ადამიანის ქცევის მანერა. თუ მამაკაცი ამ ჟესტს ხმარობს ქალის კომპანიაში, ამით ახდენს სექსუალური გამოწვევის არაორაზროვან დემონსტრაციას. საგულისხმოა, რომ ფრინველები აფხორავენ ფრთებს, დიდები რომ გამოჩნდნენ, როდესაც ძიგილაობენ ან დედლისთვის ექიმებიან ერთმანეთს – ადამიანებიც შემოირტყამენ ხოლმე დოინჯს, რათა უფრო მოემატოთ განი და მოცულობა – ეს არის სხვა მამაკაცების არავერბალური გამოწვევა, რომლებიც

არღვევენ მათ ტერიტორიალურ უფლებებს. რიგი ატრიბუტები, ტანსაცმელთან დაკავშირებით, აზუსტებს ამა თუ იმ შტრიხებს – გახსნილი პიჯაკი (საიდანაც მოჩანს გახსნილი გულმკერდი და ყელი – სიმბოლური მინიშნება სიმამაცეზე) და გაჩაჩხული ფეხები, მით უფრო, როცა ცერა თითები ქამრის უკან არის გადაყოფილი – ეს არის სექსუალური აგრესიის პოზა. აგრესიული მზაობის ჟესტებს იყენებენ პროფესიონალი მანეკენებიც, იმის ხაზგასასმელად, რომ მათი ტანისამოსი განკუთვნილია თანამედროვე აგრესიული, საქმიანი ქალისათვის – ამ დროს ერთი ხელი რომ ბარბაყზეა დადოინჯებული, მეორე შეიძლება სულ სხვადასხვა ადგილზე ედოს ან ესვენოს.

ასევე ცნობიერ დონეზე: ღიმილი ნიშნავს – კეთილგანწყობას, შუბლის შეჭმუხვნა – მწუხარებას; თავის დაქნევა – თანხმობას, გაქნევა – უარყოფას და სხვ.

ქვემოთ კი მოვუხმობთ პირობითი და გაცნობიერებული ჟესტების ანალოგებს,

რომლებსაც დასაბამიდან იყენებენ კლასიკური ცეკვებისა და ბალეტის შემსრულებლები:

პირობითი ჟესტები ცეკვის ენაზე მოცეკვავე გოგონასათვის (გნებავთ, ბალერინისთვის) გამოისახებიან შემდეგნაირად:

ა) „მიყვარხარ“ - ორი მიტყუპებული თითი მიაქვს ტუჩებთან, ყურებთან, გულთან;

ბ) „მსურხარ“ - ხელებს სწევს მაღლა ყურების დონემდე, ისევ, რომ თავისკენ აქვს ხელისგულები და შემდეგ შეატრიალებს მათ საწინააღმდეგო მხარეს;

გ) ზემოთ ამართული ხელისგულები - გულწრფელობა;

დ) აწეული მხრები, გახსნილი ხელების თანმხლები ჟესტით - გულუბრყვილობა, ნატურის გახსნილობა;

ე) ხელის მტევნის ზურგის გასმა ნიკაპზე - მაღე მიღება გადაწყვეტილების;

ვ) ფეხით იატაკზე ბაკუნი, თავი დაყრდნობილია ხელისგულზე - მოწყენა, მოუთმენლობა;

ზ) გვერდზე გახედვა - უნდობლობა;

თ) ხელისგული ზემოთ – დამოკიდებულებითი

გადაწყვეტილების მიღების მზაობა;

ი) ხელების ნელი აწევა ყელისაკენ - შინაგანი თავდაჯერებულობის მოპოვება;

გაცნობიერებული არავერბალური ქორეოგრაფიული ჟესტების მაგალითად ჩვენს მიერ შეთანადებულია შემდეგი მოქმედებები:

ა) თავის მოძრაობა - მაყურებლის ემოციებთან შესაბამისობა;

ბ) „მადლობელი ვარ“ - მიტრიალდება საყვარელი ადამიანისაკენ და ხელის მტევნებს, რომელთა ხელისგულები თავისკენ ჰქონდა მიბრუნებული, მისკენ მიაქცევს თავდახრასთან ერთად.

გ) მხრების მოძრაობა - გაპრანჭვა;

დ) მკერდის მოძრაობა - ემოციები, გამოწვევა;

ე) შემპარავი სიარული - კოკეტობა, ფლირტი;

ვ) მკერდზე გადაჯვარედინებული ხელები - თავდაცვა;

ზ) მუშტად შეკრული ხელები - თავდაცვითი რეაქცია, შურისძიების სურვილი;

თ) ხელი ლოყაზე - ჩაფიქრება, მეოცნებეობა;

ი) ნიკაპი ეყრდნობა ცერსა და შუა თითს, საჩვენებელი ლოყაზეა - მოლოდინი, გადაწყვეტილების მიღება;

კ) დახრილი თავი - ყურადღება;

ლ) თითების წვერებით ოდნავი შეხება წარბებს შორის - ჩაფიქრება (თვალების დახუჭვა);

მ) თმებზე ხელის გადასმა, სარკის წინ ტრიალი, თეძოების რხევა - კოხტაობა, ფლირტი;

ნ) ხელები თეძოებზე - თავდაჯერება;

ო) ხელისგულები მკერდის დონეზე, შემდეგ იშლებიან წინ - მოწყალების მვედრებელი ჟესტი (ერთი ხელი გაწვდილია, მეორეს გულზე იდებს – „მთელი გულით და სულით“);

პ) ხელები შეერთებულია ზურგს უკან – საკუთარი უპირატესობის დემონსტრირება.¹

პირობითი და ცნობიერი ჟესტების დონეზე შეიძლება

¹ Язык танца <http://www.liveinternet.ru/users/1742970/page1.shtml> ukanasknelad iqna gadamowmebuli - 17. 09. 2011.

ზემოთ უკვე აღნიშნული ეზოთერული და მაგიასთან წილნაყარი ცეკვების განმარტება:

ცნობილ ინდურ ცეკვაში შივა ითავსებს ღმერთის მოქმედების ხუთ სახეობას: შივა ქმნის სამყაროს (დაფდაფი ერთ-ერთ მარჯვენა ხელში); ამკვიდრებს მის არსებობას (მეორე მარჯვენა ხელის უსტი, აბჰაი-მუდრა); აქცევს ფერფლად (ცეცხლის ენა, ერთ-ერთი მარცხენა ხელში), იძლევა განთავისუფლებას, მოქმას – მიწიდან ზეაწეული ფეხი, რომელზეც მიუთითებს მეორე მარცხენა ხელი. უმსუბუქებს ხვედრს ჯაჭვით გადაბმულ სულთა სანსარებს (მეორე, მიწაზე მდგომი ფეხი). შივა ცეცხლის აღით არის გარშემორტყმული, რომელიც კოსმოსში ცირკულირებად მარადიულ ენერგიას განასახიერებს. ამიტომაც აღმოსავლეთში ცეკვა მიჩნეულია ღვთაებრივ მოვლენად, რომელიც ადამიანმა მიიღო ზენაარისგან. სანსკრიტულში „ცეკვა“ და „დრამა“ ერთი და იგივე სიტყვით – „ნატიათი“ აღინიშნება, რაც გულისხმობს ამ ცნებათა განუყოფლობას, ხოლო უძველესი ცეკვების ასევე უძველესი აღმოსავლური ცნება „ნრიტა“ გულისხმობს ცეკვას ცეკვისათვის – როდესაც მოცეკვავე მთლიანად იძირება მუსიკასა და რიტმში.¹

სუფიურ ეზოთერიკაში – შემდეგნაირად ზასიათდება დერვიშის მოძრაობების სიმბოლიკა: პირველი ფაზა არის შეკუმშვითი – დერვიში იწყებს ცეკვას გულზე გადაჯვარედინებული ხელებით, რაც ნიშნავს დაღმავალი და აღმავალი გრიგალების შეერთებას გულში. მისი მარცხენა ფეხი მყარად დგას მიწაზე, რაც უძრავ ღერძს განასახიერებს. მარჯვენა ფეხის მოძრაობით ის იწყებს მოძრაობას საკუთარი ღერძის ირგვლივ, ამავე დროს, თავის მევობრებთან ერთად მოძრაობს ცენტრალური მზის – ლიდერი დერვიშის გარშემო. ის თანდათანობით შლის გადაჯვარედინებულ ხელებს და თავს ხრის მარჯვენა მხრისაკენ, მაღლა სწევს მარჯვენა ხელს, რომელიც ცნობიერებას განასახიერებს, რათა მიიღოს ღვთაებრივი ემანაცია და დაბლა სწევს მარცხენას, რათა დაუბრუნოს თავისი ნიჭი დედამიწას. ის თანდათანობით უფრო

¹ Субрамуниясвами Садгуру Шивайя Танец с Шивой. Современный катехизис индуизма, Москва , 2001, с. 49 – 51

სწრაფ-სწრაფად ტრიალებს, იმის სურვილით, რომ ამ ტრიალით დააკავშიროს ერთმანეთთან ცა და დედამიწა – საკუთარ თავში გაატაროს სული მიწისაკენ, იმ დროს, როდესაც მისი ღერძი და გული რჩებიან სავსებით მშვიდ მდგომარეობაში, ხოლო მისი სული აღზევდება ღვთაებრივი საწყისისაკენ. რაც უფრო მეტია ექსტაზი, მით მეტია მისი ექსპანსია და მით უფრო ფაშფაშებს მისი ქვედა ბოლო. როდესაც ორივე მისი ხელი ზეაღიმართება ცისკენ, ეს იმის ნიშანია, რომ კავშირი მის გულში, (რომელიც დაფიქსირებულია სულის შეკუმშვით მატერიაში, გადაჯვარედინებული ხელების მდგომარეობაში), აღწევს უმაღლეს ექსპანსიას (მატერიისა სულში) ხელებისა და ქვედა ბოლოს საწინააღმდეგო მიმართულებით ტრიალის მეოხებით – ეს არის ღვთაებრივი კავშირის ნეტარების გარეგნული გამოხატულება, მისი გულის სრული სიჩუმის პირობებში.¹

3. ალან პიზის სახასიათო ჟესტებიდან ჩვენ საგანგებოდ გამოვყოფთ მათ ისეთ გამოვლინებებს, რომლებიც, არც პირობითი ხასიათით და, არც არქეტიპული ტრადიციით, არ თავსდებიან იოლად ამოსაცნობთა სიაში და მათში ჩადებული ქარაგმები მოითხოვენ სერიოზულსა და მრავალ ცდისპირზე გამოცდილ ამოკითხვას. ვნახოთ, თვით ავტორი როგორ ახერხებს ამ პოზიციიდან დასკვნების დაფიქსირებას. როგორ ხდება ადამიანის არაცნობიერი მოტივაციების გამხელა სხეულის მიმიკის, ჟესტისა და მოძრაობების მაგალითზე. სხვადასხვა შემთხვევაში – მაგალითოდ, ადამიანის დამოკიდებულება სხვა ადამიანის მიმართ არაცნობიერ დონეზე შეიძლება დადგინდეს ურთიერთობის დროს მისკენ მიმართული მზერით.

საქმიანი მზერა. წარმოვიდგინოთ, რომ ჩვენს პირისპირ მყოფი ადამიანის შუბლზე გამოსახულია სამკუთხედი. იმ შემთხვევაში, თუ მზერა არ ჩასცდება ამ სამკუთხედს, საუბარი წარიმართება საქმიან ჭონში და სერიოზულ ატმოსფეროში.

