
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა
და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი

Shota Rustaveli Theatre and Film
Georgian State University

სახელოვნებო მეცნიერებათა
ბიუბანი
№4 (61), 2014

ART SCIENCE STUDIES
№4 (61), 2014



გამომცემლობა „კენტავრი“
თბილისი – 2014

UDC(უკ) 7(051.2)

ს-364

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი

სახელოვნებო მეცნიერებათა ძიებანი №4 (61), 2014

სარედაქციო საბჭო

**ნატო გენგიური
მაია გოზაძე
ზვიად ღოლიძე
ნინო სანადირაძე**

ლიტერატურული
რედაქტორები
**მარიამ იაშვილი
მარიკა
მამაცაშვილი**

გარეკანის დიზაინი
ლევან დადიანი

დაკაბადონება
**მკატერინე
ოქროპირიძე**

გამომცემლობის
ხელმძღვანელი
მაკა პასაძე

ინგლისური ტექსტის
რედაქტორი:
**მარიამ
სხირტლაძე**

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

კრებულის სტამბური გამოცემა
ეგზავნება სხვადასხვა
საერთაშორისო კვლევით ცენტრს.

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

ტელ/ფაქსი: +995 (32) 29 43728

მობ: +995 (77) 288 762

+995 (77) 288 750

E-mail: mariamiashvili@yahoo.com

Web: www.tafu.edu.ge

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University

Art Science Studies №4 (61), 2014

Editorial Group

NATO GENGIURI
MAIA GOSHADZE
ZVIAD DOLIDZE
NINO SANADIRADZE

Literary Editor

MARIAM IASHVILI
MARIKA
MAMATSASHVILI

Cover Design

LEVAN DADIANI

Book Binding

EKATERINE
OKROPIRIDZE

**Head of Publishing
House**

MAKA VASADZE

**The editor of English
Text:**

MARIAM
SKHIRTLDADZE

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.

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

Works should be supplied under the following contact:

0102, Tbilisi, Davit

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

Tel/Fax: +995 (32) 29 43728

Mob: +995 (77) 288 762

+995 (77) 288 750

E-mail: mariamiashvili@yahoo.com

Web: www.tafu.edu.ge

სარჩევი

VII საგმენიერო კონფერენციის თავისუფალი სემინარის მასალები

კინოგვლეხობა

დავით გუგუშვიძე ოპტიკური გადმოსახულების პირობითობა	11
ილია ნატროშვილი სამკუთხედი, რომელმაც მსოფლიო შეცვალა	22

მედიტაცია

რეზო ჭიჭინაძე დამოუკიდებლობა და შემდგომ დემოკრატია	28
--	----

ხელშეწყობითი გვლეხობა

ნინო გოდერძიშვილი ნადირობის სცენა საზარის სამრეკლოს რელიეფზე	40
შორენა ფხაკაძე ორმაგი კოდი ქართველ პოსტმოდერნისტებთან - ირაკლი ფარჯიანი	49
ეკატერინე ჯონაძე რელიგიური თემა საბჭოთა პერიოდის ქართულ ლიტონმეძაწეველობაში	56

ქორეოგრაფია

ანანო სამსონაძე ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესწავლის წყაროები	77
--	----

შემოქმედებითი ავღანობა

ნატალია დიდუღლაშვილი საბანთაშორისი კავშირების მნიშვნელობა სტუდენტების სწავლებაში	89
--	----

გიორგი საგანელი

ბრესტის მეთოდით მსახიობის ოსტატობის

სწავლების მეთოდები –

„ჩვენების“ მეთოდის გამოყენება97

მენაქმენტი

დილაგარდისა და ვითულისი

გლობალიზაცია და საქართველო107

ნინო სანადირაძე

კულტურული ინდუსტრიის ფუნქციონირების

მკონომიკური და სივრცობრივი118

ფორმები

ანა მარგველაშვილი

კულტურის რესურსების აღწერა -

მუნიციპალური კულტურის განვითარების

დაგეგმვისათვის134

გიორგი ფსაკაძე

ვანდრაიზინგი - არასამეწარმეო

(არაკომერციული) ორგანიზაციების ფინანსური

უზრუნველყოფის საინტერესო

ინსტრუმენტი144

ნაირა ღვედაშვილი

საქართველოს რეგიონული პოლიტიკა

ტურიზმის სფეროში155

მალსაზ ღვინჯილია

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია და მისი

როლი საქართველოს ტურიზმში159

დოდო ჭუმბურიძე

წარმოების პროცესები და კულტურის სფეროს

თავისებურებები169

CONTENTS

FILM STUDIES

Davit Gujabidze

CONDITIONALITY OF THE OPTICAL IMAGE181

Ilia Natroshvili

TRIANGLE HAS CHANGED THE WORLD182

MEDIA STUDIES

Revaz Tchitchinadze

INDEPENDENCE AND THEN DEMOCRACY184

ART STUDIES

Nino Goderdzishvili

THE SCENE OF HUNTING OF THE RELIEF OF

SAPARA BELL TOWER186

Shorena Pkhakadze

DUAL CODE IN GEORGIAN POSTMODERNISM:

IRAKLI PARJANI187

Ekaterine Jokhadze

A RELIGIOUS TOPIC ON GEORGIAN METAL SCULPTURE

OF THE SOVIET PERIOD188

CHOREOLOGIST

Anano Samsonadze

SOURCES TO STUDY CHOREOGRAPHIC FOLKLOR

CREATIVITY PEDAGOGICS189

CREATIVITY PEDAGOGICS

Natalia Digmelashvili

VALUE OF INTERDISCIPLINARY TIES IN

TEACHING STUDENTS192

Giorgi Savaneli

ELEMENTS OF TEACHING IN ACTING BY BRECHT'S

THEATRICAL METHOD – ACQUIRE OF THE

“DEMONSTRATIVE” METHOD193

MANAGEMENT

Dilavardisa Davituliani

GLOBALIZATION AND GEORGIA195

Nino Sanadiradze

ECONOMICAL AND SPATIAL FORMS FOR THE CULTURAL
INDUSTRY - THE EXAMPLE OF

REGIONAL RESOURCES196

Ana Margvelashvili

MAPPING OF MUNICIPAL CULTURE RESOURCES -FOR THE
DEVELOPMENT OF CULTURAL SERVICES198

George Pkhakadze

FUNDRAISING – INTERESTING TOOLS FOR NON PROFIT
(NON- COMMERCIAL) ORGANIZATIONS

FOR FINANCIAL PROVIDING199

Naira Ghvedashvili

REGIONAL POLITICS OF GEORGIA IN THE

FIELD OF TOURISM200

Malkhaz Gvinjilia

WORLD TOURISM ORGANIZATION AND ITS ROLE

IN INTERNATIONAL TOURISM201

Dodo Tchumburidze

PRODUCING PROCESSES AND FEATURES OF

CULTURAL SPHERE201

**VII სამეცნიერო
კონფერენციის
თავისუფალი სექციის
მასალები**

კინოგეოლოგია

დავით გუჯაბიძე,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

ოპტიკური გამოსახულების პირობითობა

სიტყვა „პირობითობა“ აზრობრივად ჩანაცვლებას და ფილტრაციას მოიცავს. მას მაშინ ვიყენებთ, როცა რაიმე მოვლენის ან საგნის შესახებ თვისებათა გარკვეული ერთობლიობების გამოკვეთა და აქცენტირება გვჭირდება. სახვითი ხელოვნება კი (მიუხედავად ჟანრისა და სტილისა) სწორედ ისეთი სფეროა, სადაც პირობითობა მოთხოვნაა. ყოველი კონკრეტული გამოსახულება, იქნება იგი პირველყოფილი ადამიანის მიერ გამოქვაბულის კედელზე დახატული ბიზონი, ძველეგვიპტური ბარელიეფი, გოთიკის ეპოქის ევროპული წიგნის მინიატურა, ჩინური და იაპონური შუასაუკუნეების ფერწერა, ევროპული კლასიციზმის, იმპრესიონიზმის თუ პოსტიმპრესიონიზმის ნიმუშები, მაყურებლისაგან მოითხოვს გარკვეული აზრობრივი წინაპირობების ცოდნას, რომელთა გარეშეც ნაწარმოების აზრის სწორად გაგება შეუძლებელია.

ხელოვნებამცოდნე ანრი ვართანოვის დაკვირვებით, ხელოვნების ერთ-ერთი საინტერესო პარადოქსი ისაა, რომ, ერთი მხრივ, უმთავრესი ესთეტიკური ჭეშმარიტებაა,



როცა ხელოვნებაში ასახული ცხოვრება – სინამდვილის, ხოლო მხატვრული სახე მისი პროტოტიპის არაიდენტურია, მეორე მხრივ კი, ხელოვნების ნიმუში ყველაზე მეტად სწორედ ნატურასთან მსგავსებით

ფასობს. სწორედ მსგავსების სტილითა და ელემენტებით განისაზღვრება ის კრიტერიუმები, რომლებითაც მაყურებელი მსგავსებას პოულობს საგანსა და მის გამოსახულებას შორის. გამოსახულება – პირობითი მოვლენაა. მისი შექმნის და განვითარების ისტორია სწორედ ამას ადასტურებს. თვით პირველყოფილი მხატვრების მიერ შექმნილი გამოქვაბულის კედლებზე არსებული გამოსახულება ერთგვარი დაშიფრული შეტყობინებაა, რომელშიც კონტურის ხაზი პირობითად გადმოგვცემს ცხოველის სხეულის ფორმას, ფერადი ლაქა კი – მისი ბეწვის ფერს.

გარდა სხეულის ფორმისა და ფერისა, გამოსახულების შექმნელები ცდილობდნენ აესახათ მანძილი გამოსახულ საგნებს შორის და მასშტაბები. სხვადასხვა ეპოქაში ამ ამოცანას სხვადასხვაგვარად წყვეტდნენ. მაგალითად, ძველ ეგვიპტეში, აბსოლუტურად რეალისტური ქანდაკების პარალელურად პირობითი გრაფიკა და ფერწერა არსებობს. ადამიანის ფიგურის ნაწილები გამოსახულია ისეთი შეთავსებით, რომლითაც ცხოვრებაში არ გვხვდება, მაგრამ სამაგიეროდ, თითოეული ნაკვეთი თუ კიდური გამოსახულია ფორმის მხრივ უკიდურესად მომგებიანი რაკურსებით: სახე, ხელები (მტევნები) და ფეხები პროფილში, ტორსი – ანფასში. უფრო მეტიც, ერთ-ერთ პაპირუსზე აუზი და მის ირგვლივ მდგარი ხეები ასახულია ზედხედიდან – სქემატური ნახაზის პრინციპით, თუმცა პირობითობას ქმნის აუზიდან სხვადასხვა მიმართულების მქონე ხეების შტამბები.





ტრადიციულ ტექსტის
წაკითხვის პრინციპს —
მარცხიდან მარჯვნივ,
ზემოდან ქვემოთ, — იმგვარად
„მიფრავდნენ“ სურათს, რომ
მნახველს იგი წინასწარ
გათვლილი და დალაგებული
რიგით „წაკითხა“. ამგვარი
სურათები გარკვეული
დინამიკით აღგვიწერს
არამართო ერთ რაიმე
სურათს, არამედ კონკრეტულ
ამბავსაც გვიყვება, რომლის
ვიზუალურ „წაკითხვას“

რიგითობის თავისი წესი აქვს.

**ვიზუალური მხატვრული სახის ენას, სხვა ნებისმიერი
ენის მსგავსად, თავისი გრამატიკა – თავისი ფონეტიკა და
სინტაქსი გააჩნია. და იმისათვის, რომ ამ ენაზე გამართულად
გაღმოვცეთ აზრი, საჭიროა, მისი შესწავლისას ადამიანს
გამოუჩუქდეს ენის გარკვეული აღქმა და შეგრძნება,
რომელიც თეორიულ ცოდნას ეყრდნობა.**

ძალზე საინტერესო აზრებამდე მივყავართ მხატვრობის
ისტორიაში მოძრაობის დაფიქსირების მცდელობებს. როგორც
ვიცით, ჯერ კიდევ გამოქცეულის მხატვარმა ანტილოპას ოთხის
ნაცვლად 8 ფეხი დაუხატა და გაქცეული ცხოველის დინამიკური
გამოსახულება შექმნა. შუა საუკუნეებშივე ვხვდებით გარემოს
აღქმის, ასე ვთქვათ, კინემატოგრაფიული ხედვის ნიმუშებს,
როცა ფერწერული ტილოს აღქმისას მაყურებლის თვალის
მოძრაობის წარმართვით იქმნება არამართო შიგაკადრული,
არამედ (ასე ვთქვათ) კამერის მოძრაობის და თვით ზუმით
მიახლოების და დაშორების „ტრანსფოკატორული“ ეფექტი.
მხედველობაში გვაქვს გერმანელი მხატვრის ალტდორფერის
სურათი „ალექსანდრე მაკედონელის ბრძოლა ღარიოსთან“
(Alexanderskrieg).

სურათი 1529 წელსაა შექმნილი, ზომით – არც ისე დიდია – 158X120 სმ. ამ სურათში გასაოცარია ერთ სიბრტყეზე ჰარმონიულად დალაგებული უამრავი ხედვის კუთხე, რომლებიც უწყვეტად და შეუმჩნევლად გადადიან ერთმანეთში – პერსპექტიულ ღერძთა ერთობლიობა, რომელიც ლამის ყოველ წერტილს განსხვავებული აქვს; აქ ჰარმონიულად გადადიან ერთმანეთში უკანა პლანზე განთავსებული ქალაქის ხედი და კიდევ მის იქით მდებარე პეიზაჟი, რომელიც უკუპერსპექტივითაა



მოცემული, თუმცა თითოეულ ლოკალურ ფართობზე ზუსტადაა დაცული ხაზოვანი პერსპექტივა. ბრძოლის ველიც ცალკეული მონაკვეთები „ტელეობიექტივითაა“ დანახული, ხოლო მთელი სურათი – ზეფართოკუთხიანი ოპტიკით – მორკალული ჰორიზონტით და

ცაზე (ერთდროულად!) მზით და მთვარით.

ეს კი უკვე ტრანსფოკატორია – ცვლადი ფოკუსური მანძილის მქონე ობიექტივი, რადაც გარდაიქმნება სურათის მაყურებელი ადამიანის თვალი, და თანაც ისეთი ობიექტივი, რომლის „ტექნიკურ მონაცემებს“ დღეს არსებული ვერანაირი ტექნიკა ვერ შეედრება, და საერთოდაც საეჭვოა ოდესმე შეიქმნას, რადგან, ყველაფრის მიუხედავად, ეს სურათი მაინც ფერწერაა და არა კინოკადრი. კინო ამავე ამოცანებს სივრცული ფრაგმენტების (ეპიზოდების) დროში განლაგებით წყვეტს. კინემატოგრაფს თავისი ხერხები აქვს, თუმცა, როგორც ხელოვნების ნებისმიერი დარგი, ისიც მხოლოდ იმას გადმოსცემს, რაც ადამიანშია, რაც მისთვის ახლობელია, მისგან ნანახი და განცდილი.