სოციალური მზერა. თუ მზერა ჩასცდება შუბლს და მთელ პირისახეს მოიცავს, მაშინ სუფევს სოციალური ურთიერთობის

¹ Джилл Перс. Мистическая спираль. Издательство: Чертановская типография, 2001. с. 59–61

ატმოსფერო – ამ მზერის დროს სამკუთხედი კრავს შუბლს ქვემოთ თვალებსა და პირის მიღამოებს.

ინტიმური მზერა. ამ მზერის დროს მხედველობის არე მოიცავს შუბლს ქვემოთ მთელ პირისახეს და ჩადის ქვემოთ, მთელი სხეულისაკენ – მკერდისა და მუცლის ქვედა არეებისაკენ – ზოგჯერ, განსაკუთრებული ურცხვობისას, ამბობენ რომ მავანი „მზერით აშიშვლებს ადამიანს“. იმისდა მიხედვით, თუ რა მიზანმიმართულება აქვს ორი ადამიანის თვალებით საუბარს, სხვადასხვა სქესის, სოციალური წრის თუ ასაკის ადამიანები იყენებენ კომუნიკაციის ამა თუ იმ ფორმას.

რაც შეეხება საგანგებოდ ინტიმურ ქარაგმებს, აქ სრულიად განსაკუთრებული იღუმალი ფაქტორები მოდიან მოქმედებაში:

პოტენციურ სექსუალურ პარტნიორს ქალი პერიოდულად უჩვენებს თავისი მაჯების თხელსა და ნაზ კანს. მაჯების არე ოდითგანვე ითვლება ერთ-ერთი ყველაზე უფრო გამოკვეთილ ეროგენულ ზონად. (მივაქციოთ ყურადღება ქართული ცეკვის დროსქალის მაჯების ნარნარ დემონსტრირებას მამაკაცისათვის). როდესაც ქალი ურთიერთობს მამაკაცთან, იგი ქვეცნობიერად ცდილობს საკუთარი ხელისგულები იქონიოს მის მხედველობის არეში. მწეველ ქალს მსგავს მოქმედებას უადვილებს სიგარეტი, მოწევის პროცესში. მაჯების დემონსტრაცია და თმის კულულების ასევე დემონსტრატიული გადაყრა, ჰომოსექსუალისტების საფირმო ნიშანიცაა, რომლებიც, ქალის როლის შესრულებისას, ახდენენ მათი მანერების კოპირებას. ზეაწეული მომრგვალებული მხრის გადაღმიდან მზერით, ქალი ახდენს საკუთარივე მკერდის იმიტაციას. ქვემოთ, სურათზე ქალს გაფართოებული აქვს თვალის გუგები და მისი ირიბი ფარული მზერა (როდესაც იგი ოდნავ დაწეული ქუთუთოებით უმზერს მამაკაცს იმ დრომდე, ვიდრე იგი არ დაიჭერს მის გამოხედვას და მერე უეცრად გვერდზე გაიხედავს) არის ქალის წამქეზებელი ჟესტი, რომელიც მამაკაცის მონუსხვას ემსახურება. თმების აქნევა, ირიბი გამოხედვა, ხელოვნურად შეყოვნებული მზერა, უკან გადაგდებული თავი, გაშიშვლებული

მაჯები, ცილინდრული ფორმის სხეულის ტუჩებით ჭერა – ყველაფერი ქალის ინტიმური ურთიერთობის მიმართ მზაობას, ნდომასა და ვნებიან წადილს გამოხატავს.

არაცნობიერ დონეზე გარეგნობა, გამომეტყველება, ხელების დახმარება – ქმნის მრავალფეროვან გამოშსახველობით ქარაგმულ ნიშანს, რომელიც ადამიანის არასანდოობას ასახავს.

სიცრუის ჟესტები – პირზე ხელის აფარება, ცხვირზე ხელის მიდება, ქუთუთოს სრესა, ყურის ფხანა; ხელები ზურგს უკან, ჯიბებში ჩაწყობილი, მკერდზე გადაჯვარედინებული – ფარული სიცრუე, ცბიერობა, დაპირისპირებულობა. როდესაც ვცრუობთ, ან სხვის სიცრუეს ვისმენთ – ხელებით ვითარავთ ბაგებს, თვალებს და ყურებს. როცა ბავშვი ცრუობს, იფარავს ბაგებს, რათა იქიდან ცრუ სიტყვები არ გამოხტნენ. როცა რამის მოსმენა არ სურს, ყურებს იცობს თითებით; როცა დანახვა არ უნდა, თვალებზე იფარებს ხელს. მოზრდილ ასაკში ყველა ეს ქმედება რჩება ადამიანს არაცნობიერის დონეზე.

გადაჯვარედინებული თითები პირისახის დონეზე – განხიბლვა და უარყოფითი დამოკიდებულების დამალვის სურვილი. ცხვირზე ხელის მოკიდება – სიცრუის ლაპარაკი ან მოსმენა, ქუთუთოს სრესა; ტუჩის კუთხით ღიმილი; ყურის ბიბილოს სრესა, ყურის ბიბილოს დახურვა – მოსასმენი მოისმინა, ახლა თავად სურს აზრის გამოთქმა. კისრის ფხანა ყურს ქვემოთ – არ ვარ დარწმუნებული, რომ გეთანხმებით. როდესაც ადამიანი მალავს სინამდვილეს, შეუძლია ხელები ჩაიწყოს ჯიბებში, ან გადაიჯვარედინოს. თუ ბავშვი მალავს – ხელები ზურგს უკან მიაქვს. ჯიბებიდან ამოყოფილი ცერები – დომინანტობა, დამალვის სურვილი არსებულ სიტუაციაში. როდესაც ადამიანები გულახდილნი და გულმართალნი არიან, ისინი გაუცნობიერებლად შლიან ხელისგულებს. ალტერნატივის სახით ფსიქოლოგიური დაკვირვება ცხადყოფს, რომ, როდესაც ბავშვი ცრუობს ან რაღაცას მალავს, ის ხელისგულებს ზურგსუკან მალავს.

თვალებმა შეიძლება მოიტყუონ და ბაგები გასცემენ

ადამიანს – ნათელი თვალები და მტაცებლური ბაგები. უმანკო თვალები და გარყვნილი ბაგები. ირონიულად ჩაიღიმონ, ტუჩის კუთხე დაეშვას დაცინვით ან შიშით შეპყრობილი, სიმწრისაგან მოიკვნიტოს, სიბრაზისაგან დაეჭიმოს.

თუკი მრავალი საუკუნის წინ მამაკაცები შეტევისთვის იყენებდნენ მახვილს, ხოლო თავდაცვისათვის – ფარს, დღეს სკამის საზურგე შესანიშნავად შეიძლება გამოადგეთ თავდაცვით საშუალებად და აქციონ ისინი აგრესიულ მეომრებად. ამ შემთხვევაში სკამი თავისუფლად ასრულებს ცხენის მოვალეობასაც. ასე სხედან მადომინირებელი ტიპის ადამიანები, რომლებიც მიჩვეულნი არიან სხვებზე მბრძანებლობას.

როდესაც ქალს უკავია დაცვითი-სექსუალური პოზიცია, იგი ზის მჭიდროდ გადაჯვარედინებული ფეხებით; როდესაც მის თვალსაწიერში მამაკაცი არ არის, ქალის ფეხები ავტომატურად იშლება, იმისდა მიუხედავად, დგას ქალი თუ ზის. თუ ქალი კეთილად არის საწინააღმდეგო სქესის წარმომადგენლისადმი განწყობილი, მას შეუძლია დაიკავოს ერთი არაფორმალურ პოზათაგანი და მისი მუხლისთავი მიქცეული იქნება იმ პიროვნებისადმი, ვის მიმართაც ამჟღავნებს სიმპათიას; თუ ქალს ფეხი ფეხზე აქვს გადადებული და, ამასთანავე, წარმოცმულ ფეხსაცმელს ზევით-ქვევით ამოძრავებს, მას ამით სექსუალობის დემონსტრირება და ინტიმური აქტისკენ მისწრაფების გამოვლენა სურს.

არაცნობიერ უესტებს შორის ჩვენს მიერ ხაზგასმულად და სადიფერენციოდ გამოიყოფა ქცევის სამი სხვადასხვა მოდელი: ა) მზადდება გადაწყვეტილება, ბ) გადაწყვეტილება მიღებულია გ) არსებული ვითარება იწვევს შფოთსა და მღელვარებას პიროვნებაში.

გადაწყვეტილების მიღების წინ:

ნიკაპის გაუცნობიერებელი წვალება, ტუჩებში გაჩრილი სათვალის ფეხი, შპილის სახით შეერთებული თითები მიუთითებს რთულად მიმდინარე პროცესებზე გადაწყვეტილების მიღებამდე;

დოინჯშემოყრილი მამაკაცი და სავარძლიდან ასადგომად

შემართული ყმაწვილი მიუთითებენ გარეშეთ, რომ გადაწყვეტილება მიღებულია.

ხოლო შფოთსა და მღელვარებას გასცემს:

პირთან მიღებული თითი – შეთამამების თხოვნა, დახმარების და მხარდაჭერის; გულზე გადაჯვარედინებული ხელები – საკუთარ თავში არ არის დარწმუნებული, ვერ გრძნობს თავს დაცულად.

გადაჯვარედინებული ხელები შიშისა და შფოთის მაჩვენებელია, ხოლო არასრული გადაჯვარედინება (როდესაც ერთი ხელი სხეულის გასწვრივ იჭერს მეორეს), ქმნის დამცავ ბარიერს. ასეთ ბარიერებს იქმნიან ადამიანები უცხო გარეშე პირთა გარემოცვაში, როდესაც აკლიათ ჯეროგანი თავდაჯერებულობა.

არასრული ბარიერის კიდევ ერთი სახეა ე. წ. საკუთარი თავის „ხელში აყვანა“. იგი ახასიათებს დიდი აუდიტორიის წინ მდგომ ადამიანებს, როდესაც სიტყვა აქვთ წარმოსათქმელი, ან, როცა ემზადებიან საჯაროდ ჯილდოს მისაღებად. ეს უესტი ადამიანს ანიჭებს ემოციურ უსაფრთხოებას, იმის მსგავსს, როგორსაც განიცდიდა ბავშვობაში, როდესაც მშობლებს ჰქონდათ მათთვის ჩაჭიდებული ხელი, მოახლოებული საფრთხის განცდისას.

შეიძლება სულ მცირედი იყოს განსხვავება ზურგსუკან ხელის ხელთან გადაადგილებაში, მაგრამ რადიკალურად სხვადასხვას ნიშნავდეს – ხელის მტევნები გადაჭდობილნი არიან ერთმანეთზე – სიმტკიცეა, ხელის მტევანი მკლავს ებლაუჭება – თავდაუჯერებლობა!

როდესაც ქალს უკავია ხელში რაიმე საგანი (ჩანთა, საფულე) – ეს, უპირველეს ყოვლისა, არის მისი თავდაცვა არსებული უხერხული მდგომარეობიდან ღირსებით გამოსასვლელად.

უესტი, რომელიც გამოიხატება ერთი ფეხის ტერფის დაფიქსირებაში მეორე ფეხის წვივზე, მთლიანად ქალების მოქმედების არსენალში შედის. ერთი ფეხის ტერფი გარეშემოქდობა მეორე ფეხს და ქმნის დამცავ პოზიციას. ფსიქოლოგის ენაზე ქალი სიმბოლურად იკეტება საკუთარ

თავში, როგორც კუ თავის ჯავშანში; ფეხების გადაჯვარედინება, ხელების და ფეხების ერთდროული გადაჯვარედინება – „ორმაგი ბოქლომია“, რაც გულისხმობს პიროვნების თავდაცვითი ფუნქციების გაძლიერებას და ქალის შემთხვევაში, საგანგებო ზომების მიღებას სექსუალური აგრესის წინააღმდეგ; მაჯის შესაკრავების წესრიგში მოყვანა, ჰალსტუხის წვალება და მისთ. ააშკარავებს შენიღბულ განცდებსა და ნერვიულობას, რაიმე საპასუხისმგებლო მოვლენის წინ; ხოლო არარსებული ბუსუსების ტანსაცმლიდან მოცილების მცდელობა ახასიათებთ ადამიანებს, რომელთაც სურთ საკუთარი აზრის გამოთქმა და რაიმე მიზეზის გამო ვერ ბედავენ და ა.შ.

გამორჩევით წარმოდგენილი ყველა ზემომოყვანილი მაგალითი მოწმობს, რომ თითოეულ მანერას, უესტს, მიმიკას – სხეულის მოძრაობის ამა თუ იმ ფორმას, მკაცრად შესატყვისი ფსიქოლოგიური დატვირთვა გააჩნია, რასაც ხელოვნების სფეროში დასაქმებული ადამიანებისათვის შესანიშნავი გზამკვლევის როლის შესრულება ხელეწიფება, როგორც არავერბალური ქარაგმებისა და სიმბოლოების ტრადიციული გააზრებისათვის, ასევე – მათი ახლებური ინტერპრეტაციისათვის.

მაგისტრანტა სამეცნიერო სტატიები*

* ნაშრომები იბეჭდება პროგრამის ზელმძღვანელების რეკომენდაციით.
სტატიის სტილი დაცულია.

ნატო მდინარაძე,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ტელე-კინო პროდუსინგის
მიმართულების მაგისტრანტი
ხელმძღვანელი - ასოც. პროფ. ელისო ერისთავი

სერიალი ტელევიზიონგზი

სანახაობითი კულტურის ვიზუალური ხელოვნების ფორმები – კინო და ტელევიზია XX საუკუნეში აღმოცენდა და თავისი წარმოშობისთანავე იქცა საზოგადოებაზე ზემოქმედების ძლიერ იარაღად. ჩემი ნაშრომის მიზანია ტელესერიალების როგორც საზოგადოებაზე გავლენის მოსახლენი ერთ-ერთი საშვალების პროდუსინგის ზოგადი ანალიზი.

გასული საუკუნის დასაწყისში ბევრი პროექტი, რომელიც რადიოს ბაზაზე შეიქმნა და მსმენელებში დიდი პოპულარობით სარგებლობდა, გადავიდა ტელევიზიაში.

ტელევიზიის განვითარებას დრო სჭირდებოდა, ტექნიკური საშუალებები მცირე იყო, ის პროექტები კი, რომელსაც რადიოს საშუალებით იცნობდა ხალხი, სრული სახის მიღებამდე, დროთა განმავლობაში იხვეწებოდა. ყველაზე მარტივად კი, რეკლამები და ახალი ამბები, ეგრეთ წოდებული „ნიუსები“ მოერგო ტელეფორმატს.

ჩემი ნაშრომის ამოცანას სერიალის პროდუსინგის პელევა წარმოადგენს. ის პირველად ამერიკაში შეიქმნა და კომერციული დატვირთვა ჰქონდა. მაუწყებლების მიზანი იყო, ქალებისათვის რეგულარულად, სასიამოვნო, მარტივად აღსაქმელი სიუჟეტი შეეთავაზებინათ, რათა პარალელურად დიასახლისებს საოჯახო საქმე ეკეთებინათ, თან სარეცხი საშუალების რეკლამა ენახათ. სწორედ ამიტომ ჯერ კიდევ რადიოში ეწოდა სერიალს „საპნის ოპერა“.

„საპნის ოპერების“ ფართო წარმოება განაპირობა იმ ფაქტმა, რომ ძალზედ მცირე ბიუჯეტიანია, არ მოითხოვს ტექნიკურ სირთულეებს, მოქმედება ძირითადად ინტერიერში

ხდება და სიუჟეტი დიალოგებზეა აგებული. სტრუქტურა კი ხანგრძლივი ჩვენების პროცესთანაა დაკავშირებული. რადგან მათი წარმოება არ მოითხოვს დიდ ფინანსურ სახსრებს, ამიტომ ამერიკის გარდა ეს სახეობა სწრაფად ასიმილირდა სხვადასხვა ქვეყნებში და დღეისათვის მისი მწარმოებლები, ისეთი ღარიბი ქვეყნები არიან, როგორიცაა ბრაზილია, კოლუმბია, არგენტინა, ვენესუელა და ა. შ., ალბათ, ამ ფაქტმა განაპირობა ჩვენს რეალობაშიც სერიალების ფართო გავრცელება და ქართული ანალოგები. ჩვენი ქართული მაუწყებლების საეთერო ბადეც უხვადაა გაჯერებული ამ პროდუქციით. მოთხოვნა იმდენად დიდია, რომ მთლიანად დაკავებული აქვს ყველაზე ძვირად ღირებული დრო, ეგრეთ წოდებული “Prime Time”.

ჩემი აზრით, სერიალი, მაშინ ასრულებს თავის დანიშნულებას თუ ის, ნებისმიერ წერტილში ჩართვისას ახერხებს მაყურებლის „დაბმას“, „ანუ“, აქვს არამც თუ სერიათა შორის და შიდასერიული ინტრიგა, არამედ შიდა ეპიზოდური და შიდა კადრულიც კი.

სერიალის უწყვეტი სერიები, მაყურებელს აიძულებს მუდმივად ადევნოს თვალი მათ, ეს რეკლამის მიმწოდებლების ინტერესებშიც შედის. გართობის გარანტია კი დრამატურგიული სტრუქტურაა. ამიტომ სერიალებს ახასიათებს თხრობის კულმინაციურ მომენტში შეწყვეტა. ეს ყოველივე კი, მაყურებლის ცნობისმოყვარეობას ააქტიურებს და აიძულებს მომდევნო სერიის ყურებას. ყველა ეპიზოდი მთავრდება დაპირებით, რომ თხრობის ხაზი სხვა ეპიზოდში განვითარდება.

ტელევიზიის ყურებადობა მთელ მსოფლიოში ძალიან დიდია. მრავალი ტელევიზია დიდ ფინანსებს ფლობს, რის გამოც სერიალები უანრობრივად განვითარდა. მონაპოვრები ყოფის ყველა თემას შეეხო, რამაც თავისთავად რეკლამის მოზიდვას ხელი შეუწყო და სერიალი ფინანსების შემომტანი გახდა. ამიტომაც დღეს სერიალი უანრობრივად და თვისებრივად სანახაობის დიდ სპექტრს ეხება, რაც ტელებადის შევსებასა და ფინანსურ მოგებას ეხმარება.

ძალზე პოპულარულია დეტექტიური უანრი, რომელიც ასევე რადიოდან მოდის, ტელევიზიაში კი, პროფესიის, ამ

შემთხვევაში პოლიციის პოპულარიზაციის ფუნქციაც შეითავსა. მაგალითად: სერიალი „საიდუმლო მასალები“ (რეჟისორი და პროდუსერი კრის კარტერი). იგივე შეიძლება ითქვას სერიალზე „სასწრაფო“ (რეჟისორი მაიკლ კრეიტონი), რომელიც საავადმყოფოს მიმღები განყოფილების ექიმებისა და პერსონალის ცხოვრებას ასახავს. სერიალი 15 სეზონს მოიცავს და ყველაზე დიდი სამედიცინო დრამაა ამერიკის ტელეისტორიაში. არ შეიძლება არ აღინიშნოს, რომ სერიალის ესოდენ დიდი პოპულარობა მსახიობ ჯორჯ კლუნის დიდი დამსახურებაცაა.

ასევე აღსანიშნავია სერიალი „ტაქსი“ (იდეის ავტორი და რეჟისორი ჯეიმს ბრუკსი), სადაც ავტომობილების რეკლამა ხდება და ასევე უხვადაა ნაჩვენები კასკადიორული ხელოვნება. პროფესიების პოპულარობის უანრის სერიალები მოიცავს ყველა იმ პროფესიას, რომელიც რისკის ფაქტორთანაა დაკავშირებული.

ფანტასტიკის თემატიკა მეტად პოპულარულია, რომლის განხორციელება ტექნოლოგიურ სირთულეებთანაა დაკავშირებული. ვინაიდან ამერიკული კინოწარმოება თავისი განვითარების პროცესში ამ თემატიკას დიდ ყურადღებას აქცევს და მათი ტექნოლოგიური მიღწევები ამის საშუალებას იძლევა ტელევიზიებშიც ამ უანრის სერიალების გამოჩენა ღოგიგურია. მაგალითად: აღსანიშნავია სერიალი „დაკარგულები“ (ავტორი ჯეფრი ლიბერი), რამელმაც ჩემი აზრით არ გაამართლა, მაგრამ მაყურებელთა დიდ რაოდენობას ეს უანრი იტაცებს და ტელევიზიებს უხდებათ მათი ინტერესების დაკმაყოფილება. სერიალი ავია კატასტროფის შედეგად გადარჩენილი მგზავრების ყოფას მოგვითხრობს უკაცრიელ კუნძულზე. სერიალის ერთი სერიის გადაღება დაასლოებით 2 მლნ. დოლარი დაჯდა.

რომანტიკული და სათავეადასავლო უანრი ხელოვნებასა და ლიტერატურაში ძალიან პოპულარულია, ამიტომ ღოგიგურია მისი გამოჩენა ეკრანზე. ეს უანრი გავრცელებულია მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში და ამ მიმართულებით მრავალი სერიალი შეიქმნა. მაგალითად: „სექსი დიდ ქალაქში“ (ავტორი დარენ

სთარი), „სასოწარკვეთილი დიასახლისები“ (ავტორი მარკ ჩერი, პროდუსერი ლარი შოუ), რომელთა თითო სეზონის გადაღება დაახლოებით 65-70 მლნ. დოლარი დაჯდა.

ასევე უხვადაა სერიალები ტექნოლოგიური და შემეცნებითი თემატიკის. ეს უკანასკნელი ადამიანის განათლების სფეროს მიეკუთნება. მსგავსი მიმართულება მრავალი პროფესიონალი მეცნიერის დაკავებას მოითხოვს, დაკავშირებულია მრავალი მაგალითის მოწოდების სირთულესთანაც, რაც ბიუჯეტთან პირდაპირ კავშირშია. ამგვარი პროექტების წარმოებით მსოფლიოში ლიდერობს ბრიტანული კომპანია BBC და მისი პროდუქცია მრავლადაა ისეთ არხებზე, როგორიცაა: Discovery, Animal planet, National Geographic და ა.შ.. მათზე დახარჯული ხარჯები კი, კომპენსირდება ღირებულებით, ვინაიდან ამ პროექტებს ყიდულობს მსოფლიოს მრავალი ტელევიზია. ასევე მათი შეძენით დაინტერესებულნი არიან სასწავლო დაწესებულებები სასწავლო დანიშნულებით.

მსოფლიოში მეტად პოპულარულია სიტუაციური კომედია ანუ „sitcoms“. ამ ჟანრის ნამუშევრები, სიტყვიის მნიშვნელობიდან გამომდინარე, ყოფითი თემატიკის კომედიური მოწოდებაა და ეს მაყურებლებში ყოველთვის მოთხოვნადი იყო. ამის გამოცდილება, როგორც რადიოში, ასევე კინოში, დაიხვეწა და ტელევიზიაში ორგანულად ჩაეწერა. მაგალითად: ყველასათვის ცნობილი ამერიკული „მეგობრები“ (ავტორი დ. კრეინი, მ. კაუფმანი). მსოფლიო ტელევიზიები გაჯერებულია ამ ჟანრით, რადგან ყოფით საკითხებს უკავშირდება და უფრო პოპულარულია ვიდრე ოდესდაც „საპნის ოპერები“.