ოპტიკური მხატვრობა – ფოტოგრაფია და კინემატოგრაფი (იგივე ტელევიზიაც) – მიუხედავად მისი შექმნის ტექნიკური ბუნებისა და მასში თავიდანვე ჩადებული იძულებითი ნატურალიზმისა, აგრეთვე მოიცავს გარკვეულ პირობითობებს, რომელთა შორის უმთავრესია ფაქტი, რომ ორგანოზომილებიან სიბრტყეზე სამგანზომილებიანი სივრცის აღეკვატი იქმნება. ამ თვალსაზრისით, ოპტიკური გამოსახულება შუა საუკუნეების ევროპული ფერწერის მემკვიდრედ გვევლინება, რომლის მთავარი ინსტრუმენტი კომპოზიციის პერსპექტიული აგებაა.

როგორც ბრიტანელი კინო-ტელე ოპერატორი პიტერ უორდი წერს, ყოველი გამოსახულება გარკვეული შეტყობინებაა. ამ შეტყობინების აზრი გადმოიცემა ობიექტივის ფოკუსური მანძილის, მისი განთავსების სიმაღლის და დახრილობის შერჩევით; აგრეთვე – შუქითი ნახატის ფორმის აგებით, ფერითი აქცენტების განაწილებით, მოძრაობით კადრში, კამერის მოძრაობით და ა.შ. კინოოპერატორები თავიანთი ნამუშევრების შექმნისას ამ ტექნიკური ხერხებით მანიპულირებენ. მაგრამ მიუხედავად სტანდარტული აღჭურვილობისა, ზოგიერთი კინოოპერატორი ახერხებს კინოხელოვნების უნიკალური ნიმუშის შექმნას, რომელიც წარმოების საერთო ფონზე მკვეთრად გამოირჩევა.

კინემატოგრაფში ხშირად ვხვდებით პირობითობის ტრაფარეტებად ქცეულ ფორმებს. თავის დროზე რომელიმე მნიშვნელოვანი მხატვრული ხერხი, რომელმაც აღიარება მოაპოვა, ხშირი გამოერების შედეგად გარკვეულ სტერეოტიპად იქცევა მასობრივ აუდიოვიზუალურ პროდუქციაში. ტექნიკურმა ხერხმა, რომლითაც კონკრეტულმა ავტორმა მოახერხა მხატვრული სახის შექმნა, სხვა ავტორებთან შეიძლება სათანადოდ ვერ იმუშაოს. მაგალითად, ცნობილი საბჭოთა ფილმის, „მიფრინავენ წეროები“ ფანტასტიკური წარმატების შემდეგ ბევრმა ოპერატორმა დაამაგრა ხელის კამერაზე ფართოკუთხიანი ოპტიკა და დაიწყო „სირბილი“ ამწედან ურიკაზე, მაგრამ უმეტესობამ ვერ მიაღწია იმგვარ მხატვრულ ზემოქმედებას, რაც ურუსესკის კამერამ მოახდინა ფილმში „მე ვარ კუბა“.

როგორც ცნობილი ოპერატორი პიტერ უორდი აღნიშნავს, კომპოზიციის აგების ზოგი მეთოდი მუდმივია (საბაზისო), სხვები კი დამოკიდებულია არსებულ მოდაზე... ამა თუ იმ მხატვრული ხერხის გამოყენებას განაპირობებს კულტურული გარემო, მოდა და დროთა განმავლობაში იცვლება. სიახლესა და ორიგინალობას შეუძლია მიიპყროს ყურადღება, მაგრამ როცა საუბარია მასობრივ აუდიტორიაზე, უნდა გავითვალისწინოთ მისი გემოვნება და მოლოდინი. წინააღმდეგ შემთხვევაში, შოკისმომგვრელი სიახლე არათუ არ მიიზიდავს მაყურებელს, არამედ პირიქით, აუდიტორიას ინტერესს დაუკარგავს. ფსიქოლოგიური გამოკვლევები გვიჩვენებენ, რომ ადამიანი ვერ აღიქვამს ინფორმაციას, რომლის გაგებაც არ შეუძლია. შეტყობინების გადაცემის შედეგი უშუალოდაა დამოკიდებული აუდიტორიის ყურადღების მიმართულებაზე. ამდენად, მხატვრული ფენომენის სრულფასოვანი შეგრძნების ჩამოსაყალიბებლად საჭიროა მისდამი ერთგვარი „მიჩვევა“. ადამიანი სიახლესთან შეხებისას შოკს, ან დისკომფორტს არ უნდა განიცდიდეს (როგორც სტერეოკინოს ზოგიერთ

ფორმატში) და მხოლოდ მაშინ შეძლებს იგი ადეკვატურად აღიქვას და შეაფასოს.¹

პირობითობის განსაკუთრებულ ფორმასთან გვაქვს საქმე მოცულობით კინემატოგრაფში, ფაქტია, რომ სამგანზომილებიანი გამოსახულება ტექნიკური ატრაქციონიდან ჩვენ თვალწინ იქცევა ყოველდღიურობად, 3D სტერეო ტელევიზორების სახით, ხოლო კინოპროდუქციის რაოდენობა წლიდან წლამდე გეომეტრიული პროგრესიით იზრდება. ხდება ორგანზომილებიანი ფილმების სამგანზომილებიანი ვარიანტების დამზადება. ამისდა მიუხედავად, მხატვრული სახის შექმნა 3D სტერეო ფორმატში გაცილებით პრობლემური აღმოჩნდა, ვიდრე ჩვეულებრივი 2D.

რატომ უნდა იყოს ასე? ერთი შეხედვით ზომ მოცულობითი კინემატოგრაფი ქმნის გარე სამყაროს მხატვრულ შესატყვისს, ანუ ისეთს, როგორსაც ამ სამყაროს ბინოკულარული მხერის აპარატის მქონე ადამიანი აღიქვამს. რატომ ხდება, რომ ამ მოზღვაკებულ სტერეო-კინოპროდუქციაში ხელოვნებასთან შეხვედრის ღელვა ჯერ კიდევ იშვიათად ეუფლება მაყურებელს?

პიტერ უორდს თავისი წიგნის ეპიგრაფად მოჰყავს ერნსტ გომბრიხის მოსაზრება მისი ნაშრომიდან „გამოსახულება და თვალი“:

„რაოდენ ზუსტიც უნდა იყოს გამოსახულება, რომლის მიზანიც ვიზუალური ინფორმაციის გადმოცემაა, იგი მუდამ ატარებს თავის თავში ერთი მხრივ, ოსტატის მსოფლმხედველობის ანარეკლს, და მეორე მხრივ, კონცეფციას, რომლის ამ მხატვრულ სახეში ჩადება უნდოდა ოსტატს“.²

საფიქრებელია, რომ რაკილა ადამიანის მიერ გარემოს აღქმა ერთობ ინდივიდუალური მოვლენაა, რისი ადეკვატურობის შესაბამის ვიზუალურ „ენაზე თარგმნას“ რალაცნაირად მიგვაჩვია

¹ Peter Ward, Picture Composition for Film and Television, Focal Press, Boston, London, 1996

² Peter Ward, Picture Composition for Film and Television, Focal Press, Boston, London, 1996

კინემატოგრაფმა, ორი თვალის შესაბამისი კომუნიკატორული სისტემა გაცილებით ძნელი ასაგებია ადამიანისათვის კარგად ნაცნობი გარემოს მხატვრული ტრანსფორმირებისათვის. ზოლო ის, თუ რაოდენ „სახათაბალოა“ რეალისტური გარემოს მოცულობითად გადაღება, თავის თავზე იწვნია ჯერ კიდევ ალფრედ ჰიჩკოკმა, რომელმაც მხოლოდ ერთადერთხელ გადაიღო მოცულობითი ფილმი და მეტჯერ აღარც უცდია.

ფილმი „დაურეკეთ მკვლელს ნომერზე M“ (1954) კლასიკური ჰიჩკოკისეული დეტექტივია ინტელექტუალური დამნაშავეთ, მიმდგომი მსხვერპლით, გამჭრიახი გამოძიებლითა და ა.შ. ფილმში, როგორც ყოველთვის ჰიჩკოკთან, დახვეწილი მშვიდი მანერით შესანიშნავად თამაშობენ მსახიობები, უმაღლესი სიზუსტით მოძრაობს კამერა, კინოწარმოების ტექნოლოგიური მოთხოვნები ზედმიწევნითაა დაცული. ფილმი ჩვეულებრივ ტრადიციულ ფორმატშიც შესანიშნავი სანახავია და უნდა ითქვას, რომ მხატვრული ზემოქმედება „მონო“ ვარიანტს უფრო მეტი თუ არა, ნაკლები ნამდვილად არა აქვს. სწორედ ამიტომ არანაირი მნიშვნელობა არ ენიჭება იმას, მოცულობითი იქნება ამ ფილმის გამოსახულება თუ არა — მისი დრამატურგიისა და რეჟისორული მანერისათვის ეს მართლაც სულ ერთია. ასეთ შემთხვევაში ჩნდება კითხვა — რა საჭიროა გაცილებით რთულად შესაქმნელი მოცულობითი ტექნოლოგიის გამოყენება იქ, სადაც იმავე სათქმელს შესანიშნავად ამბობს 2D?

ამავე აზრით, იგივე „ავატარი“, ან მოცულობითად „გა-3D-ვებულები“ „ტიტანიკი“ ეფექტური ტექნოლოგიის ნიმუშებია — და აქ თავდება მათი მხატვრული ზემოქმედების ზღვარი.

ამდენად, მივედით მთავარ მოთხოვნამდე — საჭიროა მოცულობითი გამოსახულების შესაბამისი დრამატურგია. ეს დრამატურგია, ლიტერატურული საფუძვლის გარდა, აუცილებლად უნდა მოიცავდეს გადმოცემის ისეთ ვიზუალურ მხატვრულ ამოცანას, რომლის განხორციელებაც 2D-ში უეჭველად არასრულფასოვანი იქნება.

ამიტომ, მიუხედავად იმისა, რომ კინოფილმმა „გრავეიტაცია“

საერთაშორისო აღიარება მოიპოვა, სოციალურ ქსელებში მაყურებელთა რეაქციებით შეიძლება დავასკვნათ, რომ მათ დიდ ნაწილს ვერ გაუგია, რა არის ამ კინონამუშევრის მხატვრული ღირსება, იქ ზომ „10 წუთის გარდა, სულ სპეცეფექტებია“...

დიახ, ასეა. მაგრამ აქ სპეცეფექტები დრამატურგიისთვის შესაბამისადაა გამოყენებული და არა გამაოცებელი ტექნოლოგიური ეფექტისათვის. კოსმოსური სადგურის გაშლილი სივრცე იქნება თუ კაფსულის ვიწრო ინტერიერი, მოცულობითობა დრამატურგიულ დატვირთვის ატარებს, სივრცის მოცულობითობა მოქმედ მხატვრულ ელემენტად გვევლინება და არა მხოლოდ განხორციელების ფორმად. კოსმოსი რიგითი მაყურებლისათვის ჯერჯერობით რეალობისა და ფანტასტიკის ზღვარზე მდგარი სივრცული გარემოა და იქ მაყურებლის ფანტაზიას ფართო გასაქანი აქვს. ამიტომაც სწორედ რომ ნიშანდობლივია ზემოთ მოყვანილი დაკვირვება მხატვრული სახის შექმნისას „ერთი მხრივ, ხელოვნებისა და ცხოვრების, მხატვრული სახისა და მისი წინაპირობის არაიდენტურობა, მეორე მხრივ კი, ხელოვნების ნაწარმოების უმაღლესი შეფასებაა მისი მსგავსება ნატურასთან“. ამის გამოა, რომ ამ ფილმში დედამიწის კადრები, მხატვრული თვალსაზრისით, ყველაზე ნაკლებ შთამბეჭდავია.

მოცულობითი კინოს განვითარებისათვის, მის სრულფასოვან კინემატოგრაფიულ ჟანრად ჩამოყალიბებისათვის აუცილებელია სპეციფიკური დრამატურგიის შექმნა. კინემატოგრაფს ახსოვს მსგავსი პერიოდები, როცა ხმოვანი კინო „ხმებდამატებული“ მუნჯი კინო იყო, ხოლო ფერადი კინოგამოსახულება – „გაფერადებული“ შავ-თეთრი. ორივე ტექნოლოგიამ – ხმამაც და ფერმაც თავისი სრულფასოვანი ადგილი მხოლოდ მას შემდეგ დაიკავა, როცა მათი შესაბამისი დრამატურგია შეიქმნა. მოცულობით კინოსაც ეს სჭირდება და როცა იგი შეიქმნება, მაშინ 3D სტერეო კინო ნამდვილად ჩამოყალიბდება, როგორც დამოუკიდებელი, სრულფასოვანი მხატვრული ფენომენი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Вартанов А. «Границы искусства и современное телевидение»., в сб. «Проблемы телевидения», Москва, 1976, с. 25
- Хьюбел Д. «Глаз, Мозг, Зрение», Москва, «Мир» ,1990, с, 88
- Peter Ward. Picture Composition for Film and Television, Focal Press, Boston, London, 1996
- Питер Уорд. Композиция кадра в кино и на телевидении (Перевод с английского) Москва, Издательство ГИТР, 2005

ილია ნატროშვილი,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და
კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ტელერეჟისურის
მიმართულების დოქტორანტი,
ხელმძღვანელი: პროფ. სანდრო ვახტანგოვი

სამკუთხედი, რომელმაც მსოფლიო შეცვალა

მთავარი კაპიტალი, რომელსაც სატელევიზიო არხები ფლობენ – ჩვევაა, ჩვევის ძალა. უამრავი ადამიანი შეჩვეულია, უყუროს კონკრეტულ არხებს, მაშინ, როცა იზრდება საკაბელო ტელევიზიის მომხმარებელთა რაოდენობაც. ამას მივამატოთ ინტერნეტის განვითარების სისწრაფეც. ასე, მაგალითად: ფინეთის მოსახლეობის 9% აღარ უყურებს „სტანდარტულ ტელევიზორს“, არამედ იღებს ინფორმაციას პერსონალური მოწყობილობებიდან (აიფონები; აიპადები და ა.შ.), რომელთაც ჯიბით ატარებს. შეიძლება ითქვას, რომ ბრძოლაში – „ტელევიზია ინტერნეტის წინააღმდეგ“, – ამ ეტაპზე ინტერნეტი იმარჯვებს, ხოლო მაყურებელი იკრიბება სოციალური ქსელების და ძლიერი ინტერნეტ-კონგლომერატების გარშემო (FB, Google, Yndex და ა.შ.). ახალი ტელემაუწყებლობა მულტიმედია რესურსების გამოყენებით ქმნის ინდივიდუალურ მედია სივრცეს თითოეული ადამიანისთვის.

ნებისმიერ შემთხვევაში, უნდა ითქვას, რომ ტელეარხი არის კონკრეტული ბრენდი და მაყურებელს აქვს მოლოდინები ამ ბრენდთან მიმართებაში. მთავარი კითხვა ასე ჟღერს: „მაყურებელთა მოლოდინები დაკავშირებული იქნება საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერთან თუ უფრო ახლობლად მიიჩნევს იგი სოციალურ ქსელს?“. აღნიშნული საკითხი საჭიროებს კვლევას და ღრმა ანალიზს.

ტელემაუწყებლობის ტრანსფორმაცია წარმოადგენს ძლიერ ინსტრუმენტს იმ პოლიტიკური, სოციალური თუ კულტურული რეალობის ტრანსფორმირების პროცესში, რომელშიც ვცხოვრობთ. ამაზეა დამოკიდებული, როგორ

განვითარდება მოვლენები და როგორ შეიცვლება ის რეალობა, სადაც ჩვენ ვართ.