საქართველოში სერიალები 90-იან წლებში გამოჩნდა და დღემდე მზარდი პოპულარობით სარგებლობს. ამერიკული პროდუქციის ჩვენება ჩვენს ეკრანზე ნაკლებად ხდება, რადგან კანონით მათი დუბლირება იკრძალება. მასა კი მექნიკურ სტილისტიკასა მიჩვეული და სუბტიტრები მისთვის დამღლელია. სწორედ, ამიტომ, მკვეთრად დაეცა ამერიკული სერიალების რეიტინგი და მაუწყებლებიც აღარ რისკავენ მის ყიდვას. სუბტიტრები მოქმედებს მაყურებლის აღქმაზე და

შესაბამისად რეიტინგზე. მაუწყებელი ყიდულობს სერიალს რომელსაც მოაქვს რეკლამა, რეკლამა კი, სტატისტიკური მონაცემებით მოაქვს ტელენოველას, ანუ, „საპნის ოპერას“, რომლებსაც ძირითადად ლათინოამერიკული ქვეყნები აწარმოებენ.

რაც შეეხება ამერიკულ, მხატვრულად უფრო ღირებულ პროდუქციას, საქართველოში მათი ჩვენების თავისებური მანერა ჩამოყალიბდა. ამერიკელები კვირაში სერიალის ერთ ეპიზოდს უშვებენ და მაყურებელს მისი მოლოდინი აქვს. საქართველოში კი, როცა ამერიკული სერიალები ახალი ხილი იყო, ყიდულობდნენ რამდენიმე სეზონს და უშვებდნენ ყოველდღე. ამან არ გაამართლა, რადგან მაყურებლის ინტერესის მიხედვით ყოველდღიური მოზიდვა ძალიან რთულია. ეს მათი მხრიდან ბევრ თავისუფალ დროს მოითხოვს, ხოლო ინტერვალის გაზრდა სერიებს შორის თავისთავად მაყურებლის რაოდენობასაც ზრდის. ეს ყოველივე მზარდი პროპორციით ტელევიზიის შემოსავალთანა დაკავშირებული. იგივე პრობლემა ქართულ სერიალებსაც შეეხო. მაგალითად: სერიალ „ჩემი ცოლის დაქალების“ რეჟისორს, გიორგი ლიფნავას, ხშირად სმენია პრეტენზია, თუ რატომ არ გადიოდა უფრო მეტი სერია კვირაში, ხოლო სერიების დამატების შემდეგ სერიალის ხარისხი და ასევე ყურაბადობა საგრძნობლად დაეცა.

საქართველოში, ასევე ძალიან პოპულარულია ამერიკული „sitcoms“-ის ქართულ რეალობას მორგებული ფორმატები. დაბალი რეიტინგი აქვთ ამერიკულ სიტუაციურ კომედიებს, რადგან იუმორის სხვა გარემოზე გადმოტანა რთულია, თან როგორც აღვნიშნე სუბტიტრების პრობლემაცაა. ისინი ამერიკულ სიტუაციასაა მორგებული და სუფთა ამერიკული შიდა მოხმარების პროდუქტია. ამიტომ, საქართველოში, იღებენ ამერიკულ „sitcoms“ და არგებენ ქართულ რეალობას. ასეთი ტიპის სერიალებზე მოთხოვნა ძალიან დიდია, მაგრამ რადგან ადგილობრივი წარმოება ძვირი ჯდება, ბევრი ვერ კეთდება. მაგალითად, ამერიკაში პოპულარული - „ფრიენდსი“ - სატელევიზიო ბადეში არის 7-8-საათიან ზონაში, მის

ქართულ ანალოგს - „შუა ქალაქში“ - ამ ზონაში ვერ გაუშებენ, რადგან რეკლამა ნაკლებია. ამას გარდა, ქართული “sitcoms”-ის შექმნელები იძულებულები არიან, თითო ან ორი სერია გაუშვან კვირაში, რაც მიჯაჭვულობას არ იწვევს. ქართული ანალოგები ხშირ შემთხვევაში მდარე ხარისხის და იუმორისაა. ძირითადად ახალგაზრდებზეა გათვლილი, აქცენტია ადამიანებზე, რომლებიც სულელის როლის თამაშით ახერხებენ მაყურებლის გაცინებას. ეს უკანასკნელი კი საოცარ ზეგავლენას ახდენს დღევანდელი ახალგაზრდების ქცევასა და ლექსიკაზე. ყურადსალებია ასევე სარეკლამო ჰრების ხანგრძლიობა. ხშირად ის 15 წუთს აჭარბებს, რაც საგრძნობლად ამცირებს სერიალების ყურებადობას ქართულ ეკრანებზე. ამ მხრივ ვფიქრობ აუცილებელია ბალანსის დარეგულირება.

პირველი ქართული მხატრული სერიალი „სახლი ძველ უბანში“ ფანტასტიკური ჟანრის გახლდათ, რომელიც 1994 წელს გამოვიდა ეკრანზე. ამის შემდეგ იყო გარკვეული წყვეტა. შემდეგ ქართული სერიალების წარმოებაში პიონერად ტელეკომპანია „იმედი“ გვევლინება. ადგილობრივი პროდუქცია გაცილებით რეიტინგული აღმოჩნდა ვიდრე ნებისმიერი ზემოთ ჩამოთვლილი ამერიკული სერიალი საქართველოში. ისინი ყოველთვის უწევდნენ კონკურენციას ამერიკულ სერიალებსაც კი, თუმცა მათი გადაღება პატარა ქვეყნებისთვის ძვირი სიამოვნებაა. თითო სერია დაახლოებით 10 000-12 000 დოლარი ჯდება. რთულია „ამოილოს თავისი თავი“, რიგი მიზეზების გამო ძნელია მათი საერთაშორისო ბაზარზე გატანა, ამიტომ ქართული სერიალების წარმოების დაფინანსება სხვა კომპანიების მიერ იშვიათია. მათ ძირითადად ტელეკომპანია აფინანსებს, პროექტს კი ზოგჯერ გადამდები ჯგუფი აწვდის მაგალითად „ყავა და ლუდი“, „ჩემი ცოლის დაქალები“. რაც შეეხება შინაარსობრივ კუთხეს, აქაც ამერიკულ ანალოგებთან გვაქვს საქმე. „იმედის“ სერიალი „გოგონა გარეუბნიდან“ - „უშნო ბეტის“ ფორმატია, რაც არაერთ ქვეყანას აქვს გაკეთებული. ხოლო „ჩემი ცოლის დაქალები“-ს შემთხვევაში, პარალელებს

სერიალებთან - „სექსი დიდ ქალაქში“ და „სასოწარკვეთილი დიასახლისები“ - ავლებენ. თუმცა, შემოქმედებითი ჯგუფები მიიჩნევენ, რომ დასახელებული ამერიკული სერიალები, იმ კონკრეტული ქვეყნის ადამიანებს, იქაურ სიტუაციებს და პრობლემებს ასახავს, ესენი კი, ქართულ რეალობას არის მორგებული.

ე. წ. ვერტიკალური სერიალი, რომელიც დამოუკიდებელი ამბებისგან შედგება, არც საქართველოსთვის არის უცხო. სერიალიში „ყავა და ლუდი“ - ჰქონდათ ერთ, ორ, სამ და ოთხ სერიანი ამბები. თავად სერიალი ორიგინალური იყო, თუმცა, ინსპირაცია რამდენიმე დეტექტივმა მოახდინა. ამ სერიალში აქცენტი გმირებზე კეთდებოდა, ყოველი სერია იყო დასრულებული და მეორე ეპიზოდში სხვა სიუჟეტი ვითარდებოდა, ამ წყებას კი, რამდენიმე გმირი და საერთო პროფესია აერთიანებდა. ეს ეხებოდა „ცხელ ძაღლსაც“. ბოლო პერიოდში კი ეს ტენდენცია შეიცვალა და დღევანდელ სერიალებს კონკრეტული სიუჟეტი, ან ინტრიგა არა აქვთ. ისინი უბრალოდ, მხიარული, რეალისტური სერიალებია და თბილისურ ცხოვრებას ასახავს.

ქართულ ტელე-სივრცეში ზოგჯერ თავად ტელევიზია იჩენს ინიციატივას. ამის მაგალითად შეიძლება ჩაითვალოს ტელეკომპანია პიკ-ის ინციატივა რუსულენოვანი დეტექტიური ჟანრის სერიალის გადაღებისა. ის გათვლილია რუსულენოვან ქართველ მაყურებელზე, რომელიც სავარაუდოდ ეთერში მომავალი სეზონიდან გავა. პროექტის ხელმძღვანელი ჩემ მიერ ზემოთ ჩამოთვლილი სერიალების „ცხელი ძაღლი“, „ყავა და ლუდი“, ასევე „თენდება გვიან“, „ქაღალდის ტყვია“, „მგლების ხორუმის“ მთავარი პროდუსერი ოთარ შამათავაა. მისი აზრით ქართული სერიალების ფინანსური მოგებისათვის, მათი საზღვრებს გარეთ გატანაა აუცილებელი. ამისათვის კი გაყიდვების წინასწარ დაგეგმარებაა საჭირო. ამ მხრივ ყველაზე წარმატებული „ცხელი ძაღლი“ აღმოჩნდა, რომლის რეალიზაცია 12 ქვეყანაში მოხდა. ასევე დამატებითი მოგება მოაქვს სერიალების განმეორებით ჩვენებებს გარკვეული

პერიოდის შემდეგ და თუ სერიალი ხარისხიანია, ის წლების
შემდეგაც კარგად იყიდება.

ეველინა მენთეშაშვილი,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის მაგისტრანტი
ხელმძღვანელი - ასოც. პროფ. ელისო ერისთავი

ექსტრემალური ჟურნალისტიკა და თვითაროდიუსინგი ცხელ ფერტილებზე

რა არის ექსტრიმი? ესაა სიტუაცია, რომელიც დროის მინიმალურ მონაკვეთში მაქსიმალურ მოქმედებას მოითხოვს. სწრაფი აზროვნება და ექსტრემალურ სიტუაციაში თვითპროდიუსინგი ის უნარჩვევებია, რომელიც ექსტრემალურ უურნალისტიკასა და პროდიუსინგს ჭირდება.

ჩემი ნაშრომის მიზანია, გაგაცნოთ ის წესები, რომელსაც მედიაექსპერტებმა ოქროს წესები უწოდეს. ეს უნარჩვევები დრომ გამოცადა და სხვის შეცდომებზე სწავლას ჰგავს. რაც ნაკლები იცი, მით უფრო ნაკლებად გეშინა ომის, — ეს საკუთარ გამოცდილებაზე დაყრდნობილი თეორიაა.

ისტორიკოსებისა და სოციოლოგების აზრით, ახალი ამბავი ადამიანის ძირითად იმპულსს აკმაყოფილებს. ადამიანს ყოველთვის აინტერესებს, რა ხდება იქ, სადაც თვითონ არ არის.

უურნალისტიკა არის სისტემა, რომელსაც საზოგადოება ქმნის ახალი ამბების მოსაპოვებლად და სხვა სოციალურ ინსტიტუტებთან ერთად მისი დანიშნულებაა საზოგადოების მართვაში მონაწილეობის მიღება.

მედიაექსპერტების ბილ კოვაჩის და ტომ როზენსტილის სახელმძღვანელოში „უურნალისტიკის ელემენტები“ ჩამოყალიბებულია უურნალისტიკის ძირითადი პრინციპები.