მულტიმედია (ინგლ. multi – ბევრი, media - medium საშუალება) ინფორმაციის (აკუსტიკური, ვიზუალური, ტექსტური და გრაფიკული) გადაცემის, შენახვისა და წარმოების სხვადასხვა საშუალების ტექნოლოგიაა, აგრეთვე, ასეთი ტექნოლოგიის მარეალიზებული პროგრამებისა და საინფორმაციო სისტემების ერთობლიობაც.

პირველი მულტიმედია საშუალებები პრიმიტიული სახის იყო. მომხმარებელი შეზღუდული იყო ბევრ რამეში. გამოსახულება გამოიყურებოდა ჩვეულებრივი წიგნის ფურცლის მსგავსად. არ იყო გამოსახულების სწრაფად გამოცვლის საშუალება.

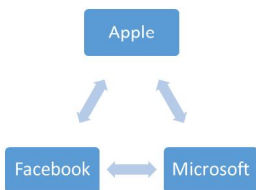
ინტერაქტიული მულტიმედია მომხმარებელს საშუალებას აძლევს, თავად განსაზღვროს ინფორმაციის მიღების პირობები. ეს იმას ნიშნავს, რომ კარგი დიზაინით შესრულებული მულტიმედია პაკეტი აღჭურვილია მრავალფეროვანი ინფორმაციული ლინკებით, ანუ ბმულებით და ნებისმიერ მომხმარებელს საშუალება ეძლევა აირჩიოს საკუთარი მეთოდი ინფორმაციის მიღება-გადაამუშავებისთვის. თითოეულ ასეთ პაკეტში ბმულები და ჰიპერბმულები შეფერილია ინდივიდუალური ფერით და საშუალებას აძლევს მომხმარებელს, ადვილად მოიძიოს საჭირო ინფორმაცია.¹

დღეს მსოფლიოში ყველაზე გავრცელებული და ხელმისაწვდომი მულტიმედია საშუალებები პორტატული და ადვილად გამოყენებადია. განსაკუთრებულ უნარებს არ მოითხოვს საყოველთაო მულტიმედია ტექნოლოგიების მართვა, რაც აადვილებს ინფორმაციის მოძიებისა და გავრცელების პროცესებს. აღნიშნულ სურათს სქემატურად თუ წარმოვიდგენთ, მივიღებთ ინფორმაციის გავრცელების ჰიპოტეტურ წრეს, რომელიც სამ რგოლს მოიცავს: 1. პროგრამული უზრუნველყოფა (Microsoft, Linux); 2.

¹ Stewart, C. and Kowaltzke, A. 1997, Media: New Ways and Meanings (second edition), JACARANDA, Milton, Queensland, Australia. p.102.

სოციალური ქსელები FB, Twitter, Google); 3. მულტიმედია ტექნიკური მხარდაჭერა ე. წ. ინტერფეისი (Apple).

კომპანია Microsoft Corporation 1975 წლის 4 აპრილს



ბილ გეიტსმა და პოლ ალენმა დააარსეს. Microsoft როგორც მსოფლიოს უდიდესი პროგრამული უზრუნველყოფის კომპანიათა სიაში, ისე მსოფლიოს გიგანტებს შორის, მოწინავე ადგილს იკავებს. მაგ., როგორებიც არიან – Apple

Inc და IBM. 2005 წლის მონაცემებით Microsoft-ის წლიურმა შემოსავალმა 39,79 მილიარდ ამერიკულ დოლარს გადააჭარბა. 2011 წლის მაისში, Microsoft-ის კომპანიამ შეიძინა Skype-ის აქციები 8,5 მილიარდ ამერიკულ დოლარად, რაც დღემდე Microsoft-ის უდიდეს შენაძენად ითვლება.¹

მარკ ცუკერბერგმა კი, თავისი პროდუქტი მსოფლიო ქსელში გაუშვა 2004 წლის 4 თებერვალს, ჰარვარდის ერთი პატარა ოთახიდან. მარკს ამ საიტის შექმნის იდეა მას შემდეგ დაებადა, რაც Phillips Exeter Academy-ში ყოფნის დროს იმ ტრადიციას გაეცნო, რომელსაც სხვა სასწავლებლებშიც იყენებდნენ. ყოველწლიურად ქვეყნდებოდა სახელმძღვანელო, სადაც მოცემული იყო სტუდენტების მონაცემები და ფოტო. ამ სახელმძღვანელოს პირწიგნაკი ერქვა, საიდანაც შემდგომში მისმა შექმნილმა სოციალურმა საიტმა მიიღო სახელწოდება Facebook. პირველი პირწიგნაკი მან ჰარვარდის უნივერსიტეტისთვის შექმნა, რისთვისაც მან უნივერსიტეტის მონაცემთა ბაზა გატეხა. ამის გამო მისი უნივერსიტეტიდან გარიცხვის საკითხიც დადგა, მაგრამ ჰარვარდის სტუდენტების მოთხოვნით, მარკმა ისევ აღადგინა ეს სერვისი და ცოტა ხანში თითქმის სტუდენტების ნახევარი დარეგისტრირდა. ამ საიტზე სტუდენტებს სხვადასხვა ჯგუფის თვითორგანიზებაც შეეძლოთ, რამაც ეს საიტი პოპულარული გახდა. რამდენიმე

¹ Tilly, Chris. The History of Microsoft Windows CE. HPC:Factor. Retrieved August 18, 2008.

თვეში მარკს ანალოგიური საიტის შექმნის თხოვნით მიმართეს სტენფორდის, კოლუმბიისა და იელის უნივერსიტეტიდან. ცუკერბერგმა გადაწყვიტა, დასახმარებლად მიემართა თავის მეგობარ – დასტინ მოსკოვიჩისთვის, რომელთანაც ჰარვარდში ერთ ოთახში ცხოვრობდა.¹ დღეს Facebook მსოფლიო ლიდერია და ყველა იმ თანამედროვე მულტიმედია სერვისის მოიცავს, რომელსაც ყოველდღიურად მილიარდობით ადამიანი იყენებს მსოფლიოში, მაგრამ რომ არა სტივ ჯობსი, ყოველივე ეს არ მიიღებდა გიგანტურ მასშტაბებს.

სტივენ ჯობსი თანამედროვეობის ერთ-ერთ უდიდეს გამომგონებლად და ნოვატორად ითვლება. მისმა ინოვაციურმა იდეებმა შეცვალეს კომპიუტერის პროგრამული და აპარატურული უზრუნველყოფის ინდუსტრია, როგორც ფუნქციონალური კომფორტულობის, ასევე დიზაინერული დახვეწილობისა და მომავალზე გათვლილი ტენდენციების სახით.

სტივენ ჯობსის ხელმძღვანელობით Apple-მა შეცვალა ადამიანების მიდგომა კომპიუტერისადმი, გიგანტური, მოუხერხებელი, გაურკვეველი მოწყობილობიდან – მოსახერხებელ, ელეგანტურ და დახვეწილი დიზაინის მქონე მოწყობილობებამდე. მაგალითად, მან თავიდან შემოგვთავაზა და დანერგა ინტერფეისისა და კომპიუტერული თავის ტექნოლოგიები და აქცია ისინი საყოველთაოდ მიღებულ სტანდარტად.²

მომრავი ნახატების მონაცვლეობა, მუსიკა, სტერეო ხმა და ფერადი გამოსახულება ეფექტური სანახაობაა. ყველა ამ საშუალებას კარგი მულტიმედიაური პროგრამა აბალანსებს, თუმცა, აქ მთავარი პრიორიტეტი ვიდეო გამოსახულებას ენიჭება. ეს არის მულტიმედიის წამყვანი საშუალება, რომლის დახმარებითაც მომხმარებელს ინფორმაცია მიეწოდება

¹ Carlson, Nicholas (March 5, 2010). At Last – The Full Story Of How Facebook Was Founded. Business Insider.

² Raskin, Jef (1996). Recollections of the Macintosh project. Articles from Jef Raskin about the history of the Macintosh.

ყველასათვის ადვილი და გასაგები გზით. თუმცა, მასაც აქვს ნაკლი – ვიდეოგამოსახულება დიდ ადგილს იკავებს დისკზე და მისი ჩატვირთვა დროს მოითხოვს.¹

მომხმარებლისთვის მნიშვნელოვანია – ადვილად მოიძიოს ინფორმაცია. ამ პროცესს აადვილებს ჰიპერბმულები. ბმულზე დაწკაპუნებით მას ეკრანზე გამოაქვს საჭირო ინფორმაცია. ჰიპერბმულები მულტიმედიის განუყოფელი ნაწილია და მომხმარებელს საშუალებას აძლევს, ინფორმაციის დამუშავებისას დამოუკიდებელი იყოს. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ მომხმარებელი თავად ირჩევს ინფორმაციასთან გაცნობის საკუთარ გზას და ძიების სისწრაფეს, რაც მას უადვილებს მუშაობას.

თანამედროვე პროგრამები აღჭურვილია საუკეთესო დიზაინითა და მოხმარების უადვილესი ელემენტებით. ინფორმაციის მოძიებისათვის მულტიმედიურ პროგრამებს სპეციალური საძიებო სისტემა აქვს, რომელიც ტექსტური ხასიათისაა. ტექსტის შეყვანით ადვილად შესაძლებელია როგორც ვიდეორგოლების ისე ფოტომასალის მოძიება.

არავინ იცის, ზვალ რა ფორმითა და შინაარსით გააგრძელებს მსოფლიო ქსელები ჩვენს ყოველდღიურებაში ინტეგრაციას, თუმცა დღესვე შეგვიძლია თამამად ვთქვათ, რომ XXI საუკუნის ადამიანის ცხოვრება მულტიმედია საშუალებების გარეშე ძნელად წარმოსადგენია. იცვლება სისწრაფე, იცვლება გარემოც და შესაბამისად, ადამიანის მიერ შექმნილი ვირტუალური რეალობა ცვლის კაცობრიობის ყოფას და თავისი კორექტივები თუ პირობები შემოაქვს ჩვენს სინამდვილეში. ტელევიზია თუ ინტერნეტი? – ერთმნიშვნელოვნად ამ კითხვაზე პასუხის გაცემა დღეს ნაადრევია, თუმცაღა, ტელევიზიების მხრიდან, მულტიმედია საშუალებების სწრაფი ინტეგრაციის გარეშე, მათი მომავალი პერსპექტივა ბუნდოვანია.

¹ Raskin, Jef (1996). Recollections of the Macintosh project. Articles from Jef Raskin about the history of the Macintosh.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- М. М.Кузнецов Философия Маршалла Маклюэна и коммуникативные стратегии Интернета – М.: Институт философии РАН, <http://www.isn.ru/info/seminar-doc/Mclw.doc>
- Carlson, Nicholas (March 5, 2010). “At Last – The Full Story Of How Facebook Was Founded”. Business Insider.
- Raskin, Jef (1996). “Recollections of the Macintosh project”. Articles from Jef Raskin about the history of the Macintosh.
- Stewart, C. and Kowaltzke, A. 1997, Media: New Ways and Meanings (second edition), JACARANDA, Milton, Queensland, Australia. pp.102.
- Tilly, Chris. “The History of Microsoft Windows CE”. HPC:Factor. Retrieved August 18, 2008.

ბელოლოგია

რეზო კიჭინაძე

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი
სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი

დამოუკიდებლობა და უმედგომი დემოკრატია

(სუკის აგენტებად შერაცხული ხელოვანები და ერთმანეთს
დაპირისპირებული ჟურნალისტები)

1998 წლის 9 აპრილის მოვლენების შემდგომ, საქართველოში კომუნისტურმა ხელისუფლებამ საზოგადოებრივ-პოლიტიკურ ცხოვრებაზე პრაქტიკულად კონტროლი დაკარგა. ცენტრალური კომიტეტი ერთგვარად შეეგუა „რადიკალების“ მიერ პერმანენტულად ორგანიზებულ მიტინგებს, მანიფესტაციებს სახელმწიფო შენობების პიკეტირებას და ა.შ. ეროვნული მოძრაობის გავლენა ქვეყანაში არსებულ სიტუაციაზე იმდენად მაღალი იყო, რომ რესპუბლიკაში თავისებური ორხელისუფლებიანობის მსგავსი ვითარება შეიქმნა. რადიკალების წნეხის გამო საქართველოს კომუნისტური ხელმძღვანელობა იძულებული იყო ერთგვარად გაეზიარებინა საერთო საზოგადოებრივი ეროვნული განწყობა და შეექმნა ილუზია იმისა, რომ თავადაც იბრძოდნენ საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობისათვის; იმავდროულად, საქართველოს ცენტრალური კომიტეტი მოსკოვის ცენტრალური ხელისუფლების განაწყენებას ერიდებოდა და ეროვნულ მიდრეკილებებს ლენინური „ეროვნული პოლიტიკის სქემებით“ ნიღბავდა. 1990 წლის 28 ოქტომბერს კი საქართველოში პირველი მრავალპარტიული არჩევნები ჩატარდა. უმრავლესობა საარჩევნო ბლოკმა „მრგვალი მაგიდა – თავისუფალი საქართველო“ მოიპოვა. 1990 წლის 14 ნოემბერს, უზენაესი საბჭოს პირველ სესიაზე თავმჯდომარედ ეროვნული მოძრაობის ლიდერი – ზვიად გამსახურდია აირჩიეს.

პირველივე სესიაზე გაუქმდა სახელწოდება – „საქართველოს სსრ“ და ქვეყანას „საქართველოს რესპუბლიკა“ ეწოდა; დამტკიცდა რესპუბლიკის ჰიმნი, სახელმწიფო დროშა და გერბი. საქართველოში გამოცხადდა „გარდამავალი პერიოდი“, რომელიც ზ. გამსახურდიას თავდაპირველი გეგმის მიხედვით, ორწლიან ციკლს მოიცავდა, თუმცა მოვლენები დაგეგმილზე სწრაფად განვითარდა. ე.წ. გარდამავალი პერიოდი ხუთ თვეში დასრულდა. 1991 წლის 31 მარტს ჩატარდა რეფერენდუმი. კითხვას: „ხართ თუ არა თანახმა აღდგეს საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობა 1918 წლის 26 მაისის აქტის საფუძველზე“, 98%-მა დადებითი პასუხი გასცა. სწორედ 1991 წლის რეფერენდუმის შედეგები იყო საფუძველი იმისა, რომ 1991 წლის 9 აპრილს, საქართველოს რესპუბლიკის უზენაესმა საბჭომ საგანგებო სხდომაზე დამოუკიდებლობის აღდგენის აქტი მიიღო, რითიც საბოლოოდ გაემიჯნა კომუნისტური ხელისუფლების მიერ, 1990 წლის თებერვალში შემუშავებულ „საქართველოს სსრ ეროვნული განვითარების კონცეფციას“. 1991 წლის 26 მაისს კი საპრეზიდენტო არჩევნები შედგა, სადაც ხმათა 87% ზ. გამსახურდიამ მოიპოვა.