პირველი პრინციპი ისაა, რომ უურნალისტიკამ ადამიანები უზრუნველყოს ინფორმაციით, უურნალისტი ემსახურებოდეს სიმართლეს, და შეძლოს მოპოვებული დოკუმენტური მასალის ისე გადამუშავება, რომ მაყურებელს მიეცეს საშუალება მიიღოს

სხვადასხვა ინფორმაცია ერთსა და იმავე ფაქტზე და დასკვნა გამოიტანოს პირადი ხედვით.

ამ ამოცანის შესასრულებლად საჭიროა:

- . ინფორმაციის მუდმივი გადამოწმება;
- . დამოუკიდებლობა მათგან, ვისაც აშუქებ;
- . უურნალისტი არის ხელისუფლების დამოუკიდებელი მაკონტროლებელი;
- . უურნალისტიკა აძლევს ხალხს საჯარო კრიტიკისა და მსჯელობის საშუალებას;
- . დაცული იქნეს ინფორმაციის პროპორციულობა;
- . უურნალისტიკა მორალურ ნორმებს არ სცილდება, ეყრდნობა სიმართლეს, სინდისსა და პასუხისმგებლობას.

ექსტრემალური უურნალისტიკის პროდუქსინგი, რომელიც რეპორტიორის ფუნქციებთან არის დაკავშირებული, ითვალისწინებს გონიერივ მობილიზაციას, რთულ სიტუაციაში ადაპტირებას და რისკს.

რეპორტიორის საქმიანობა დიდ რისკთან არის დაკავშირებული. მას უწევს მუშაობა შეიარაღებული კონფლიქტის, სამოქალაქო არეულობის დროს, აშუქებს საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მნიშვნელობის მოვლენებს, სენსაციურ ფაქტებს, სააშკარაოზე გამოაქვს, რაც დაფარულია. შესაძლოა ვიღაცისთვის არასასურველ დროს, არასასურველ ადგილზე აღმოჩნდეს.

უურნალისტის პროფესია ერთ-ერთი ყველაზე სახიფათოა მსოფლიოში. ეს ხითათი საბედისწერო ხდება მაშინ, როდესაც უურნალისტებს არა აქვთ ცხელ წერტილებში მუშაობის გამოცდილება. საკუთარი მაგალითის საფუძველზე შემიძლია აღვნიშნო, რომ ემოციური ფონი ერთ-ერთი ხელის შემშლელი ფაქტორია, გააშუქო ომი პირადი ტკივილისა და შეგრძნებების გარეშეაზუ საკუთარ ქვეყანაში ომის რეპორტიორობა (რომელიც გერმანული საზოგადოებრივი მაუწყებლის ZDF - თვის მომიწია), ორმაგად რთული აღმოჩნდა. განსაკუთრებით რთული აღმოჩნდა იმ ზღვრის დაცვა, რომელიც ცივსისხლიანობასა და პროფესიონალიზმს შორის გადის. უნდა ეცადო აკეთო შენი

საქმე და თავიდან ამოიგდო სხვების დახმარება ეს მთავარი წესია, — მიზიარებდა საკუთარ გამოცდილებას ევროპაში ცნობილი ომის ოპორტუნიტეტით ანტონია რადოსი, რომელმაც ომის დასრულებისთანავე დამისვა „დიაგნოზი“: ჩემი ემოციურობის გამო ომს ვერ გადავიტანდი (მნიშვნელობა არა აქვს საკუთარ თუ სხვის ქვეყანაშია ომი). გამოუცდელობის გამო, გაწეული რისკის შემდეგ კი, ჩემი გადარჩენა, მხოლოდ იღბლის ხარჯზე ხდებოდა, ამას თავადაც მივხვდი ომის დასრულების შემდეგ. სწორედ ამ მიზეზითაა, რომ ჩემი დღევანდელი ნაშრომის ამოცანაც, იმ საკითხების საფუძვლიანად შესწავლაა, რომელსაც ჟურნალისტიკა მოიცავს.

ახალი ამბების უსაფრთხოების საერთაშორისო ინსტიტუტმა (INSI) მიმდინარე წელს დაღუპული ჟურნალისტების შესახებ მონაცემები გამოაქვეყნა. სულ რაღაც ერთ თვეში ათამდე ჟურნალისტის დაღუპვის ფაქტია დაფიქსირებული.

საომარი სიტუაციებისა და სამოქალაქო არეულობისას სამსახურებრივი მოვალეობის შესრულების დროს, ბოლო 10 წლის განმავლობაში მასობრივი საინფორმაციო საშუალებების 1000-ზე მეტი წარმომადგენელი დაიღუპა. ბევრი მძიმედ დაშავდა და აქტიურ მოღვაწეობას ვეღარ ახერხებს. გადატანილი სტრუქტურის გამო, ზოგიერთი ინტენსიურ ფსიქოლოგიურ დახმარებასაც საჭიროებს. მაგ: 2012 წლის 20 იანვარს პაკისტანში თალიბებმა ადგილობრივი ჟურნალისტი მუკარამ ხან აატიფი მოკლეს, რომელიც „ამერიკის ხმის“ კორესპონდენტად მუშაობდა.

იმავე წელს იანვარში ფილიპინელი ჟურნალისტი და პუბლიცისტი კრისტოფერ გუორინი მოკლეს. დაღუპულ და დაშავებულ ჟურნალისტთა სია სამწუხაროდ საკმაოდ ვრცელია. მედიაექსპერტებმა პროფესიონალიზმის საზომად სიფრთხილე მიიჩნიეს. „ამბავი არ ღირს სიცოცხლის ფასად“!

ბრძოლის ველიდან მიღებულ ინფორმაციაზე საზოგადოებაში ყოველთვის დიდი მოთხოვნილება არსებობს. რაც უფრო დიდია ომის მასშტაბები, მით მეტია მოთხოვნილება ამგვარ ინფორმაციაზე და, შესაბამისად, იზრდება „ცხელ წერტილებში“

მომუშავე უურნალისტების ანაზღაურებაც. ეს გარემოება კი, ხშირად აიძულებს რეპორტიორებს, დაარღვიონ უსაფრთხოების მოთხოვნები და ექსკლუზიური მასალა საკუთარი სიცოცხლის რისკის ფასად მოიპოვონ. გაზეთ „კვირის პალიტრის“ სამხედრო მიმომხილველი ირაკლი ალადაშვილი, რომელსაც სამხედრო კონფლიქტებში მოღვაწეობის საკმაო გამოცდილება აქვს, იხსენებს ქართველი უურნალისტების დაღუპვის ფაქტს, რუსეთის სამხედრო ავიაციის მიერ ქალაქ სოხუმის დაბომბვისას. — „ბომბები იყო 250 კილოგრამიანი, მაგრამ ისინი სოხუმის კვარტლებში ჩამოვარდნის დროს არ აფეთქდა. გაიგზავნენ ქართველი განმნაღველები, რომ გაენაღმათ ისინი. განაღმვის დროს მოხდა ბომბების ინიცირება და აფეთქება. ამ დროს დაიღუპა რვა მენაღმე და 4 უურნალისტი, რომლებიც ამ ფაქტს იღებდნენ ვიდეოაპარატურაზე“.

დაღუპულ უურნალისტებს, რომელთაგან ერთ-ერთი სამხედრო პრესცენტრის ოპერატორი გიორგი პოპიაშვილი იყო, არ შეიძლებოდა სცოდნოდათ, რომ ქალაქზე ჩამოყრილ საავიაციო ბომბებს ეყენა სპეციალური მექანიზმი, რომელიც მოქმედებაში მოდის გარკვეული დროის შემდეგ. ეს არ იცოდა არც სამხედრო ხელმძღვანელობამ, რომელმაც უურნალისტებს სახიფათო სიახლოეს მუშაობის ნება დართო. იმავე აფხაზეთის ომის დროს იყო შემთხვევა, როცა ბრძოლის წინა ხაზზე გასული უურნალისტი მიღებული ჭრილობის შედეგად სისხლისგან დაიცალა. ასეთი სავალალო ფაქტები დიდი და მცირე ინტენსივობის კონფლიქტების დროს ხდება, ამიტომ უურნალისტებს ისევე მოეთხოვებათ უსაფრთხოების ზომების ცოდნა და დაცვა, როგორც სამხედროებს.

მრავალ ქვეყანაში თავად უურნალისტებმა შეადგინეს ერთგვარი სახელმძღვანელო, რომელშიც მითითებულია, თუ რა წესების დაცვა ევალებათ საბრძოლო ოპერაციებში მომუშავე რეპორტიორებს. ეს არის: დანაღმულ ველზე ქცევის წესები; საარტილერიო დაბომბვის დროს რას შეაფაროს თავი და როგორი საფარი აირჩიოს; სანგარში როგორ ჩაწვეს; რა ჩაიცვას - უურნალისტს არ უნდა ეცვას ისეთი რამ, რაც

მიამსგავსებს ჯარისკაცს, ანუ სამხედრო ფორმა, მუზარადი.

თუ ომი წესების გარეშე წარმოებს, თუ სამხედროები არად დაგიდევენ ჰუმანიტარული სამართლის ნორმებს, მაშინ გაუთვალისწინებელი საფრთხისგან ვერც ერთი უურნალისტი იქნება დაზღვეული.

უურნალისტის თვითპროდიუსინგი ომსა და ზოგადად სიტუაციებში ძალიან მნიშვნელოვანია. მისი გადარჩენა ხშირ შემთხვევაში დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორ მოქმედებს იგი ცხელ წერტილებში პროფესიული მოვალეობის შესრულებისას.

2008 წლის რუსეთ-საქართველოს ომის გასაშუქებლად ჩამოსული ჰოლანდიული კოლეგა ჯეპ კრუზი (Press Now) რომელსაც ექსტრემალურ უურნალისტიკაში დიდი გამოცდილება აქვს ამბობს:

უურნალისტს ხშირად უწევს მუშაობა კონფლიქტების ეპიცენტრში, იქ სადაც საშიში ზონაა, ასეთ ვითარებაში ის პირველ რიგში უნდა ფიქრობდეს საკუთარ უსაფრთხოებაზე, როგორ დაიცვას თავი, როგორ გადარჩეს და ამავე დროს ხალხისთვის საჭირო, საინტერესო მასალები მოიპოვოს. ამ დროს უურნალისტს ყურადღების კონცენტრირება მართებს უფრო მეტად საკუთარ თავზე. მაგალითად: როდესაც ის მანქანით მიდის და ხედავს, რომ მის წინ მიმავალი მანქანა ფეთქდება, კი არ უნდა გადმოხტეს და უშველოს იქ მსხდომ ხალხს, არამედ უნდა მოუნახოს იმ ტერიტორიას გვერდზე ავლის საშუალება, რათა ცეცხლს თავი დააღწიოს.

ექსტრემალური უურნალისტიკის ცენტრის მიერ გამოცემულ სახელმძღვანელოში «Прикладная конфликтология для журналистов» ვკითხულობთ:

უურნალისტმა საკუთარი თავი თვითონ უნდა მართოს ნებისმიერ სიტუაციაში, უნდა გამოიმუშავოს ის უნარჩვევები და წესები, რაც საჭირო და აუცილებელია ომში და ზოგადად ექსტრემალურ ვითარებებში. ეს უნარჩვევები და წესები, ძირითადად ემოციებს ემყარება. არ უნდა გაშუქდეს ფაქტები გულგრილად, უურნალისტი ვალდებულია მოიძიოს ინფორმაცია,

თუ რატომ ხდება კონფლიქტი, როგორ მოქმედებენ ასეთ დროს მხარეები, ვინ და როგორ სარგებლობს ამ კონფლიქტით, რომელი მხარის მიერ ირღვევა წესები და ა. შ.. რაც ყველაზე მთავარია, უურნალისტი არ უნდა გამოიყენოს რომელიმე დაპირისპირებულმა მხარემ საკუთარი მიზნებისთვის. თვითონ უურნალისტს კი, არ უნდა ჰქონდეს რომელიმე მხარის ნდობა და ფაქტებზე დაკვირვებას თავად უნდა ახდენდეს. არ უნდა გახდეს ემოციური ფონის ნაწილი, ყოველთვის უნდა შეეძლოს სიმშვიდის შენარჩუნება და სიფრთხილით მოქმედება.

არსებობს წესები რომელსაც ნებისმიერი რეპორტიორი უნდა ემორჩილებოდეს:

უურნალისტმა, რომელიც სამოქალაქო არეულობის, მიტინგის, დემონსტრაციის გაშუქებას აპირებს, უნდა გაითვალისწინოს, რომ შემთხვევის ადგილზე ძალიან დაგვიანებას ადრე მისვლა სჯობს.

სატრანსპორტო საშუალება თავშეყრის ადგილიდან მოშორებით უნდა გააჩეროს, რათა მანქანა არ დაზიანდეს.

კორესპონდენტმა უნდა დაათვალიეროს გარემო და შეიმუშაოს მოქმედებისა და გადაადგილების საჭიროების შემთხვევაში გაქცევის გეგმაც.

უურნალისტმა მობილურ ტელეფონში წინასწარ უნდა მოიძიოს იმ ადამიანების ტელეფონები, რომელთაც საჭიროების შემთხვევაში სწრაფად დაუკავშირდება.

რეპორტიორმა უნდა იცოდეს თუ სად დგას სასწრაფო დახმარების მანქანა.

ექსტრემალური სიტუაციების გაშუქებისას მიუღებელია დახრა და ძირიდან თუნდაც სუვენირად რაიმე ნივთის აღება.

კორესპონდენტმა ყურადღება უნდა მიაქციოს სად იმყოფებიან მისი კოლეგები, შეიძლება ისინი მნიშვნელოვან ინფორმაციას ფლობენ, რაც მან ჯერ არ იცის!

უურნალისტმა თან უნდა იქონიოს, წყალი, საკვები და სააფთიაქო ჩანთა.

მასობრივი არეულობის დროს ხშირად მომიტინგები იყენებენ ხელკეტებს, სამართალდამცავები კი ცრემლსადენ

გაზს და რეზინის ტყვიებს. საფრთხის თავიდან ასაცილებლად კორესპონდენტმა უნდა ატაროს დამცავი სათვალე. უმჯობესია ტანსაცმელი უფარავდეს თავს, კისრისა და ყელის მიდამოს, ხელებს და მუხლებს. არ უნდა ატარებდეს მკვეთრი ფერის გამომწვევ სამოსს.

ახლოს – ყოველთვის არ ნიშნავს უკეთესს. კარგი რეპორტაჟის და სიუჟეტის მომზადება, კადრების მოპოვება ზოგჯერ შორიდანაც შესაძლებელია, ამისთვის სულაც არაა საჭირო ხალხის მასასთან შეერთება.

როცა ჟურნალისტი საჭირო რაოდენობის კადრებს მოიპოვებს ახლით უნდა შეცვალოს ფირი (ან დისკი), ჩანაწერი კი საიმედოდ გადამალოს. მან თან უნდა იქმნიოს ყალბი, ძველი ფირი, რომელსაც გაღიზიანებული ადამიანის მოთხოვნის შემდეგ დაუყოვნებლივ „გაიმეტებს გადასაცემად“.

საომარი კონფლიქტის გაშუქებისას მართებულია მეწყვილესთან ერთად მუშაობა. ასეთ დროს უმჯობესია გვერდით იყოს ვიღაც, ვინც საჭიროების შემთხვევაში დახმარების გაწევას შეძლებს. სამხედრო შენაერთობა ერთად გადაადგილება სარისკოა, ჟურნალისტი შესაძლოა მოწინააღმდეგემ მტრად მიიჩნიოს. ცხელ წერტილთან მიახლოვება სახიფათოა, ამიტომ გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება მაღალი ხარისხის ტექნიკით აღჭურვას, შორი მანძილიდან გადაღება რომ მოხერხდეს.

კორესპონდენტმა თუ სამხედროებთან ერთად გადაადგილება მოუხდება, მეთაურის ნებისმიერი მითითება მკაცრად უნდა დაიცვას! სამხედრო მანქანით მგზავრობისას კოლონის თავში ან ბოლოში ყოფნა სასურველი არ არის.

მიუღებელია სიგარეტის მოწევა დამით, ანთებული თამბაქო შორი მანძილიდან ადვილი შესამჩნევია, მწეველი შესაძლოა კარგი სამიზნე გახდეს.

ჟურნალისტი ვალდებულია ატაროს პირადობის მოწმობა, იარაღი - არა, რადგან შესაძლოა ჯაშუშად მიიჩნიონ.

საფრთხე სამხედრო ოპერაციის დასრულების შემდეგაც არსებობს, შესაძლოა ტერიტორია დანაღმული აღმოჩნდეს. გამარჯვების ნიშნად ჰაერში ნასროლი ტყვიაც ხშირად

გაუთვალისწინებელ მსხვერპლს იწვევს. ამიტომ სიფრთხილე აუცილებელია!

კონფლიქტურ ზონებში, ცხელ წერტილებში მომუშავე მასმედიის წარმომადგენლების საკითხით დოქტორი ფენშტეინი და მკვლევართა ჯგუფი დაინტერესდა. გამაოგნებელი შედეგები დაიდო: სამხედრო უურნალისტი ჩვეულებრივთან შედარებით სტრესისადმი და ფსიქიკური ამლილობისადმი 3-ჯერ მეტადაა მიღრეკილი. განიცდიან სოციალურ დისფუნქციას და დეპრესიას, ანტიდეპრესანტებისა და ალკოჰოლის მომხმარებლები ხდებიან. თუმცა გარკვეული ნაწილი სრულიად ჯანმრთელია და წარმატებით განაგრძობს საქმიანობას

უურნალისტთა საერთაშორისო ორგანიზაციები აქტიურად იბრძვიან, რეპორტიორთა უსაფრთხოებისათვის. რისკის შემცირების მიზნით ინტენსიურად მიმდინარეობს ცხელ წერტილებში მომუშავე კადრების მომზადება.

პროფესიონალად ის უურნალისტი ითვლება, ვისაც ექსტრემალური სიტუაციების გაშუქებისას ეშინია და ფრთხილობს. უურნალისტი ტერი ანდერსონი ამბობს:

„არ არსებობს ამბავი, რისთვისაც სიკვდილი ღირს!“

მედია ექსპერტებმა მოვლენების გაშუქებისას პრიორიტეტი უურნალისტის უსაფრთხოებას მიანიჭეს. ახალი ამბავი ადამიანის ჯანმრთელობასთან შედარებით მეორე ხარისხოვანი აღმოჩნდა, ამრიგად ექსტრემალურ სიტუაციაში მუშაობისას, პროფესიონალიზმის საზომი სწორედ თავის შეელა, გაქცევა და გადარჩენაა და არა მნიშვნელოვანი ინფორმაციისთვის გმირული სიკვდილი.

ექსპერტები მოუწოდებენ უურნალისტებს შეაფასონ რისკი და მოერიდონ საფრთხეს.

თუ დარწმუნებული არ ხარ - დაანებე თავი! ასე ქლერს ოქროს წესი, რომელსაც მასმედიის წარმომადგენლებს სთავაზობენ და ახსენებენ, რომ პროფესიონალია ის, ვინც გაითვალისწინებს, რომ „მკვდარს პოპულარობა აღარ სჭირდება“!

ლიტერატურა, კომენტარები:

დაინტერესებულ ჟურნალისტთა კომიტეტი და ადამიანებისა და პრესის პიუს კვლევითი ცენტრი, Striking the balance: audience interests, business pressures and journalists values (2006), ბილ კოვაჩი, ტომ როზენსტილი „ჟურნალისტიკის ელემენტები“ (რა უნდა იცოდეს ახალი ამბების სფეროს მუშაკებმა და რას უნდა მოელოდეს მათგან საზოგადოება) Центр экстремальной журналистики «прикладная конфликтология для журналистов» изд. институт по освещению войны и мира (2006).

აპტოლია შესახებ

მიხეილ ქალანდარიშვილი – დაიბადა ქ. თბილისში, 1952 წლის 11 აგვისტის. 1969 წელს დაასრულა თბილისის 50-ე საშ. სკოლა, 1974 წელს – შოთა რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო თეატრალური ინსტიტუტი და ჩაირიცხა ლენინგრადის თეატრის, მუსიკისა და კინემატოგრაფიის (ПГИТМИК) ინსტიტუტის ასპირანტურაში. 1979 წელს ამავე ინსტიტუტში (ПГИТМИК), იცავს დისერტაციას ს. ახმეტელის რეჟისურის პრობლემატიკაზე ხელოვნებათმცოდნეობის კანდიდატის ხარისხის მოსაპოვებლად. 1979 წლიდან შოთა რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო თეატრალური ინსტიტუტის პრდავოვი და მეცნიერ-მუშაკია. 1993 წელს შრომით „ქართული თეატრის ძირითადი მიმართულებები“ იცავს დისერტაციას ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორის ხარისხის მოსაპოვებლად. არის თოხმოცამდე თეორიული და ისტორიული ხასიათის სამეცნიერო პუბლიკაციების და ავტორული რუსული და ფრანგული თეატრალური ენციკლოპედიების წერილების ავტორი. ამჟამად შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სრული პროფესორია კრიტიკის და თეორიის მიმართულებით.

მარა კიკნაძე — თეატრმცოდნე, ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი. 1989 წელს დაამთავრა შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრალური ინსტიტუტის თეატრმცოდნეობის ფაკულტეტი.

1991 წლიდან მუშაობს თეატრალური ინსტიტუტში ლექტორად. კითხულობს საღუციო კურსს ქართული თეატრის ისტორიისა და თოჯინების თეატრის ისტორიაში. გამოქვეყნებული აქვს 50-მდე სტატია და სამეცნიერო ნაშრომი უკრნალ-გაზეთებში. დაცული აქვს დისერტაცია თემაზე „ექსპრესიონიზმი 10-იანი წლების ქართულ თეატრში“.

ამჟამად შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს უნივერსიტეტში უკავია ასოცირებული პროფესორის აკადემიური თანამდებობა. კითხულობს დისციპლინებს: ქართული თეატრის ისტორია, თოჯინების შეატრის ისტორია, სათეატრო კრიტიკა და თეორია.

თამარ ქუთათელაძე – ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი.

დამთავრა შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის თეატრმცოდნეობის ფაკულტეტი.

დაიცვა დისერტაცია თემაზე „რაჟისორ შალვა გაწერელის თეატრალური ესთუტეკა”, მუშაობს საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტში. ამზადებს სახელმძღვანელოს „ქართული დრამატურგიის ისტორია” (დ. მუმლამაძესთან ერთად). მისი პუბლიკაციები სისტემატურად იძებნება უკრაინულში „თეატრი და ცხოვრება”:

მობ: +995 577 55 16 66

ელ-ფოსტა: free2tamarqutateladze@yahoo.com

დავით გუჯაძიძე – საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი
დამთავრა თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ფიზიკის ფაკულტეტი, რადიოფიზიკოსის სპეციალობით. ასევე სწავლობდა შოთა რუსთაველის სახელობის თბილისის სახელმწიფო თეატრალურ ინსტიტუტში, ლევან პატაშვილის კინოსაოპერატორო და მერაბ ჯოკოჩაშვილის კინოსარეჟისორო სახელონნოებში.