პირველი პრეზიდენტის მიზანი საბჭოური მენტალიტეტისგან საზოგადოების გათავისუფლება იყო. ზვიად გამსახურდიასთვის დამოუკიდებლობის აღდგენის მხოლოდ დეკლარირება არ იყო საკმარისი. ეროვნული მოძრაობის ლიდერი მუდამ საფრთხის მოლოდინში იყო და იმ პერიოდის ინტელიგენციის უდიდეს ნაწილს „სუკის“ აგენტებად აღიქვამდა. ზვიად გამსახურდიას დაპირისპირება ქართველი ინტელიგენციის ცალკეულ ავტორიტეტებთან, ჯერ კიდევ დისიდენტობის წლების პერიოდში დაიწყო. სავარაუდოა, რომ სწორედ ამიტომაც, კომუნისტური ხელისუფლების დაკვეთას – ზ. გამსახურდიას მწერალთა კავშირიდან გარიცხვის შესახებ (1977 წ.) – კატეგორიულად არავინ შეწინააღმდეგებია. მკვლევრების აზრით, სწორედ ინტელიგენციასთან კონფრონტაცია იყო ზ. გამსახურდიას მნიშვნელოვანი შეცდომა. „გამსახურდიას

ხელისუფლებას ნემსის ყუნწში უნდა გამძვრალიყო, რათა თანამემამულე ინტელიგენციის ზედაფენასთან როგორმე თანამშრომლობისათვის მიეღწია. პირიქით მოხდა. მაშინ როცა ეროვნული ხელისუფლება, გადაწყვეტილად და მიუკბავად ვასკვნით, ცაბდე მართალი იყო რადიკალურ ოპოზიციასთან, მანვე საბედისწერო შეცდომა დაუშვა, როცა ვერ შეიმუშვა თანამემამულე ინტელიგენციასთან და ზომიერ ოპოზიციასთან ურთიერთობის მეტნაკლებად რაციონალური სტრატეგია. იგი, თუნდაც მინიმალური თანამშრომლობის მაგიერ, მწკავედ დაუპირისპირდა მას. ამ მცდარი სტრატეგიის (რომელიც დროთა განმავლობაში, უგუნურების სახეს იღებდა) მთავარი ავტორი და იდეოლოგი ზვიად გამსახურდია აღმოჩნდა. სამწუხაროდ, მის ძლიერ, ეროვნული მუხტის მატარებელ ქარიზმს, თავდაპირველად ჯერ ვურამ პეტრიაშვილისა და თემურ ქორიძის მსგავსი ერთგული ერთეულები აჰყვნენ, ხოლო შემდგომში მრავალი მხარდამჭერი გაუცნობიერებლად ჩაება ინტელიგენციის უარმყოფელ კამპანიაში. . . შესაძლოა ზ. გამსახურდია გულწრფელად ფიქრობდა, რომ ინტელიგენციას ამევარი უკომპრომისო ბრძოლით გამოაფხიზლებდა, ვინაშე მოიყვანდა და ეროვნულ მოძრაობაში ჩააბამდა. მაგრამ მის უკომპრომისობას მუდამ უკუშედეგი მოჰქონდა – ინტელიგენცია, უფრო სწორად, მისი ზედაფენა, ვნებავთ, პრივილეგირებული კასტა, სულ უფრო მწკავედ უპირისპირდებოდა გამსახურდიასაც, მის მხარდამჭერებსაც. თუ ვავიხსენებთ ინტელიგენციისადმი განკუთვნილ მიმართვებს, შეფასებებს, ზეწოდებებს, თითქოს აღარ უნდა იყოს ვასაკეირი ელიტართა მწკავე ანტიპათია გამსახურდიასა და მის თანამებრძოლთა მიმართ: პროვოკატორი, მტრის წისქვილზე წყლის დამსხმელი, აგენტურა, კრემლის აგენტი, მეოცე საუკუნის შაჰ-აბასების, ჯალალედინების და თემურ-ლენგის მხარში ამომდგომი, კოლაბორაციონისტი, ანტიეროვნული, ერის მოღალატე, ღვთის მოღალატე...“¹

¹ დიმიტრი შველიძე. პოლიტიკური დაპირისპირებები და ეროვნული ხელისუფლების დამხობა საქართველოში (1987-1992 წწ). თბილისი, 2008. გვ. 176.

1990 წლის 28 ოქტომბერს პირველ მრავალპარტიულ არჩევნებში საარჩევნო ბლოკ „მრგვალი მაგიდის“ გამარჯვების შემდეგ, საქართველოს რესპუბლიკის მოსახლეობის აბსოლუტური უმრავლესობა ცვლილებებს ელოდა. თუმცა, შედეგმა მაინც ერთგვარი დაბნეულობა გამოიწვია როგორც მოსახლეობაში, ისე ჟურნალისტებს შორის. იმ პერიოდის სახელმწიფო ტელევიზიის საინფორმაციო პროგრამის პასუხისმგებელი რედაქტორი იხსენებს: „როდესაც 28 ოქტომბერს არჩევნები დამთავრდა და „მრგვალმა მაგიდამ“ გაიმარჯვა 29-ში დილით კამერას არ ავ ზავნიდნენ გამარჯვებულ პარტიასთან; ფიქრობდნენ რა იქნება ახლა გივი გუმბარიძე. ვთქვი, ცენტრალური კომიტეტის მდივანია და იქნება თუ მოუნდება (მაშინ კომუნიკური პარტია იყო ჯერ კიდევ დაშვებული), მაგრამ ის საქართველოს აღარ მართავსთქო. მეორე დღეს იყო სრული ქაოსი. 15 წუთიან საინფორმაციო პროგრამას ძლივს ვაკოწიწებდით. ჟურნალისტებმა არ იცოდნენ რა გაეკეთებინათ“¹; იმავედროულად, უმრავლესობაში იყვნენ ის ჟურნალისტები, რომლებიც თვლიდნენ, რომ ეროვნული მოძრაობის ლიდერები მათი მოვალენი იყვნენ. „ტელევიზიაში მომუშავეები არ თვლიდნენ, რომ მხოლოდ ზვიადმა და ეროვნულმა მოძრაობამ მოუტანა მათ დამოუკიდებლობა. ისინი თვლიდნენ, რომ ეს ყველაფერი ერთად გააკეთეს, უბრალოდ ზვიადი და კოსტავა ლიდერები იყვნენ. ისინი (ტელევიზიაში მომუშავენი), თავს თვლიდნენ არამხოლოდ ჟარისკაცებად, ზოგს ოფიცრის თანამდებობა ზეც ჰქონდა პრეტენზია“² – ამბობს მამუკა არეშიძე, რომელიც გამსახურდიას ხელისუფლების აქტიური მოწინააღმდეგე და ჟურნალისტთა აქციების ერთ-ერთი ორგანიზატორი იყო.

„წითელი ინტელიგენციის“ (ასე მოიხსენიებდა

¹ ინტერვიუ ფისო ქათამაძესთან – საინფორმაციო პროგრამა „მომამის“ ყოფილი პასუხისმგებელი რედაქტორი. დოკ. ფილმი „მაღლა დაღმავალი კიბით“, სსმ-ს არქივი.

² ინტერვიუ მამუკა არეშიძესთან – დოკ. ფილმი „მაღლა დაღმავალი კიბით“, სსმ-ს არქივი.

ზვიად გამსახურდია საზოგადოებაში ავტორიტეტისა და პოპულარობის მქონე პირთა დიდ ნაწილს, მათ შორის სახ-ო ტელევიზიაში მომუშავე ჟურნალისტების ნაწილსაც), წინააღმდეგ, საქართველოს უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარე და შემდგომში პირველმა პრეზიდენტმა, პროპაგანდის მანქანის ამუშავება გადაწყვიტა. ეროვნულ ხელისუფლებას საინფორმაციო პოლიტიკის შესახებ საკუთარი შეხედულება ჰქონდა, რაც დემოკრატიის ყოველგვარ ჩარჩოს სცდებოდა და ჟურნალისტთა ერთი ნაწილისთვის კატეგორიულად მიუღებელი, მეორე ნაწილისთვის კი მისაღები და გასაგები იყო. საქართველოს ლიდერის მთავარი დევიზი იყო – „დამოუკიდებლობა და შემდგომ დემოკრატია“. ამ ტიპის ტაქტიკის არჩევის შემთხვევაში, ლიდერები საჯაროდ დემოკრატიის უგულებელყოფას ერიდებიან, თუმცა გამსახურდიას ხელისუფლება სტრატეგიას არათუ მალავდა, არამედ აქტიურად ტირაჟირებდა. ახალი ხელისუფლების ერთ-ერთი მთავარი იდეოლოგიის, თემურ ქორიძის (უზენაესი საბჭოს ყოფილი წევრი, საქართველოს პარლამენტის განათლებისა და კულტურის კომისიის თავმჯდომარე) განცხადებით, ყველაზე მნიშვნელოვანი გამსახურდიას ხელისუფლებისთვის იყო რეალური დამოუკიდებლობის მიღწევა და სწორედ ამიტომ ყველაფერი ამ მიზანს უნდა დამორჩილებოდა. სწორედ ამ ტიპის მიდგომა გახდა ახალი მმართველობისა და საზოგადოების დიდი ნაწილის დაპირისპირების მიზეზი. ჯერ დემოკრატია თუ ჯერ დამოუკიდებლობა? რატომ არ შეიძლება ორივე ერთად? 1990 წელს ქართულ საზოგადოებაში ეს ყველაზე აქტუალური კითხვები იყო. ეროვნულ ხელისუფლებას სურდა იდეოლოგიური პროპაგანდის მეშვეობით მენტალური რეეგულაცია მოეხდინა. გაეთავისუფლებინა საქართველოს მოსახლეობა კომუნისტური მენტალიტეტისგან, გაერთიანებინა ერი ერთი იდეის – „სრული დამოუკიდებლობის“ გარშემო; დაემსხვრია ძველი და შეექმნა ახალი, ჭეშმარიტად ეროვნული ფასეულობები.

ჩვენი მიზანი არ არის იმის მტკიცება, ჰქონდა თუ არა

გამსახურდიას ხელისუფლებას ჩამოყალიბებული კონკრეტული პროპაგანდისტული სტრატეგია, არამედ ის, თუ რა ტიპის გავლენა ჰქონდა ხელისუფლების პროპაგანდისტულ ნაბიჯებს საზოგადოებაზე. ასევე გავაანალიზოთ ის, თუ რამდენად მართებულად იყენებდა გამსახურდია პროპაგანდის კლასიკურ ფორმებსა და მეთოდებს და რა შეცდომები დაუშვეს გამოუცდელმა იდეოლოგებმა. ეროვნული ხელისუფლების რიტორიკისა და ქმედებების გაანალიზებით, ჩვენ შეგვიძლია განვსაზღვროთ საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მანიპულირების რომელი ტექნოლოგიების გამოყენებას ცდილობდა გამსახურდიას ხელისუფლება. პროპაგანდის რა მეთოდები გამოიყენეს მიზნის მისაღწევად და რა გავლენა მოახდინა მან ქართულ საზოგადოებაზე. „პრობლემის შექმნა“, „დემონიზაცია“, „ისტორიის გადაწერა“, „ხელოვნურად შექმნილი საშიშროებები“, „კლასიფიკატორი“, „დასწრების ეფექტი“, „გამეორება“ და „ინფორმაციული ბლოკადა“ – ეს ის ძირითადი მეთოდებია, რის ამოქმედებასაც ახალი ხელისუფლება ცდილობდა. „მრგვალი მაგიდის“ ლიდერის ერთ-ერთი პირველი ამოცანა პროპაგანდის მანქანაზე სრული კონტროლის დამყარება იყო. ზვიად გამსახურდია, იმ დროს ერთადერთი, სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ტელემაუწყებლის ჟურნალისტებისა და თანამშრომლების „განწყობის“ შესახებ ინფორმაციას სრულად ფლობდა და მას აფასებდა როგორც „ანტისახელმწიფოებრივს“, ამიტომ მისი გადაწყვეტილებით ტელე-რადიო დეპარტამენტის თავმჯდომარედ მისი ერთგული, თუმცა ტელესივრცისთვის აბსოლუტურად უცნობი პიროვნება – თეიმურაზ კვანტალიანი დაინიშნა. ზ. გამსახურდიას სწორედ ამ გადაწყვეტილებით გაჩნდა პირველი ბზარი ქართველ ჟურნალისტებს შორის და მეტად გაღრმავდა ჟურნალისტთა დაპირისპირება ახალი ხელისუფლების მიმართ. თ. კვანტალიანმა თავის პირველ განცხადებაში (ოფიციალურ დანიშვნამდე) აღნიშნა, რომ ტელევიზია არის გართობის საშუალება. დეპარტამენტის თავმჯდომარემ „ინფორმაციული ბლოკადის“ და „ჟურნალების

გადატანის“ ზერხების ამუშავება გადაწყვიტა. კვანტალიანმა დახურა საზოგადოებრივ-პოლიტიკური პროგრამები, ძირითადი აქცენტი გასართობ გადაცემებზე გააკეთა, გაამკაცრა კონტროლი საინფორმაციო სამსახურზე, რამაც ჟურნალისტთა ერთი ნაწილის პროტესტი გამოიწვია, სხვანი კი თვლიდნენ, რომ ამგვარი ქმედებით საქართველოს სახელმწიფოებრიობა მეტად განმტკიცდებოდა. საინფორმაციო პროგრამის დიქტორი დავით სოკოლოვი წლების შემდეგაც მიიჩნევს, რომ ცენზურა იმ პერიოდში აუცილებლად უნდა ყოფილიყო, რადგან სასწორზე სახელმწიფოს ყოფნა-არყოფნა იდო. ჟურნალისტთა უკმაყოფილება, რომლებიც ახალ რეალობასთან ერთად, სიტყვის თავისუფლებას ელოდნენ, თანდათან იზრდებოდა, თუმცა ხელისუფლება საზოგადოებით მანიპულირების ბერკეტის დათმობას არ აპირებდა. გადაცემების დახურვისა და „ურჩ“ თანამშრომელთა დათხოვნის შემდეგ სიტუაცია კრიტიკულ ზღვარს მიუახლოვდა. მოსალოდნელი ბუნტის თავიდან ასაცილებლად 1990 წლის 25 დეკემბერს უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარემ გადაწყვიტა ტელე-რადიო დეპარტამენტის თანამშრომლებს შეხვედროდა. ზ. გამსახურდია ტელევიზიაში თავად მივიდა (შეხვედრა პირდაპირი ეთერის რეჟიმით არ გადაიცემოდა, თუმცა სსმ-ს არქივში არსებობს შეხვედრის ვიდეოჩანაწერის არასრული ვარიანტი). შეხვედრა ემოციურად დატვირთული, თუმცა კონსტრუქციული იყო. გამსახურდია ცდილობდა დეპარტამენტის თანამშრომელთა უკმაყოფილება პირადი ავტორიტეტის ხარჯზე გაენეიტრალებინა. „.....რაც თქვენ იმ კაცში არ მოეწონთ, მე ვიღებ ჩემს თავზე. გეკითხებით: მენდობით მე თუ არ მენდობით?.. დამიჯერეთ, დამიჯერეთ, ცოტა უხეშია, ცოტა შეიძლება ზრდილობაც ღალატობს, მე ყველაფერს ამას მოვხსნი. იქნება, როგორც აბრეშუმი, რა გინდათ მეტი. არ გჯერათ? არ გჯერათ და გაავდეთ. რა გინდათ, თქვენს ხელში არ არის? არ მოგეწონებათ – გაავდეთ და მორჩა. რა პრინციპია ეს? ამის გულისთვის ახლა ჩვენ უნდა წავიჩხუბოთ? ამის გულისთვის? კვანტალიანი არ იქნება თქვენი უშუალო უფროსი, არ იქნება! თქვენ გექნებათ

უაშუალოდ წულისკირთან საქმე. ვინმეს შეურაცხყოფა მიაყენა? ასჯერ ზღა უკვე, კიდევ ბევრს ზღავს. ვინმეს რაიმეს უხეშად ეტყვის, 10-ჯერ მეტს მიიღებს. რა გინდათ მეტი? დამიჯერეთ, ის ნაწილს, მიხვდა შეცდომებს. მე მას საკმაოდ კარგად ვესაუბრე და მგონია, ყველაფერი კარგად იქნება...“¹

უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარეს „სიტყვის თავისუფლების“ შესახებ არ უსაუბრია. შეხვედრა დეპარტამენტის თავმჯდომარისა და ტელემაუწყებლობის თანამშრომელთა პირადი ურთიერთობის გარკვევას დაეთმო კვანტალიანის დასაცავად, გამსახურდიას მხოლოდ ერთი არგუმენტი ჰქონდა – უზენაესი საბჭოს თავმჯდომარემ განაცხადა, რომ კვანტალიანი არის ძლიერი კაცი, რომელიც სახელმწიფო ტელევიზიაში არ შემოუშვებს იმ ძალებს, რომლებიც პირადად გამსახურდიას და ასევე ქვეყნის მტრები არიან. ტელევიზიის მუშაკებთან საუბრის სტრატეგია „ცრუ ანალოგიებზე“ იყო აგებული. არა მხოლოდ ამ კონკრეტულ შეხვედრას, არამედ გამსახურდიას თითქმის ყველა საჯარო გამოსვლას (როგორც მანამადე, ისე მას შემდეგ), ერთგვარ მოტივად გაჰყვებოდა ის, რომ მისი გზა არის ჭეშმარიტი (ისე, როგორც იესო ქრისტესი), ხოლო დანარჩენი ყველა ვარიანტი არის ცრუ (ე.წ. ბარაბას გზა). ასეთი ტიპის ლოგიკურ ჯაჭვს (სხვადასხვა ვარიაციით) არგებდა გამსახურდია თითქმის ყველა სიტუაციას და სწორედ ასეთივე ხისტი, ერთგვარად სწორხაზოვანი, პროპაგანდის გატარება სურდა მას სახელმწიფო ტელევიზიის საშუალებით. გამსახურდია ასევე ცდილობდა მედიის საშუალებით ე.წ. კლასიფიკატორის ეფექტი აქტიურად აეშუშავებინა, რათა მისი პირადი მტრები მოსახლეობის გონებაში ავტომატურად აღქმულიყვნენ ქვეყნის მოღალატეებად. ამ მეთოდების ამუშავებას კი ერთგული და, რაც მთავარია, პროფესიონალებით დაკომპლექტებული მედია საშუალება სჭირდება. საქართველოს ახალი ხელისუფლების ლიდერის უპირატესობა მდგომარეობდა იმაში, რომ იმ პერიოდში მხოლოდ ერთი ტელემაუწყებლობა არსებობდა. შესაბამისად, სახელმწიფო ტელევიზიის კონტროლი

¹ საზ. მაუწყებლის არქივი

პრობლემას არ წარმოადგენდა. გამსახურდიას ასევე ჰყავდა ერთგული ადამიანებიც, თ. კვანტალიანის მსგავსად, თუმცა ყველაზე დიდი პრობლემა პროფესიონალიზმი და ერთმანეთს დაპირისპირებული ჟურნალისტები იყვნენ. ტელერადიოდეპარტამენტში შეხვედრის შემდეგ, სადაც ტელევიზიისა და რადიოს თანამშრომლებმა უხვად მიიღეს დაპირებები, მღელვარება ჩაცხრა, თუმცა გამსახურდიამ ყველაზე უკეთ იცოდა, – სიმშვიდე დროებითი იყო. უზენაესი საბჭოს თ-რემ თ. კვანტალიანის ნაცვლად დეპარტამენტის ხელმძღვანელის პოსტზე ახალი კანდიდატურის ძებნა დაიწყო (რასაც გამსახურდიას მთავრობის ერთ-ერთი მთავარი იდეოლოგი თემურ ქორიძე არაერთ ტელე თუ საგაზეთო ინტერვიუში ადასტურებს), თუმცა უშედეგოდ. საბოლოოდ მან არჩევანი ერთგულებაზე გააკეთა. დაპირებების ზიბლი იმედგაცრუებაში მალევე გადაიზარდა და ჟურნალისტთა ნაწილი ახალ მთავრობას უკვე ღიად დაუპირისპირდა. ცნობილი ტელესახეები ოპოზიციის მიტინგებზე გამოჩნდნენ, პარალელურად კი ტელევიზიაში პროფესიონალი კადრების ერთგული კადრებით ჩანაცვლება მიმდინარეობდა და ცენზურა იზრდებოდა. შიდა დაპირისპირების პროცესი დეპარტამენტის შენობის კედლებს გასცდა. დეტალების შესახებ (რაც შესაძლოა ზოგ შემთხვევაში „ემოციური რეზონანსის“ გამოწვევის მიზნით, გადაჭარბებულიც კი ყოფილიყო), ცნობილი ჟურნალისტები საჯაროდ საუბრობდნენ. „*დღეს მე თვითონ გავხდი მომსწრე იმ ინციდენტისა, თუ როგორ იწერებოდა პროგრამა „მოამბე“ (მთავარი საინფორმაციო გამოშვება). „მოამბის“ მთავარი რეჟისორი, რომელიც არის ვინმე ჯაფარიძე, ეუბნება მორივე რედაქტორს, რომ შეძოსულია წერილები, რაც უნდა გადაიცეს. ბატონი ქოქიაშვილი ეუბნება, რომ მე ამას არ გადავცემ. ის ეუბნება უნდა! ეს ეუბნება არა, მე ვარ რედაქტორი, შენ რეჟისორი, რა უფლებით მატლევ მითითებებს!..“¹. – ასეთი ტიპის განცხადებებით გამოდიოდნენ 90-იანებში ცნობილი*

¹ ვალერი კვარაცხელია მიტინგზე (უნივერსიტეტის პირველი კორპუსის ეზო). სსმ-ს არქივი

ტელესახეები, რომლებიც დიდი რაოდენობის მაყურებელთა ნდობით სარგებლობდნენ. ამ მცირე განცხადებაში მკაფიოდ სჩანს რამდენიმე გზავნილი: 1. საინფორმაციო პროგრამის რეჟისორად ახალმა ხელისუფლებამ დანიშნა ისეთი ადამიანი, რომელსაც ცნობილი ტელეჟურნალისტი (რომელიც წლებია მუშაობს ტელევიზიაში) არც კი იცნობს ანუ „ვინმე ჯაფარიძე“ არაკომპეტენტურია და მისი მისია არა რეჟისურა, არამედ სხვა რამაა. 2. არაპროფესიონალი ადამიანი, რომელიც რეჟისორის თანამდებობას იკავებს, როგორც ჩანს, ცენზორია, რადგან თავს უფლებას აძლევს რედაქტორს უკარნახოს – რა უნდა გავიდეს ეთერში და რა არა. 3. ჟურნალისტთათვის უცნობი პიროვნება დაჟინებით ლობირებს „წერილების“ ეთერში გაშვებას, რაც, სავარაუდოდ, მთავრობის ინტერესშია. ამ ტიპის გზავნილებზე მთავრობა და მისი მომხრე ჟურნალისტები არ რეაგირებდნენ და განაგრძობდნენ „ინფორმაციული ბლოკადის“ და „ყურადღების გადატანის“ მეთოდებით ბრძოლას. ახალი ხელისუფლების პროპაგანდისტული შეცდომა „ინფორმაციული ბლოკადის“ წარმოება იყო. ისეთ პატარა ქვეყანაში, როგორიც საქართველოა, ქვეყნის შიდა პრობლემატური საკითხების „გადაფარვა“ და მით უფრო, დაბლოკვა – უშედეგოა. ამ შემთხვევაში შესაძლებელია ე.წ. ორთქლის გამოშვების მეთოდის ამუშავება, თუმცა პირველი პრეზიდენტისთვის ოპოზიციურად განწყობილი პოპულარული, საზოგადოებისთვის ნაცნობი ავტორიტეტებისთვის სახელმწიფო ტელევიზიის ღია ეთერის დათმობა მიუღებელი აღმოჩნდა. ოპოზიციამ კი საზოგადოების ინფორმირება თბილისის ცენტრალურ გამზირებზე ე.წ. საინფორმაციო მიტინგების საშუალებით დაიწყო. ხელისუფლების მოწინააღმდეგეთა სტრატეგიამ გაამართლა. ახალი ამბების გასაგებად მიტინგებზე მოსახლეობის რაოდენობა დღითიდღე იმატებდა. დრამატულად განვითარდა მოვლენები 1991 წლის 2 სექტემბერს, როდესაც თბილისში „კინოს სახლთან“ ეროვნულ დემოკრატიული პარტიის მიერ ორგანიზებულ საინფორმაციო მიტინგს დემონსტრანტების დარბევა მოჰყვა. იმავე დღეს ზ. გამსახურდიამ სახ-ო ტელევიზიით მიმართა მოსახლეობას.

„...გიორგი ჭანტურია, რეზო ჩხეიძე, გიორგი ხაინდრავა, ნოდარ ნათაძე – დღეს ვითარების დესტაბილიზაციას შეეცადნენ. მათ ქალაქის ცენტრში გადაკეტეს მოძრაობა, რაც არც ერთ ცივილიზებულ ქვეყანაში დაშვებული არ არის. ჩვენ თუ ამ ხერხს მივმართავდით კომუნისტურ ეპოქაში, მხოლოდ იმიტომ, რომ ქვეყანას მართავდა მტერი, მათ წინააღმდეგ ყველა ხერხს მივმართავდით... დაზარალდა რამდენიმე მოქალაქე, მაგრამ გამოძიება დაადგენს ვინ რისვან დაზარალდა. მილიციელთა ჯავშან-ჟილეტები ტყვეით იყო დახვერტილი. ეს ექსცესები მიზნად ისახავს საქართველოს დიპლომატიური აღიარების შეფერხებას მთელს მსოფლიოში და, რა თქმა უნდა, ეს ყოველივე ინსპირირებულია კრემლისა და მისი აგენტურის მიერ. ამიტომ მოვიწოდებთ საკადრისი პასუხი ვასცეთ მოლაღატებებს“¹. პარალელურად სახელმწიფო ტელევიზიამ გაავრცელა დაზარალებულ მილიციელთა და ტყვეებით დაზიანებული ჯავშან-ჟილეტების კადრები. გამსახურდიამ არც ამჯერად უღალატა საკუთარ კურსს და „ინფორმაციული ბლოკადის“ გეზს არ გადაუხვია; თუმცა თბილისში თითქმის ყველა დაინტერესებულმა პირმა იცოდა, რომ ნაჩვევები კადრები დადგმული იყო და მომიტინგეთაგან მილიციის მისამართით არავის უსვრია. სწორედ სიმართლის თქმის, „ინფორმაციული ბლოკადის“ გარღვევის სურვილით, 1991 წლის 12 სექტემბერს საქართველოში შეუქცევადი პროცესი დაიწყო. ჟურნალისტები ოპოზიციური აზრისთვის ალტერნატიული საათის მოთხოვნით სახელმწიფო ტელევიზიის კიბეებზე დასხდნენ. 90-იანი წლების მთავარ კითხვას – ჯერ დამოუკიდებლობა თუ ჯერ დემოკრატია – ყველამ საკუთარი პასუხი მთარგო. საზოგადოების ნაწილი ჟურნალისტებთან, ინტელიგენციასთან და გვარდიასთან ერთად ტელევიზიასა და კინოს სახლის შენობების მიმდებარედ სიტყვის თავისუფლებას ითხოვდნენ. მთავრობის სასახლესთან შეკრებილები კი პირველი პრეზიდენტისა და ქვეყნის დამოუკიდებლობისათვის ყველანაირი

¹ ზ. გამსახურდიას გამოსვლა სა-ო ტელევიზიის ეთერში 02.09.1991. სსმ-ს არქივი

შეზღუდვის დასაწყისებლად იყვნენ მზად. სამოქალაქო ომის ზღვარზე ყოფნის, დედაქალაქის პარალიზების მიუხედავად, პრეზიდენტ გამსახურდიას რიტორიკა არ შეუცვლია. 1991 წლის 22 დეკემბერს კი პროპაგანდისტული დაპირისპირება შეიარაღებულ კონფლიქტში გადაიზარდა. გამსახურდიამ თბილისი 6 იანვარს დატოვა.

ხელოვნებათმცოდნეობა

ნინო გოდერბიშვილი,

საქართველოს შოთა რუსთაველის
თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ხელოვნებათმცოდნეობის სპეციალობის დოქტორანტი
ხელმძღვანელი - პროფესორი ნატო გენგიური

ნადირობის სცენა საზარის სამრეკლოს რელიეფზე

ნადირობას ქართველთა ცნობიერებაში უძველესი დროიდან მოყოლებული საკრალური მნიშვნელობა ენიჭებოდა. ნებისმიერი ნადირობა გულისხმობს იმ საზღვრის გარკვეულ გადალახვას, რომელიც ერთმანეთისგან ყოფს ადამიანის მიერ ათვისებულ სივრცესა და უღრან, უსიერ ტყეს, რომელიც აწმყოში პირველქმნილი ქაოსის გამოვლინებას წარმოადგენს. მონადირე ამ ქაოსს ათვისებს და მას სამყაროს სახით აყალიბებს. ნადირობა სოციალური კოსმოსის შექმნასაც ნიშნავს. მაგალითად, მითში ფარნავაზის შესახებ, ნადირობა პირდაპირ კავშირშია სახელმწიფოს დაარსებასთან. საინტერესოა ამ მნიშვნელოვან პროცესში ირმის ჩართვაც, – კავშირი მონადირესა და ირემს შორის. საქართველოში მას უძველესი დროიდანვე დიდი მნიშვნელობა აქვს მინიჭებული.¹

შუა საუკუნეების რელიეფებში ნადირობის სცენები გვხვდება ქვა ჯვრების შემკულობაში – იოანე ნათლისმცემლის სტელა (VI-VII ს.ს.), ტაძრების საფასადო შემკულობაში – ატენის სიონის დასავლეთ ფასადი (VII ს.), მარტვილის სიონის აღმოსავლეთ ფასადი (VII ს.), კანკელის შემკულობაში – წებელდის კანკელის ფილა (VII-VIII ს.ს.), შიო მღვიმის კანკელის ფილა (XI ს.), შედარებით გვიან პერიოდში სარკმლის შესამკობადაც მიმართავენ – ოშკის სარკმლის თავსართი

¹ კ. კაციტაძე, ნადირობის ფენომენოლოგია ღვთაება დალის შესახებ <http://saunje.ge/index.php?id=744&lang=ka>

(Xს.). ნადირობის კომპოზიცია ადრეული სცენებისგან განსხვავებული ფორმით და მდებარეობით XIII საუკუნეში საფარის სამრეკლოს საფასადო შემკულობაში გამოვლინდა.

საფარის სამონასტრო კომპლექსი სხვადასხვა დროს შეისწავლეს მკვლევრებმა: ვახტანგ ბერიძემ, პარმენ ზაქარაიამ, თამარ ნემსაძემ. მაგრამ მათ შრომებში აქცენტი დასმულია არქიტექტურულ თავისებურებებზე და საერთო დეკორატიულ გაფორმებაზე. სამრეკლოს შესასვლელთან გამოსახულ ნადირობის სცენაზე ცალკე კვლევა არ ჩატარებულა, იგი შეუსწავლელია. ნემსაძის პროექტის მიხედვით, დასავლეთ ფასადის ის ნაწილი, სადაც რელიეფია გამოსახული, მიწით იყო დაფარული. იგი სამრეკლოს რესტავრაციის დროს გაიწმინდა.