სტაურება გაიარა გერმანიაში, არის უკროპის მედია-პროფესიონალების საერთაშორისო პროექტის «იპკონ-პროგრამმა»-ის სტიკენდიანგი (ქ. ბერლინი).

გახლავთ დოკუმენტური, მხატვრული და მუსიკალური ფილმების ავტორ-რეჟისორ-ოპერატორი, სარუკლამო რეოლების და ვიდეოკლიპების რეჟისორი.

სტატიებისა და გამოკვლეულების ავტორი, რომლებიც სხვადასხვა დროს გამოქვეყნდა გაზეთებსა და უკრაინულებში «ქართული ფილმი», «ახალი ეპოქა», «კინო», «ომეგა», «თეატრალური მოამბე», „კავკასიის მაცნე“, „ქულტურა“, „დურუჯი“, „თეატრმცოდნეობითი და კინომცოდნეობითი ძიებანი“ და სხვა.

ტელ: + 995 599 55 30 93

ვაჟა ზუბაშვილი – საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს უნივერსიტეტის პრდავოვი 2002 წლიდან;
ამჟამად დოკუმენტური კიოს რეჟისურის საბაკალავრო და სამაგისტრო პროგრამების ხელმძღვანელი. ამასთან კითხულობს ლექციების კურსს «ტელერეჟისურა» და «სატელევიზიო რეკლამა». გამოქვეყნებული აქვს სამუცნიერო პუბლიკაციები, მიღებული აქვს

მონაწილეობა რესპუბლიკურ და საერთაშორისო კონფერენციებში. გადაღებული აქვს 30-ზე მეტი დოკუმენტური ფილმი; არის საქართველოს კინემატოგრაფისტთა კავშირის ვამგეობის წევრი. 1998 წლიდან მუშაობს სხვადასხვა ტელეკომპანიებში; 2009 წლიდან დღემდე არის საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის არქივის წელმძღვანელი.

მაია გომაძე – ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი.

საქართველოს მთა რესთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი. დაამთავრა მთა რესთაველის თეატრისა და კინოს უნივერსიტეტის თეატრმცოდნეობის ფაკულტეტი. სხვადასხვა დროს, გამოქვეყნებული აქვს პუბლიკაციები ამერიკული, ანგლიკური და რენესანსის დრამატურგიის შესახებ. ამჟამად მუშაობს თემაზე „ვარიაციები მითოსურ მოტივებზე“.

ტელ: + 995 (32) 299 65 54

*THE MATERIALS OF FREE
SECTION OF THE SCIENTIFIC
CONFERENCE 2011*

Natalia Digmelashvili,
PhD Student of
Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University
The doctor of Art study

GUIDELINES FOR TEACHING DANCE AS AN ESSENTIAL PART OF DRAMA PEDAGOGY

Theses

Dance as a study discipline plays a key role in training of stage actor. Our main interest lies in creation and formation of drama school as pedagogical training system for stage actor.

Problem of forming a new dance education system which would live up to the tasks of preparing stage actors arose with emergence of theatre field education.

An established system for stage actor development was created by K.S. Stanislavsky –

a system which lies at the base of theatre pedagogy. From the early XXth century there has been a great dispute in Georgian theatre scene around renewal of dramatic theatre and creation of drama school.

In line with Georgian theatre renaissance and under the guidance of A. Paghava a Shota Rustaveli Theatre based drama studio has been created. A new generation of stage actors began to be trained there.

With time teaching methodology undergoes change and dance training methods are being refined. An outside world offers diverse methods for dance training.

With experience of various schools and their professional training in mind, we tried to refine and update program and teaching methodology of dance for those working in theatre and film.

We want to train an actor with contemporary standards. This is the reason behind our needs for new teaching methods and methodology.

Nino Sanadiradze,
The doctor of Art study
Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University

UNDERSTANDING OF ART SECTOR MANAGEMENT

Theses

In the article briefly is examined essence of attitude of meaning culture and art management. The proposed work presents a descriptive analysis of negotiation of culture and culture management, meaning of management differentiation in art sector and aims.

This article describes peculiarity of marketing in art and culture sector and special of art market. The article concerns development trends of art management and how to use business skills to support and promote a variety of visual, performing, and media arts and artists. For the time being the cultural market is playing important role in world economy. However, with all their importances there are problems presents with financing of culture sector. Business skills, arts and entertainment managers play a key role in bringing great performances, paintings, scripts, songs, and more to the public.

In this article author argue for more theoretical discussion and empirical research into organizational and managerial dynamics of commercial cultural production. Their concern grows out of their observation that management research is neglecting cultural production as a serious object of investigation despite its economic, social, and political significance.

Maia Sigua,

Tbilisi State Conservatoire Music Theory Faculty

Ph.D program – Musicology First year student

Supervisor: Ph.D. Assoc. Prof. Ketevan Bolashvili

**THE MODIFICATIONS OF MUSIC AND DRAMA
INTERDEPENDENCE IN THE EUROPEAN AND AMERICAN
OPERA OF THE 2ND HALF
OF THE 20TH CENTURY**

Theses

In this article we discuss the interdependence modifications of music and drama on the sample of several works, created in the 2nd half of the 20th Century. Changes, which had place in music after late 50s, caused amendments in nature of genre of opera, which themselves generated different types of the musical theatre.

Vladimir (Lado) Tatishvili,

PhD Student of

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University

The head: professor. Giorgi Chartolani

**POWER OF THE WORD IN TV ADVERTISEMENT AS ONE
OF THE CREATIVE LEVER**

Theses

- Liking TV advertisement is kind of wisdom and at the same it includes creating new phrases, new words. Well created advertisement idea has to be individual by its style and story. Just in this case there creator can reach the full effect.

- TV advertisement which is adequate of the content by its art-creative style is used for a long time, for the realization of good products.

- While working on the creative conception, idea, it is very important to think about the logical connection of the form and

content of the Add. It has to be directed the attention not just about the words, phrases used in the Add; It also has to be intentioned “how” the hero of the Add is expressing the words, phrases. These kinds of sequences are one of the main factors of succession of the “branded” production.

- How is possible to “pack” impressively by words the new brand? This point is too interesting because it includes the selection and consideration of the phrases and words in the text of the advertisement.
- The word itself is one of the strong increaser of the impression. It is the lever, which makes effective impression on the customers. On this case we can consider the four (4) types of words working in the ads. 1- Synonyms; 2 – Artistic methods of comparison; 3 – Associatively connected words; 4 – Antonym pares.

Naira Ghvedashvili,
PhD student of
Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University
Associated professor

INFORMATION ASSURANCE AND STATISTICS OF INNOVATIONS

Theses

The main condition for affective functioning of any organization is to implement communications and innovations. Competitive struggle and a number of other requirements stimulate the necessities of implementing the innovations. Coordination of the informational flow and control of the communication network enables people and a group of people to have an influence on others. The business of the leader is to realize his role in the relations among persons, at exchanging information and at the processes of taking decisions in management functions, implementing innovations and realization. Implementing the innovations and exchanging the information are one of the complicated problems at any level of hierarchy.

Malkhaz Gvinjilia,
Shota Rustaveli Theatre and Film
Georgian State University
Head of cultural tourism in direction of management, full professor

**SOCIAL AND ECONOMICAL ASPECT OF SETTING
RURAL TOURISM IN EUROPE
(50-ies of XX century)**

Theses

Rural tourism is special filed of tourism industry. Traditional directions of agriculture, rituals and customs connected with rural life present the assisting factors for development of rural tourism.

The rise in demand for green environment and rural quietness in population caused developing of mentioned directions in Europe in the middle period of recent century. The process took such intensive character that it even exceeded the incomes got from agro-industry and it was also distinguished by high structure of employment.

Due to everything mentioned above, rural tourism got massive character in Europe and caused creation of agro-tourist corporations and the popularization of the directions of given business.

THEATRE STUDIES

Mikheil Kalandarishvili

NATURE OF DRAMA CONFLICT

Theses

In the letter there is examined one of the central issue of drama theory. Essence of drama conflict its necessity and peciularitiy. The areal of displaying conflicts or social and asocial (anti-social) in the dramatic art is analized and as for spreading view of soviet theory is rejected, according to which dramatic conflict always characterized as social.

ABOUT AUTHOR

Was born in 1952 July 11. In 1969 he finished the secondary school of Tbilisi, number 50, In 1974 he graduated from Shota Rustaveli Theatre and Film State University. He entered and enrolled on post-graduate school of Leningrad theatre, music and film institute. At the same year, in 1979 he maintained a thesis about Akhmeteli direction problems to receive a PhD degree. Since 1979 he has been a teacher and scientist. In 1993 he maintained a thesis to get a doctoral degree of art study, with the work "The basic directions of Georgian theatre". He is author of eighty theatrical and historical characteristic scientific publications and also Russian and French theatrical encyclopedia letters'. Nowadays he is the complete professor of Shota Rustaveli Theatre and Film in the direction of critics and theory.

Maia Kiknadze

**NEW THEATRE IN RUSTAVI AND
AKHALTSIKHE – 1967**

Theses

In the work there is examined process of forming a new theatre in Rustavi and Akhaltsikhe in 1967, their first play – “Theodore” staged in Meskheti by Otar Chkheidze. Idmon Rostan “Cyrano de Bergerac” organized in Rustavi.

On the basis of having conflict in the Mardjanishvili theatre, the Rustavi theatre was created, when the talented creative staff separated from the Mardjanishvili theatre. They established a new theatre by heading Giga Lortkipanidze, the producer of the theatre. By the guidance of director Nana Demetashvili, the graduated students of drama faculty of theatre institute formed the Meskheti theatre. Creation of the theatre was an important event in the history of Georgian theatre. Both of the theatre had got different creative potential, but they cause resonance of society.

ABOUT AUTHOR

Theatre critic, The Doctor of art study.

Graduated from Shota Rustaveli university of drama and theatre with major in theatre studies in the year of 1989.

From 1992 works at the university as a lecturer, gives a lectures at the Georgian theatre history and the puppet theatre history.

Published 50 articles and scientific works on newspaper-magazine.

Maintained a thesis with the article “ Expressionism in Georgian theatre” of 10 yrs.

At the present she is an associated professor of Shota Rustaveli university of drama and theatre. She gives lectures at the Georgian theatre history, puppet theatre history, theatrical critic and theory.

Tamar Qutatladze

TIME AND PERFORMANCE

Theses

In the article, there is remark, that theatre of absurd, by the fathers of the communist regime the European dramaturgies and in it declared free, because of the ban of the critical thinking, with almost forty years of "late" in Georgia. Georgian Theatre of the post-communist era, aspires to more than 20 years to understand the absurdity of human life.

Work discusses in the modern Georgian theater changes taking place, which is mostly absurdist theater aesthetics take a holy devotion outstanding performances, but his understanding of freedom. The purpose of directors is to understand the situation in Georgia, as an organic part of global processes. In order to illustrate thesis analyzed Georgian Theatre in pagan innovations of the XXI century.

In the Theatre of the city (Rustaveli, Marjanishvili, Royal District, Akhmeteli, Music and Drama Theatre) made both Georgian and foreign drama, based on the successful plays or scenic character of even the general analysis, it make clear that, Georgian theater is going processes, the situation in the Georgian society mentality visible changes and priorities.