XIII საუკუნის საფარის სამრეკლო ერთ-ერთი უძველესია საქართველოში. ორსართულიანი ნაგებობა დასავლეთიდან აღმოსავლეთისკენ დაქანებულ კლდეზე დგას. თითო სარკმელი სამხრეთითა და აღმოსავლეთით თავდაპირველად ვიწრო, თაღოვანი იყო, შემდეგ გადაკეთდა რუსი ბერების მოღვაწეობის პერიოდში. მეორე სართული ფანჩატურს წარმოადგენს, კედლები 8 ვიწრო თაღოვანი მალით იხსნება. პირველი სართული კვადრატულია, ინტერიერი ფრესკებითაა შემკული, რომელზეც გამოსახულია თავად ლასურისძეთა პორტრეტები, სწორედ მათ საძვალეს წარმოადგენს სამრეკლოს პირველი სართული. საფარის დეკორს ქმნის ორნამენტებით შემკული ფანჩატურის თალები. ქვედა სართული სადაა შემკულობის თვალსაზრისით.

პირველი სართულის სადა ფასადებიდან თვალშისაცემია ნადირობის სცენა, რომელიც წარმოდგენილია დასავლეთის სწორკუთხა შესასვლელის მარჯვენა მხარეს თითქმის მიწის ზედაპირზე. ერთიან ქვის ფილაზე ბრტყელი კვეთით გამოსახულია ცხენზე ამხედრებული მონადირე, რომელიც მიმართულია ირმისაკენ. ირმის ზემოთ გეომეტრიული ფიგურაა გამოსახული.

მონადირის ფიგურა ფრონტალურია, პროპორციულად

ცხენის ფიგურის ზომის. ცხენს წინა ფეხები მოკეცილი აქვს, მოძრაობის მომენტშია გადმოცემული. მკრთალად იკვეთება აღვირი. მხედრისა და ცხენის ფიგურა ირმის გამოსახულებასთან შედარებით მცირე ზომისაა. მასშტაბების გაზრდით თითქოს ირემს მეტი მნიშვნელობა ენიჭება, იგი ქვის ფილის ცენტრშია მოქცეული. ირმის ტანს ზემოთ გეომეტრიული ორნამენტია წარმოდგენილი. ოთხკუთხედში ჩასმული წრე ცენტრში გამოსახული ერთმანეთში გარდამავალი ფოთლოვანი მოტივით. ქვის ფილის დანარჩენი არე თავისუფალია. ფიგურები ფართო, ტეხილი კონტურებით იკვეთება, დაბალი რელიეფი სიბრტყელია, თითქოს მხედრის ფიგურა ირმის უკანა პლანზეა გამოსახული. კომპოზიციისთვის სიღრმის მინიჭების მცდელობა ჩანს. ფიგურები ჩაკვეთილია ქვის ფილაში. ოსტატი სადად და მარტივად ცდილობს კომპოზიციის გადმოცემას.

საფარის რელიეფისგან განსხვავებით, იოანე ნათლისმცემლის ქვსვეტზე კომპოზიცია გამოსახულია ორ რეგისტრად: ქვედა რეგისტრზე მონადირე-მხედრის ფიგურა და ზედა „სივრცეში“ – ირემი, რქებს შორის მაცხოვრის გამოსახულებით. სტელის ფორმით განპირობებული ამგვარი გადაწყვეტა კომპოზიციას ღრმა მნიშვნელობას სძენს. კომპოზიცია აერთიანებს ზეციურ და მიწიერ სივრცეს, ირემი ზემოდან დაჰყურებს მხედარს, რომელსაც მშვილდ-ისარი აქვს მოზიდული. ირმის დატოტვილ რქებს შორის კი მაცხოვარია გამოსახული. აქ მოცემული გვაქვს პლაკიდას ნადირობა თავისი იკონოგრაფიული სქემით.

მხედრის სამოსელის გულდასმით გადმოცემა მოწმობს რეალური კოსტიუმის მიბაძვას, რომელიც კარგად იყო ცნობილი ოსტატისათვის. ამგვარი სამოსელი გვხვდება ახლო აღმოსავლეთის ხალხებში. თავისებურია ცხენისა და მხედრის მასშტაბური შეფარდება, რაც სასაზღვრო მხატვრული ძეგლებისთვისაა დამახასიათებელი.¹

საფარის რელიეფისგან განსხვავებით წებელდის კანკელის ფილასა და მარტივლის რელიეფზეც წმინდა ევსტათის ნადირობაა გამოსახული. ორივე კომპოზიცია გამდიდრებულია

¹ კ. მაჩაბელი, ქართული ქვაჯვარები, თბ. 1988, გვ. 289-291

ძაღლის და ფრინველის ფიგურებით, წარმოდგენა იქმნება, თითქოს ამაღლით ნადირობს მხედარი, ორივე დეკორატიულია და ფიგურებითაა დატვირთული. საზეიმო და დიდებულ ხასიათს ატარებს, საფარასთან შედარებით ფიგურები მოცულობითი და პლასტიკურია.

ატენის სიონზე გამოსახული ნადირობის სცენა აზრთა სხვადასხვაობას იწვევს. აქ მხედარი წარმოდგენილი არ არის სამეფო სამოსში, სადადაა გადაწყვეტილი. ირმის რქებს შორის არ გვაქვს იკონოგრაფიული სქემის ნიშანი, თუმცა დაზიანებული სახით შემორჩა – ირმის რქები ჩამოტეხილია და შესაძლოა, თავდაპირველი სახით მაცხოვრის გამოსახულება ყოფილიყო.

იოანე ნათლისმცემლის, წებელდის კანკელის ფილის, მარტივლის სიონის რელიეფები წარმოგვიდგენს წმინდა პლაკიდას ნადირობას, თავისი კლასიკური იკონოგრაფიული ნიშნებით.

შედარებით გვიანი პერიოდის ოშკის ნადირობის სცენა, მანამდე არსებული სცენებისგან განსხვავებით, მეტად თავისებურია. აქ შეცვლილია მონადირის პოზა, მონადირე ქვეითად, ცალ მუხლზე დაჩოქილი მანამდე არსებულ კომპოზიციებში არ გვხვდება. იგი დამოუკიდებლად მშვილდოსნის ზოღიაქოსთან ავლენს კავშირს.

მდებარეობით საფარის სცენა ოშკის მსგავსად დაკავშირებულია ისეთ მნიშვნელოვან ადგილთან როგორიცაა, დასავლეთის შესასვლელი კარი. ოშკის რელიეფი სარკმლის თავსაძკაულს წარმოადგენს. ვინაიდან შემთხვევით არაფერს გამოსახავდნენ სასულიერო ნაგებობაზე, მდებარეობასაც თავისი სიმბოლური დატვირთვა შეგვიძლია მივანიჭოთ. ფასადზე გაჭრილი კარი, სარკმელი განასახიერებს კავშირს მიწიერ და ზეციურ სამყაროებს შორის. მათი საშუალებით ხდება ინტერიერში მოხვედრა, სულიერი კავშირი ადამიანსა და ზეციურ სამყაროს შორის.

ეკსტატი პლაკიდას ნადირობის სცენას ზმირად მიმართავენ ტაძრის შესამკობად, როგორც ქრისტიანობაზე მოქცევის

სიმბოლოს. „წმ. ევსტათეს“ ხილვის იკონოგრაფიულ სქემას საფუძვლად უდევს ძველ აღმოსავლეთში გავრცელებული მეფის ნადირობის გამოსახულებები. ეს სქემა საკმაოდ ერთგვაროვანია: კომპოზიციის ცალ მხარეს ცხენზე ამხედრებული წმ. ევსტათი მოზიდული მშვილდით, იშვიათად შუბით, მეორე მხარეს კი ირემი, ზოგჯერ ორი, ან სამი, რომელიც გაურბის მონადირეს, თავზე კი, რომელიც მისკენ აქვს მიტრიალებული, რქებს შორის ჯვრის ან ქრისტეს ნახევარფიგურის გამოსახულებით, ეს საკმაოდ მარტივი და ტრადიციული სქემა ზოგჯერ გამდიდრებულია ცალკეული დეტალებით – ხეების, მთების, ძაღლების, ფრინველების გამოსახულებებით (მაგ., მარტვილის სიონი), ამ კომპოზიციაში, ჩადებულია სულის ხსნის მოპოვების იდეა, მთავარი სიმბოლოა, როგორც ქრისტიანობის გამარჯვება, ქრისტეს რჯულზე მოქცევა.¹

წმინდა ევსტათის მოწამეობრივი ცხოვრება ქრისტიანობაში მოთმინების, რწმენის სიმბოლოა. ქართველი ხალხი წმინდა ევსტათი პლაკიდას ხილვაში ხედავდა მეფის ნადირობას, ანუ მირიან მეფის გამოცხადებას, გაიაზრებოდა როგორც ჭეშმარიტ სარწმუნოებაზე მოქცევა, სულის ხსნის მოპოვების იდეა, უფლისკენ ლტოლვა... ამიტომ იგი ქართული სასულიერო ხელოვნების საყვარელი თემა გახდა.

წმინდა ევსტათი პლაკიდას ნადირობის გარდა, გვაქვს „ევაგრეს ნადირობა“, მაგალითად შიო მღვიმის კანკელის ფილა (XI ს.). შიომღვიმის ძველი ნათლისმცემლის კანკელის ფილა რელიეფური სკულპტურისა და ორნამენტული დეკორის შესანიშნავ ნაწარმოებს წარმოადგენს. ოთხ ფილაზე ძველი აღთქმის სხვადასხვა სცენაა გამოსახული. მათ შორის აღსანიშნავია „წმინდა ევაგრეს მისვლა ღირს შიოსთან“.

ფიგურებით გამდიდრებული კომპოზიცია მსგავსებას აგლენს წებელდის კანკელის ფილასთან, სადაც წარმოდგენილია წმინდა ევსტათის ხილვა. წმ. ევაგრეს ნადირობის სცენის იკონოგრაფიული ნიშანია მტრედი რომელსაც ნისკარტით

¹ მ. დიდებულიძე, „წმ. ევსტათეს ხილვა“ შუა საუკუნეების ქართულ ხელოვნებაში, ლიტერატურა და ხელოვნება, №2, 1990, გვ. 197-206

ასკილი უჭირავს.

აღნიშნული ნადირობის სცენები უკავშირდება წარმართ თავადთა მოქცევას, ნადირობისას ხდებოდა ხილვა თუ სასწაული, რომლის შემდეგ მოექცეოდნენ წარმართები ქრისტიანულ სარწმუნოებაზე.

ზ. კიენადის მიხედვით, მონადირე ახალი რეალობის აღმოჩენია. პოვნა მონადირის ბედის აუცილებელი ნაწილია, რომლის შემდეგაც განახლებული ცხოვრება იწყება. მონადირეს ორ სამყაროში უხდება ცხოვრება და საქმიანობა. ერთია სოფელი, სადაც ჰყავს ოჯახი და მეორე – მთა და ტყე, სადაც ნადირობს. მონადირე ჩაბმულია ნადირთ პატრონთან ურთიერთობაში. მას, ხევისბერის მსგავსად, მოპოვებული აქვს სტატუსი და უფლება, – მონადიროს პირუტყვი.¹

სიმბოლოთა ლექსიკონის მიხედვით, ირემი – მზის ამოსვლასთან, სინათლესთან, სისპეტაკესთან, აღორძინებასთან ასოცირდება. ხარ-ირემი სიუხვის მზიური ემბლემაა. მისი დატოტვილი რქები „ცხოვრების ხეს“ განასახიერებს, რქების ცვლის გამო – დღეგრძელობას, განახლებას აღნიშნავს.²

ე. კვაჭატაძის მიხედვით, ირემი სამყაროული ხის ფუნქციასაც ითავსებდა, იგი ყველაზე სრულად გადმოგვცემდა სამყაროს მთლიანობის იდეას, მის არსს, ამავე დროს ამ სამყაროს წარმოშობას, მის გენეზისს.³

მონადირის მიერ ირმის მოკვლის მოტივი კოსმოგონიის აქტის სიმბოლურ გამოხატულებად გაიზარებოდა და ახალი სამყაროს დაბადებას უკავშირდებოდა. ხოლო ცხოველებით, მცენარეული მოტივებით და ფრინველების გამოსახულებით გამდიდრებული სცენები სამოთხის წალკოტს განასახიერებდნენ.

¹ ზ. კიენაძე, მონადირის ორმაგი ცხოვრება <http://saunje.ge/index.php?id=1441&lang=ka>

² ზ. აბზიანიძე, ქ. ელაშვილი, სიმბოლოთა ილუსტრირებული ენციკლოპედია, ტ. II, ბაკმი, 2006, გვ.94-95

³ ე. კვაჭატაძე, გვიანი შუა საუკუნეების საფასადო სკულპტურის პროგრამათა ინტერპრეტაციისთვის, საქართველოს სიძველენი, II, თბ. 2007, გვ. 178-189

ქრისტიანულ ხელოვნებაში მათი სახით „სიცოცხლის ზეთა“, მარადიული სასუფეველის გადმოცემის იდეაა ჩადებული.¹

ადრეულ პერიოდში ნადირობის სცენებს გამოსახავდნენ ქვა-ჯვარზე, პირდაპირ ფასადზე რომ იშლება ან კანკელზე. შედარებით გვიან, მე-11, მე-12 საუკუნეებში წარმოადგენს ან სარკმლის თავსამკაულს, ან კარის სიახლოვეს დამოუკიდებელ კომპოზიციას. საფარის სამრეკლოზე წარმოდგენილი ნადირობის სცენა გარკვეულ თავისებურებებს ავლენს როგორც შესრულების, ისე კომპოზიციის თვალსაზრისით.

საფარის სამრეკლოს ნადირობის სცენა გამოირჩევა შემდეგი თავისებურებებით:

მდებარეობა: რელიეფი გამოკვეთილია შესასვლელი კარის გვერდით, სამრეკლოს ქვედა არეში, თითქმის მიწის ზედაპირზე. მანამდე ნადირობის სცენებს ამ სახით, სამრეკლოს ფასადზე, ან კარის სიახლოვეს არ გამოსახავდნენ.

გამოსახვის ფორმა: ბრტყელი კვეთის ფიგურები სადა ქვის ფილაზეა გამოსახული, მონადირის და ირმის გარდა, გეომეტრიული ფიგურაა დამატებული. განსხვავებით ადრეული სცენებისგან. მანამდე თუ ცხოველების და მცენარეული მოტივებით ამდიდრებდნენ კომპოზიციას, აქ გეომეტრიული ფიგურაა ჩასმული. სადა, ორფიგურიანი კომპოზიცია გამდიდრებულია გეომეტრიული ორნამენტით, რაც დეკორატიულობას მატებს მას. თვით ფიგურებსაც დეკორის ერთ-ერთ ელემენტად წარმოგვიდგენს.

შინაარსი: უჩვეულო ფორმითაა წარმოდგენილი ნადირობის სცენა აქ, არ გვაქვს პლაკიდას ნადირობის იკონოგრაფიული სქემა და არც ევარესი.

ამრიგად, საფარის სამრეკლოზე წარმოდგენილი რელიეფი კიდევ ერთი ვარიანტია ნადირობის სცენისა, რომელიც ქართულ ქრისტიანულ ხელოვნებაში მთელი შუა საუკუნეების განმავლობაში იყო გავრცელებული. მარტივი, ორფიგურიანი ნადირობის სცენის გადაწყვეტა იცვლებოდა, ოსტატები ამდიდრებდნენ სხვადასხვა მცენარეული ელემენტებით,

¹ იხ.: იქვე.