ABOUT AUTHOR

She graduated faculty of theatre science of the Shota Rustaveli Theatre and Film State University. She obtained academic degree of the doctor (PhD) in arts studies on the theme: "Director Shalva Gatserelia's theatrical aesthetic, «she works in Shota Rustaveli Theatre and Film State University. Shi is working on the manual "History of the Georgian Dramaturgy" (together D. Mumladze). Her publications systematically published in the journal "Theatre and Life."

Mob: + 995 577- 551 – 666

Mail: free2tamarqutatladze@yahoo.com

FILM STUDIES

Davit Gujabidze

“3D” STEREO-TECHNOLOGIES, A REALITY AND PROSPECTS

Theses

The article refers to the modern trends and prospects of development of “3D stereo- cinematography” in Georgia.

Three-dimensional photo and cinematographic images remain a matter of interest of the scientists and inventors, because three dimensions facilitate more complete understanding of the environment by the viewer than conventional, flat-screen and on paper photo or a video. The first patent for stereo movie was issued in 1893. The oldest three-dimensional film, about which we have the information, is the American “Niagara Falls” (1914). There were several “eyeglass free” systems that have proved to be technically very difficult and expensive, so they were replaced by cheap eye glass systems.

There were made a separate successful experiments with the stereo films world wide, including in Georgia , in 1940s . We've found out information about engineer Khatiashvili who invented a system of stereoscopic color cinema photography in 1939.

After the 2nd World War, the Soviet Union and the United States made a breakthrough in the field of stereoscopic film-production. In 1946 at the Tbilisi cinema-studio was shot stereoscopic film “Robinson Crusoe”; The film made big impression upon Stalin and the film's director A. Andrievsky and creator of stereo-system S. Ivanov were awarded the Stalin Award.

The period of 1952-55, call “Golden Age” of the American three-dimensional cinema. Even Alfred Hitchcock shot color “3D” film “Dial M for Murder (1954)”, but technological problems pushed away producers from three-dimensional films. In the 1960th the Competition won 70 mm large-format and wide-screen technology.

In the 1980s, the Canadian company “IMAX” created its own system, based on successful sets of several visual technologies. This system provides all aspects of shooting, processing and display “3D stereo” images. In the same period also great strides in the Soviet

Union has been done; In 1991, the system of the Moscow NIKFI “Stereo 70” was awarded the “Oscar” for technical innovations.

“3-D stereoscopic movie” is still the hot novelty, although it is clear that this technology is successfully moves toward becoming kind of visual art. In particular, the Wim Wenders film “Pina” and Martin Scorsese’s “Hugo” are different from most of the “3D” movie in that they are not limited to the demonstration effect of the amount they already use 3D to create an artistic image.

Despite technological and production inconveniences, there are producing much “3D” films around the world, the number of “3D” TV channels grows; stereo-camcorders are made for nonprofessional (household) shooting.

As to “3D” film production in Georgia, unfortunately, local enthusiasts have great difficulties in search of finances for realization of the ideas. Recently, the Tbilisi engineer Zaza Lomidze received a priority in the invention of the mechanism of calculation and creation of three-dimensional bases for filming with various cameras. The experimental video was showed at a spring exhibition of technology in Tbilisi, just as on the Cannes film festival in 2012.

The stereoscopic movie develops fast, it is already present day of a cinema. Therefore, we believe that it is necessary to create the research center of innovative videos of technology at university of theater and cinema which will carry out theoretical and practical work in this promising direction.

ABOUT AUTHOR

Associate professor of Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University

Graduated from I. Javakhishvili State University’s faculty of Physics with major in radio physics. Studied at Shota Rustaveli University of Theatre and Cinema in Levan Paatashvili’s studio class of Photography directing and Merab Kokochashvili studio class of movie directing.

He was an intern in Germany and “Nipkow-programm” of European Media-Professionals international program scholarship recipient.

Davit Gujabidze is the director, cameraman and author of documental, feature and musical films. He has also directed music videos and commercials.

He is the author of articles and researches published in different times

in such newspapers and magazines as “Georgian film”, “New Epoch”, “Cinema”, “Omega”, “Theatrical Narrator”, “Culture”, “Duruji”, “Research in theatre and cinematography” and many more.

Tel: +995 599 55 30 93

Vaja Zubashvili

COMMERCIAL ON TV OF GEORGIA: LEADERS AND TV COMMERCIAL

Theses

Majority of studying authors of Soviet commercials focuses on the advertisements of pre-revolutionary Russia. Some of the authors think that there were no commercials at all. But researched material (since NEP period until 90s) confirms, that if the ideology required, it was possible to make proper commercials in the Soviet Union (for instance, foreign trade commercial); IN the condition of planned manufacturing and deficit of consumer goods, there was no demand on advertising, but nevertheless, advertising sphere was developing, but developing weakly. In Georgia, direct TV commercials appeared in 80s, but in the beginning it did not contain marketing-communicational signs, these elements started to engender only in 1989.

ABOUT AUTHOR

Professor at Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University since 2002.

Nowadays he is the head of Bachelor and Master degree programmes in Documentary filmmaking. In addition he teaches subjects – Teleproducing and TV Commercial. He has published several scientific articles and has taken part in different republican and international conferences.

He has directed more than 30 documentary films and is the member of the board of Georgian Cinematographer’s Union.

Since 1998 he works in different Tele Companies. Since 2009 he is the head of Georgian Public Broadcaster’s archive.

ART STUDIES

Maia Goshadze

IN THE HELL OF AMBIVALENTY

Theses

The article “In the hell of Ambivalence” refers to the creativity of the famous Norwegian artist Edward Munich, whose leading motives are conditional by the artist’s personal peculiarities. Munich was an exceptionally habitual person and the full of resistance, whose best reflection is his creativity. A perceptive motive of the Universe as severe chaos and a human as the creature dwelt with a destructive impulse are repeated in his creation by a different variation. The world’s perception of Munich was clearly appeared in his scenography of the staged play by Max Reinhardt called: “Ghosts”. The reflective dwelling of unhappy co-existence of the lonely people, where almost nobody ever laughs and in this restraining silence, the bothering voice of wind and rain was constantly sounding, having no prospects of brightening up.

In the context of the article, the leading motives of Munich’s creation presented peculiarities of his personal and vital way, - first of all the theme of ambivalence of human’s emotional-experience and relationships. Munich himself was sickly a bifurcated person – he was getting rid of having contact with people, was being tortured by loneliness. He mentioned the pictures as his children. Munich who was early diminished of cares by his mother, the Universe became the stepmother, which has never got with trust and happiness. Love turned out to be inseparable from feeling for him. Sudden changeable and reflecting feeling of Munich are filled with sharing common human pain in his paintings, which he could only express in his creativity.

ABOUT AUTHOR

Art History PhD

Associate Professor of Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University.

Graduated from Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University’s Faculty of Theatre Studies. She has had her articles on American, Ancient and Renaissance Drama published at various times. Currently she works on paper “Variations on mythical motives”

Tel: + 995 (32) 99 65 64

UNIVERSITY' Ph.D PROGRAM

Paata Iakashvili,

The Ph.D student of
the film study direction

The head - professor. Giorgi Gvakharia

THE MANIFESTATION OF THE CREATIVE PRINCIPLES OF CENSORIAL TYPE FOR THE INTERPRETATION FROM THE SIDE OF THE LEFT-WINGS ON THE EXAMPLE OF THE ART FILM OF REALITY “KHABARDA”

Theses

In the previous work there is reviewed under the ruler communist party the struggle in the second half of the 20th century from the side of the left-wings' creative organizations against the film of reality and its result on the example of one film.

The left-wings opposed an invented story to the real fact, document based on the former one, the reason of which was intended to create the histories of love and adventure as the spectators avidly pounce reality. But if we watch either the documentary or the very film of reality of the second half of the 20th century, we'll be assured in the fact, that the left-wings denied both of them, i.e. the invented story and the film of reality. So the fact or document was realized by them with such a tendentiousness, that it looked like an invented history.

From this point of view too much significant is the Mikheil Chiaurelli's film "Khabarda". There is given an issue of finding out advisability of new constructions in the old district of Tbilisi city on the example of the opposition between old and new, and it is realized extremely rectilinearly and unilaterally, in result of which intelligentsia with patriotic attitude is shown as the extreme reactionary part of the society and besides that, too much overacted either. As for the two persons who supported the ruler communist regime they are extremely posterizing positive.

Thus, during the reflection of the encirclement of reality, the principles of the left-wings' creation couldn't provide the objective thinking of the fact or document and what's more due to the interest of the communist regime they managed it.

Maia Lipartiani,

The Ph.D student of the drama direction

The head - professor. Giorgi Margvelashvili, Vasil Kiknadze

THE LANGUAGE OF BODY MOVEMENT AND MIMIC

Theses

On the basis of Alan Pizzey's conclusion about body movement of human mimic and gestures, connected with the distinct symbolic meaning our research gave the following results devided into three groups according to their origin.

- 1) Conditional gestures, 2) realizing gestures and 3) subconscious gestures.
- 1) Conditional gestures are agreement of no-verbal sign on symbols between the humen.
- 2) Realizing are called the gestures, which because of their archetype feature, they express get legalized meaning. From the mimics and gestures of Alan pizzey we especially select their such displays, the allegories of which require serious psychological explanation: Three different models of behaviour are underlined and chosen as differentiation by us from the unconscious gestures.
- A) Preparation decision, B) decision has been settled. C) The existing condition causes agitation and excitement in one's personality, therefore, the knowledge of motivations of unconscious gestures, mimics and body movement, are considered with the event of plot, which are stipulated by unconscious allegories and in the case of realization, from the side of a spectator cause the catharsis.

UNIVERSITY' MA PROGRAM

Evelina Menteshashvili,

The MA student of

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University

The head: associated professor. Eliso Eristavi

EXTREME JOURNALISTIC AND PRODUCING ITSELF IN THE HOT SPOTS

Theses

Producing of extreme journalistic, which also serves the functions of reporters, considers mental mobilization, adaptation in difficult situation and risk. Danger becomes the fatal, when journalists haven't got experience of working in the hot spot

The task of my work is to study the matters fluently and gather time experienced rules, which includes extreme journalistic.

A journalist must rule himself in any situation, work out such skills, which is necessary in war and any extreme situation.

There are rules, which are named the golden rules by media experts and any reporter must subordinate them.

International journalistic organizations actively are struggling for the security of reporters and preparation of working staff in the hot spots are intensively going on by the aim of reducing risk.

A journalist can be considered to be professional, who is careful and fearful in the period of the time of reporting extreme events.

Media experts gave priorities to the security of journalists during reporting the coverage. They appeal to journalists to estimate the risk and get rid of danger.

Media experts considered causion as the measurement of professionalism. "the story isn't worth at the cost of one's life.

Nato Mdinaradze,
MA student of tele-cinema producing
Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University
The head: associated Professor. Eliso Eristavi

SOAP OPERA ON TV

Theses

The work presents a historical excursion of soap operas' producing, it includes the analysis of projects of different countries.

The author pays attention on variety and genres of the soap opera, their budget and marketing values. In the article accents are made on variety of soap opera, the producing of which was popular by the help of radio until the TVs existence, their characterization is organized with evolutional direction soap operas' producing in Georgia and their foreign analysis by the terms of content and financial point of view are attentive.

Scales are compared andn questions are put about the necessity of realization of the product in abroad for financial benefit.

The work presents the analysis in many respects for the matters , the meaning of which are sharply displayed by models of the local producing. Soap opera is provided on TV with general and concrete information in the direction of producing.

დაიბეჭდა სტამბაში „ქენტავრი“

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი
0102, თბილისი, დავით აღმაშენებლის გამზ. № 40