ცხოველების და ფრინველების გამოსახულებებით, რომლებსაც სიმბოლური დატვირთვა ჰქონდათ. კომპოზიცია ეპოქის შესაბამისად იცვლიდა სახეს, თუმცა ყველა ეტაპზე იდეურად ერთ მნიშვნელობას ატარებდა და გაიაზრებოდა, როგორც ქრისტიანულ რჯულზე მოქცევა, უფლისკენ ლტოლვა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ამირანაშვილი შ., ქართული ხელოვნების ისტორია, თბ., 1961;
- აბზიანიძე ზ., ელაშვილი ქ., სიმბოლოთა ილუსტრირებული ენციკლოპედია, ტ. I-II, ბაკმი, 2006-2007;
- ბერიძე ვ., XVI-XVIII საუკუნეების ქართული საეკლესიო ხუროთმოძღვრება, თბ., 1994;
- ბერიძე ვ., სამცხის ხუროთმოძღვრება XIII-XVI საუკუნეები, თბ., 1955;
- ბერიძე ვ., საფარის მონასტერი, საქართველოს სულიერი საგანძური, წიგნი I, თბ., 2005;
- ნემსაძე თ., საფარა-ახალციხის რაიონი, სამრეკლო, წინასწარი სამუშაოები, თბ., 1985;
- გულბიანი ნ., მართლმადიდებლური ეკლესიის ბრძოლა წარმართული კულტების წინააღმდეგ საქართველოს მთიანეთში, თბ., 2010;
- ვირსალაძე ე., ქართული სამონადირო ეპოსი (დალუპული მონადირის ეპოსი), თბ., 1964;
- მაჩაბელი კ., ქართული ქვა-ჯვარები, თბ., 1988;
- სურგულაძე ი., ქართული ხალხური ორნამენტის სიმბოლიკა, მეცნიერება, თბ., 1970;
- ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია, ტ. 11, თბ., 1987;
- ჯავახიშვილი ივ., თხზულებანი, ქართველი ერის ისტორია, ტ. I, თბ., 1979;
- ზაქარაია პ., ქართული ხუროთმოძღვრება XI-XVIII სს., თბ., განათლება, 1990;
- აბრამიშვილი გ., ირმების სიმბოლიკა ატენის სიონის ტიმპანის რელიეფზე, ნარკვევები VI, თბ. გვ. 61-67;
- ალადაშვილი ნ., VIII-IX საუკუნეების ქვაზე კვეთილი რელიეფის ადგილი შუა საუკუნეების ქართული სკულპტურის განვითარებაში, საქართველოს სიძველენი, №7-8, თბ., 2005;
- ალადაშვილი ნ., ქანდაკება ძველ საქართველოში, (V-XI სს.), საბჭოთა ხელოვნება, №7, 1974;

- ალადაშვილი ნ., შუა საუკუნეების ქართული მონუმენტური და მცირე სკულპტურის ურთიერთდამოკიდებულების საკითხი, სახვითი და დეკორატიულ-გამოყენებითი ხელოვნება, სამეცნიერო შრომების კრებული, თსსა, თბ., 1988;
- დიდებულძე მ., „წმ. ევსტათეს ხილვა“ შუა საუკუნეების ქართულ ხელოვნებაში, ლიტერატურა და ხელოვნება, თბ., №2, 1990;
- მაისურაძე ი., საფარა, საბჭოთა ხელოვნება, თბ., №3, 1964;
- კვაჭატაძე ე., გვიანი შუა საუკუნეების საფასადო სკულპტურის პროგრამათა ინტერპრეტაციისთვის, საქართველოს სიძველენი, №11, თბ., 2007;
- Аладашвили Н. Монументальная скульптура Грузии, сюжетные рельефы V-XI веков, искусство. 1977;
- Салтиков А., Видение св. Евстафия Плакиды, рельефные иконы из вебелди, искусство христианского мира, М., 1996;

შორენა ფხაკაძე,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ხელოვნებათმცოდნეობის
მიმართულების დოქტორანტი,
ხელმძღვანელი: პროფ. ირინე აბესაძე

ორგანიზაციის პოლიტიკა პოსტმოდერნიზმთან – ირაკლი ჯარჯიანი

წინარე კულტურათა გამოცდილების კრიტიკულმა გადაზრებამ წარმოქმნა მსოფლმხედველობის ახალი ტიპი, რომელმაც „პოსტმოდერნიზმის“ სახელწოდება მიიღო.

პოსტმოდერნიზმის წარმოშობას, როგორც წესი, XX საუკუნის 70-იან წლებთან აკავშირებენ, ანუ შეიძლება ითქვას, რომ ის ერთგვარად იმ მოვლენების „შთამომავალი“, რომელთაც ადგილი ჰქონდათ 60-იან წლებში.

პოსტმოდერნიზმს განსაზღვრავენ, როგორც მნიშვნელოვან სტადიას, როგორც მთელ ეპოქას, რომელმაც შთანთქა სხვა ტენდენციები და მოვლენები. მას განიხილავენ მოდერნიზმის ანტიუზად და ახალ, განსაკუთრებულ მიმართულებად.¹ მიუხედავად იმისა, რომ ტერმინ „პოსტმოდერნიზმის“ შემოტანას ამერიკელებს მიაწერენ, როგორც მოვლენა, ის მაინც საფრანგეთში წარმოიშვა და განვითარდა. თუმცა კი, ეს, დიდწილად, იმ ტექნოლოგიური და საწარმოო ცვლილებების შედეგი და ამერიკის განვითარებული მრეწველობის, გლობალიზაციის თანამდევია ფაქტია, რომელმაც თავისი გამოხატულება ჰპოვა პოსტმოდერნისტულ ხელოვნებასა და ფილოსოფიაში. პოსტმოდერნიზმი განმტკიცდა და დაფუძნდა საფრანგეთში თითქმის მთლიანად ფრანგული კულტურის და განსაკუთრებით ლიტერატურის მასალების განხილვის მეშვეობით. 80-იანი წლებისათვის ის გადაიქცა საყოველთაო მიმართულებად, მსოფლიო მნიშვნელობის

¹ უსოვსკაია ე., პოსტმოდერნიზმი XX საუკუნის კულტურაში. შესავალი. თეატრი და ცხოვრება. №1. თბილისი 2011. გვ 71.

ფაქტად (ყოველ შემთხვევაში, დასავლური კულტურის ჩარჩოებში): განვითარებული ფილოსოფიური პოსტმოდერნიზმი თანამედროვე ხელოვნების იმ საერთო თეორიად დამკვიდრდა, რომელიც უმთავრეს როლს ასრულებს დღემდე არსებულ თეორიებს შორის. პოსტმოდერნიზმი განიხილება, როგორც თანამედროვეობის გამომხატველი მიმართულება, რომელიც თავს ყველა სფეროში იჩენს.¹

ისევე, როგორც ნებისმიერი ახალი მიმდინარეობა, პოსტმოდერნიზმი აღიარა მოყვარულთა მეტად მცირე ჯგუფმა. ფაქტობრივად, ის მისაწვდომი და მისაღები აღმოჩნდა შეზღუდული ელიტარული კულტურული წრისათვის, შემოქმედთა მცირე ნაწილისათვის. ამასთან, აბსურდული და შემდგომში პოსტმოდერნისტული მწერლების სიუჟეტის სიმარტივემ, სიცხადემ, დეტალთა სიმწირემ, წარმოდგენის განსხვავებულობამ, „უცხოობამ“ მალე მიიზიდა მკითხველი და მაყურებელი. განსაკუთრებით მიმზიდველი ამ ნაწარმოებების აპოლიტიკურობა აღმოჩნდა.

პოსტმოდერნიზმი რთული, მრავალგანზომილებიანი და წინააღმდეგობრივი მიმართულებაა ხელოვნებაში, რომელიც ყველა ქვეყანაში ეროვნული ნიშნით ვითარდებოდა. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ თეორეტიკოსები მასში ორ ძირითად მოდიფიკაციას გამოჰყოფენ: ა) დასავლურს, რომელსაც ახასიათებს მჭიდრო კავშირი პოსტმოდერნისტულ თეორიასა და ფილოსოფიასთან, რომელიც გარდაიქმნება სიმულაციების ჰიბრიდულ-ციტატურ ენად, ოპტიმისტური ტონი და ბ) აღმოსავლურს, რომელიც ჩამოყალიბდა დასავლური ლიტერატურის ახალი ტენდენციების შესახებ სრული ინფორმაციული ვაკუუმის პირობებში. იგი ვითარდებოდა და იძენდა აშკარად ეპატაჟის ხასიათს „სახელმწიფო ხელოვნების“ – სოცრეალიზმის ნორმების მიმართ.²

რას გულისხმობს საკუთარ თავში ტერმინი ორმაგი კოდი?

¹ ბერეკაშვილი თ., პოსტმოდერნიზმი დღევანდლობის კონტექსტში. მნათობი №56. თბილისი 2000. გვ 125.

² ქარუმიძე ზ., პოსტსაბჭოთა საქართველო და პოსტმოდერნიზმი. არილი №4.2010.

ეს არის ცნება, რომელიც საშუალებას გვძლევს ავხსნათ პოსტმოდერნისტული მხატვრული „ტექსტების“ სპეციფიკური ბუნება („ტექსტის“ ცნების ქვეშ სემიოტიკური თვალთახედვით იგულისხმება ხელოვნების ნებისმიერი ნაწარმოების სემანტიკური და ფორმალური ასპექტი). მრავალჯერადი მცდელობისას – განესაზღვრათ პოსტმოდერნიზმის სტილური თავისებურებები, როგორც კოდი, თეორეტიკოსები რეალურ სირთულეებს ეჯახებოდნენ. იმდენად, რამდენადაც ფორმალურად პოსტმოდერნიზმი ვლინდება, როგორც ხელოვნება, რომელიც გაცნობიერებულად გაურბის ყველანაირ წესს და ჩარჩოს.

ფრანგი კრიტიკოსი ბარტი ყველა მხატვრულ ნაწარმოებში გამოჰყოფს ხუთ კოდს: კულტურულს, ჰერმენევტიკულს, სიმბოლურს, სემიოტიკურს და ნარატიულს¹. პოსტსტრუქტურალიზმის თეორეტიკოსი და პოსტმოდერნიზმის წინამორბედი ბარტი „კოდის“ თავისეულ კონცეფციაში გასცდა ტრადიციულ განსაზღვრებებს, რაც შემდგომში პოსტმოდერნიზმის მიმდევრებმა აიტაცეს. ის ამბობდა, რომ პოსტმოდერნიზმში „კოდი“ არ უნდა გავიგოთ მისი მკაცრი სამეცნიერო მნიშვნელობით. კოდს ის უწოდებდა ასოციაციურ ველს, რომელიც გვიქმნის წარმოდგენას განსაზღვრულ სტრუქტურაზე.²

პოსტმოდერნისტულ ხელოვნებაში ცხადად იკვეთება ორი ძირითადი ტენდენცია: პირველი გვხვდება მასობრივი კულტურის ხაზში, ხოლო მეორე დაკავშირებულია სტრუქტურულ-სემიოტიკურ მიმართულებასთან და ნაკლებად გამოხატული პოსტმოდერნისტული ხასიათი აქვს. ამ ტენდენციების მიმდევრები აღიარებენ სემიოტიკურ პრინციპს, რომლის თანახმადაც, თითოეულ გამოსახულებაში ძვეს სხვა გამოსახულება. ირაკლი ფარჯიანი ერთ-ერთია იმ მცირერიცხოვან ქართველ მხატვართაგან, რომლებიც მისდევნენ ამ პრინციპს.

ირაკლი ფარჯიანის შემოქმედებაში სამყაროს ორმაგი ალქმა ვლინდება. ორმაგი ხედვა, ორმაგი კოდი ირაკლი

¹ Барт Р., Избранные работы: Семиотика. Поэтика, 1989, გვ 40

² იქვე, გვ 450

ფარჯიანის შემოქმედებაში გაჩნდა ქვეყანაში არსებული სტაგნაციის პერიოდში, რომლის თანამედროვეც იყო მხატვარი. მაგალითისათვის განვიხილოთ მისი ნამუშევარი, სახელწოდებით „პეიზაჟი“. კომპოზიცია წარმოგვიდგება მონოტონური ფონით, რომელიც ქმნის მთლიანობის, ერთიანობის ილუზიას. იმავე დროს, იგივე მონოქრომი არის მხოლოდ ფონი, რომელიც აერთიანებს სხვადასხვა თემატურ პლასტებს.

ირაკლი ფარჯიანის შემოქმედებას არაერთი ხელოვნებამცოდნე აანალიზებდა, მაგრამ განსაზღვრება ინდივიდუალური საავტორო ხედვის ორმაგი კოდისა ჯერ კიდევ არ ქცეულა ცალკეული კვლევის საგნად. შევეცდებით მოვახდინოთ მხატვრის სემიოტიკური მიმართულების დეკოდირება. ფარჯიანის ტილოები იქმნებოდა იმ დროს, როდესაც პოსტმოდერნისტული მეტატექსტი ხელოვნების ყველა დარგში იყო აკრძალული მკაცრი სოციოლოგიური მეთოდოლოგიით. მაგრამ ავტორმა შეძლო ეთქვა ძალიან ბევრი თავისი დროისა და საკუთარი თავის შესახებ, ხედვის პერსპექტივასა და ოპტიმიზმზე, რომლითაც სავსეა მისი ნამუშევრები.

მისი ნამუშევრების ნაწილში ფერი ძირითადად მწვანეა, მაგრამ ეს არ არის წმინდა მონოქრომი, ის იქმნება ერთი და იმავე ფერის სხვადასხვა გრადაციით, რომელიც დამახასიათებელია XX საუკუნის 30-იანი წლების ამერიკული ფერწერისათვის, ჯაზის ეპოქისათვის, შემოქმედებითი თავისუფლების დროისათვის, როდესაც ხელოვანი მიისწრაფოდა თვითგამოხატვისაკენ. ეს ყველაფერი გვხვდება ირაკლი ფარჯიანის მანერაშიც. ეს მეთოდი საშუალებას იძლევა „ჩამოირეცხო“ მკვეთრი საღებავები, რომელთა უკანაც ჩანს ძირითადი ფონი, გარდამავალი შერეულ ტონალობებში. ჩნდება ბლუზის მელოდიის ასოციაცია.

ირაკლი ფარჯიანი თავის ნამუშევრებს ქმნიდა იმ დროს, როდესაც დასავლურ ფერწერაში უკვე დიდი ხნის განვითარებული იყო ხელოვნების ერთი დარგიდან მეორეში გადასვლის ტექნიკა. ეს არის ტექსტის სემიოტიკური

წაკითხვის პერიოდი, მუსიკალური ტექსტის მეტატექსტური გადასვლა ფერწერაში, გრაფიკასა და არქიტექტურაში. ირაკლი ფარჯიანთან გვხვდება პორტრეტის ან ნატურმორტის კოდის კოდირება, როგორც თეატრალური დეკორაციის, რომელიც ნაჩვენებია გაჯერებულ ფონზე. მოცემულია მეტაკომპოზიცია, რომელსაც მაყურებელი მიჰყავს მხატვრული სივრცის სიღრმეში. ამ სახით ტილოს ლაიტმოტივი მოძრაობას იწყებს ცალკეულ ფრაგმენტ-მოტივებად, რომელშიც თითოეული ფრაგმენტი შეიძლება აღვიქვათ, როგორც დამოუკიდებელი ძირითადისაგან. მაგვრამ მიუხედავად ამისა, არ ჩნდება კოლაჟურობის განცდა. თითოეული ფრაგმენტი ემსახურება ძირითად ლაიტმოტივს და აღიქმება, იკითხება როგორც ერთიანი ტექსტი.

ცალკე კვლევის საგნად შეიძლება იქცეს ირაკლი ფარჯიანის ტილოების ორმაგი კოდირება სემიოტიკური სიმბოლოების კუთხით. ამ საკითხზე კვლევები ჯერაც მწირია ხელოვნების თეორიაში, რამდენადაც ფერწერის სემიოტიკური ანალიზი მხოლოდ ახლახანს იქცა კვლევის საგნად ხელოვნებათმცოდნეობაში. საყურადღებოა ის ფაქტიც, რომ მხატვრული პრაქტიკა ბევრად უსწრებს თეორიას.

საყურადღებოა ნამუშევარი „მხატვარი და მოდელი“, სადაც ორმაგი კოდი ძალიან ცხადად არის ნაჩვენები. მხატვარი იყენებს ორმაგი სარკის გეომეტრიულ პრაქტიკას. ამ ნამუშევარში ორმაგ კოდს აქვს ასევე შიდატექსტური დონეები: ორი ფიგურის ურთიერთკავშირი, ორი ფერის თამაში. საინტერესოა ასევე მხატვრისეული გადაწყვეტა იმისა, თუ როგორ აჩვენებს მხატვრის გამოსახულებას: მისი სახე შედგება ორი სიმეტრიული ნაწილისაგან, რომლის ერთი ნაწილიც მიმართულია ტილოსაკენ, ხოლო მეორე მაყურებლისაკენ. ამ ტექსტში ჩნდება კიდევ ერთი ორმაგი კოდი: ტილოს ჩარჩო და სარკის ჩარჩო. ასევე მოცემულია სხვა ორმაგი კოდი: სარკის ჩარჩო და ტილოს ჩარჩო, რომელიც უკანა მხრიდან არის წარმოდგენილი ტილოზე და რომელთანაც დგას მხატვარი. სწორედ ამით ახდენს მხატვარი აქცენტირებას

თავის შემოქმედებით თავისუფლებაზე, ის მომავალ მნახველს უტოვებს საშუალებას, თავად წარმოიდგინოს, თავისუფალი ინტერპრეტაციის პირობებში, თუ რა არის ტილოზე.

პოსტმოდერნიზმში დასაშვებია ერთი შეხედვით შეუთავსებელი შეგრძნებების შერევა. ფარჯიანის ტილო ტოვებს ჰარმონიულობის შეგრძნებას მიუხედავად იმისა, რომ ტილოზე თითქოს მხოლოდ ორი ფერია. ეს ზოგადად დამახასიათებელია ფარჯიანის მანერისათვის. დიდი ხნის მანძილზე ფერწერაში ჩარჩო ითვლებოდა ტექნიკურ ელემენტად, რომელიც არ აღიქმებოდა, როგორც ტექსტის ნაწილი. მხოლოდ მას შემდეგ, რაც ხელოვნების თეორიამ მიმართა ტექსტის სემიოტიკურ ანალიზს, ცხადი გახდა, რომ ჩარჩო ასრულებს სტრუქტურულ-სემიოტიკურ ფუნქციას: მხატვარი რაღაცას ტოვებს ჩარჩოს მიღმა.

საყურადღებოა ნამუშევარი „ზაქარია და ანგელოზი“. ნამუშევარი თითქოსდა გაყოფილია ორ სივრცედ, ორი სხვადასხვა კოდის მატარებელ ტექსტად. ტილოს მარცხენა მხარე წარმოდგენილია თბილ, ხოლო მარჯვენა – ცივ ფერებში. ანგელოზი, რომელსაც მოაქვს ზაქარიასთვის იმედი, არ ეხება იატაკს, ზაქარიასაგან განსხვავებით. მხატვარმა ნახატში გააერთიანა მიწიერი და ზეციური, რეალური და ტრანსცენდენტური სამყაროები.

ანალოგიურად, ზღაპრის ილუსტრაცია აერთიანებს ორ სივრცეს, სიკეთისა და ბოროტების, ბნელისა და ნათლის ერთგვარ სინთეზს, რომელიც მხატვარმა პოსტმოდერნიზმისათვის დამახასიათებელი მანერით წარმოგვიდგინა – ორი განსხვავებული კოდი ერთ სივრცეში. რისი სიმბოლოა წითელი ფერი, რომელიც ნამუშევრის მარჯვენა ნაწილშია წარმოდგენილი? ის, ზოგადად, ყველაზე ძლიერ ფერად ითვლება – ენერგიის, სიცოცხლის, მაგრამ ამასთანავე აგრესიის ფერია. ის ასოცირდება სისხლთან, ცეცხლთან, არის მტრობის, შურისა და ომის მაჩვენებელი. საინტერესოა, რომ აფრიკის, ავსტრალიისა და ამერიკის ზოგიერთი ტომი ბრძოლის წინ ტანსა და სახეს წითელი ფერით იღებავდა.

გასაგები ხდება, თუ რატომ აირჩია მხატვარმა ბოროტი ძალის საჩვენებლად წითელი ფერი. დატვირთვის მატარებელია შავი ფერის სამოსი. შავი ფერი ითვლება მისტიკურობისა და შეუცნობლობის სიმბოლოდ.

ნამუშევრის მარცხენა მხარე – დადებითი სამყარო – ნათელ ფერებშია წარმოდგენილი. თეთრი ზოგადად აბსოლუტური სინათლის ფერია. ამიტომაც უმანკოების, ჭეშმარიტების, უბიწოების და ღვთიურობის სიმბოლოა. სახარებაში თეთრი ფერი სისპეტაკის ფერადაა წარმოდგენილი, სადაც სიმბოლურად ღვთაებრივი ნათებაა გამოსახული.

ამგვარად, ორმაგი კოდი აშკარად ავლენს თავს ირაკლი ფარჯიანის შემოქმედებაში, რაც სამომავლო კვლევებში კიდევ უფრო ნათლად იქნება წარმოდგენილი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- არსენიშვილი ი., ირაკლი ფარჯიანი. ქარჩხაძის გამომცემლობა. თბილისი, 2012;
- ბერეკაშვილი თ., პოსტმოდერნიზმი დღევანდელის კონტექსტში. მნათობი, №56, თბილისი, 2000;
- უსოვსკაია ე., პოსტმოდერნიზმი XX საუკუნის კულტურაში. შესავალი. თეატრი და ცხოვრება. №1, თბილისი, 2011;
- ქარუმიძე ზ., პოსტსაბჭოთა საქართველო და პოსტმოდერნიზმი. არილი, №4, თბილისი, 2010.

1. Барт Р., Избранные работы: Семиотика. Поэтика 1989, გვ 40

ეკატერინე ჯოსაძე,
საქართველოს შოთა რუსთაველის
თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ხელოვნებათმცოდნეობის მიმართულების დოქტორანტი
ხელმძღვანელი: პროფ. ნატო გენგიური

რელიგიური თემა საბჭოთა პერიოდის ქართულ ლიტონმანდაკმალოგაში

ქართული ხელოვნების ისტორიაში საბჭოთა პერიოდი ის ეტაპია, როცა იდეოლოგია ახდენს უდიდეს გავლენას ხელოვნებაზე. იქმნება იდეოლოგიზირებული, ხელისუფლებიდან „ნაკარნახევი“ სახეები. მეორე მხრივ, საკუთრივ შემოქმედებაც არ ჩამკვლარა, ამ ეპოქაში შეიქმნა საინტერესო ხელოვნება, რომელიც ძიებებით აღინიშნება. ეს საგრძნობია ე. წ. დათბობის პერიოდში, სტალინის სიკვდილის შემდგომ ხანაში, როცა ხელოვნებაში შედარებითი თავისუფლება შეიგრძნობა. 1960-იანი წლების ძიებები ძირითადად ეხება მხატვრულ ფორმას, იმავდროულად ხდება ქართულ ეროვნულ სახელოვნებო ტრადიციებში ჩადრმავება. ამ პროცესის ნაწილია ქართული ჭედური ხელოვნების აღზევება, რომელსაც შუა საუკუნეების ქართულ ხელოვნებაში წამყვანი როლი ეჭირა.

პიროვნების კულტის, ქვის ბელადების ეპოქაში უძველესი ხელოვნების აღდგენა აღიქმებოდა არა მარტო შემოქმედებით ძიებად, არამედ იმდროინდელ „იდეოლოგიურ კულტურაზე“ უარის თქმად. განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ქართული ხელოვნების ყველა ჟანრში და მათ შორის მხატვრობაში, გამწვავდა ეროვნული მხატვრული მემკვიდრეობისადმი ინტერესი. გარდა ამისა, იმატა ევროპული მოდერნისტული ხელოვნებისკენ სწრაფვამ. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოსა და ევროპულ მხატვრულ სამყაროს შორის რკინის ფარდა იყო დაშვებული, ქართული ხელოვნება არ იყო მოწყვეტილი მსოფლიო ხელოვნების ზოგადი განვითარების პროცესს და შეიძლება თავისებურად, განსხვავებულად,

მაგრამ მუდამ ფეხდაფეხ მიჰყვებოდა მას.¹ ქართველი ერის მხატვრულ მემკვიდრეობასთან ერთად, ევროპული მოდერნიზმის ელემენტები იყო ნიადაგი, რომელზეც განვითარდა ამ პერიოდში მოღვაწე ლიტონმქანდაკებელთა შემოქმედება. გამოკვლევა ეძღვნება ამ პერიოდში მოღვაწე ლიტონმქანდაკებელთა — ირაკლი ოჩიაურის, გურამ გაბაშვილის და კობა გურულის შემოქმედებაში რელიგიური თემის განხილვას.

საგულისხმოა, რომ საბჭოთა პერიოდის ქართული თანამედროვე ჭედური ოსტატების მიერ რელიგიურ-ეკლესიურ თემაზე შექმნილი ნაწარმოებების შესწავლა ჯერ არ მომხდარა, მიუხედავად იმისა, რომ უკვე 1960-იან წლებში გაჩნდა მსგავსი ხასიათის ნიმუშები. ოსტატები ქმნიდნენ ნაწარმოებებს რელიგიურ თემაზე და, შუა საუკუნეების ლიტონმქანდაკებლების მსგავსად, უპირატესობას ანიჭებდნენ ქრისტიანულ წმიდანთა გამოსახულებებს: ღვთისმშობელს, მაცხოვარს, წმიდა გიორგის და სხვათა წმიდანებს. ეს ნამუშევრები, ბუნებრივია, გამოფენებზე არ იფინებოდა და შემოქმედთა სახელოსნოებში რჩებოდა.

ღვთისმშობლის სახე ქართულ შუა საუკუნეების ხელოვნებაში დიდად გავრცელებული იყო. როგორც ჩანს, საბჭოთა პერიოდში, „დათბობის“ დროს მოღვაწე ქართველი ლიტონმქანდაკებლების ყურადღებაც ძველი ხელოვნების გავლენით, ღვთისმშობლის თემამ მიიპყრო. თანამედროვე ქართული ჭედური ხელოვნების „მამად“ წოდებული ირაკლი ოჩიაურის ნამუშევრებში რელიგიურ თემაზე ბევრი კომპოზიცია აღმოვაჩინეთ. განსაკუთრებით ღვთისმშობლის თემაზე, მაგალითად, ერთ-ერთი წარმოდგენილია ოვალური ფორმის ფირფიტაზე (სურ. 1). ის ოსტატმა 1967 წელს შეასრულა. კომპოზიციაზე მოცემულია ქალის და ბავშვის სახეები და ხელის მტევანი. მართალია, ფიგურებს შარავანდედი არ მოსავს, მაგრამ ქალის თავსებურავი, გადაწყვეტილია ღვთისმშობილის

¹ მეტრეველი ნ., თანამედროვე ქართული ხელოვნების განვითარების რამდენიმე ასპექტის შესახებ, თსუ უნივერსიტეტის სამეცნიერო შრომების კრებული. თბ., 2002, გვ., 125-133.

იმ საბურველების მსგავსად, რომელიც შუა საუკუნეების ხატებსა და მოხატულობებზე შეიძლება ვიხილოთ. აქედან ჩნდება ასოციაცია ძველი კომპოზიციისა „ღვთისმშობელი ყრმით“. მხატვრული თვალსაზრისით კომპოზიცია შეკრული და კომპაქტურია, ის არ არის მოჩარჩოებული, რითაც მხატვარმა კიდევ უფრო სადა გახადა ნახატი. ფიგურები ძალიან ახლო კადრში გამოსახა და ამით მაყურებელს დაუახლოვა. გამომხატველობის გაძლიერებას და გამდიდრებას ემსახურება მისი ექსპრესიული ხაზები და დამატებითი დეტალები.

მომდევნო წლებშიც, კერძოდ 1970 წელს, ირაკლი ოჩიაური კვლავ იმეორებს ღვთისმშობლის თემას. მაგალითად, ერთ-ერთი ნაწარმოები – ღვთისმშობელი მარიამი ყრმით ხელში (სურ. 2). აქ იგრძნობა გარკვეული ევროპული მონაბერი სიუჟეტის გადმოცემაში. მაგალითად, თვალშისაცემია სასურათე სიბრტყის ზედა მარჯვენა მხარეს გამოსახული რამდენიმე ბროწეულის ნაყოფი, რომელიც ერთი შეხედვით მოგვაგონებს კრანახის მაღონას, იქ განსხვავებით ვაშლის ნაყოფია გამოსახული.

ირაკლი ოჩიაურს შესრულებული აქვს წმ. გიორგის რამდენიმე ერთმანეთისაგან სრულიად განსხვავებული ნაწარმოები, რაც ცხადყოფს ოსტატის ჭედური რელიეფისადმი მრავალფეროვან მიდგომაზე. ზოგან უპირატესობას ანიჭებს ფორმების პლასტიკურ, მოცულობით გადმოცემას. თუმცა მიუხედავად მაღალი რელიეფისა, ფიგურები სიბრტყეობრივად მოცემული, რაღაცით გვაგონებს ქართულ ჭედურობას გარდამავალ ეპოქაში. ოსტატი ზოგან ლითონის ფირფიტისადმი დეკორატიულ, ორნამენტულ დამუშავებას ირჩევს. ის, როგორც ფერმწერი, წინ სწევს ხაზოვან რიტმს, წნეხთა ხშირ მონახმებს, რომელიც ექსპრესიულია. ეს კი ამკარად შუა საუკუნეების მხატვრობის გავლენაა, ყველა შემთხვევაში წამოწეულია ეროვნული, ქართული საწყისი. ქართველი ფსიქოლოგის – დიმიტრი უზნაძის აზრით, ეროვნული ფორმა თავისთავად ჩნდება შემოქმედებით პროცესში, ოსტატისაგან დამოუკიდებლად და შეპირობებულია იმ კულტურული წრითა და ტრადიციით, რომლის წიაღში იგი ჩამოყალიბდა

და განვითარდა, სადაც ეროვნულ ფორმათა შეგრძნების იმპულსები სხვადასხვა ხარისხით და ოდენობით განაპირობებენ ნაწარმოების მხატვრულ სახეს როგორც გარეგანს, ასევე შინაგანს.¹

ირაკლი ოჩიაურის წმ. გიორგის ხატებიდან გამოვყოფთ ერთ-ერთს, შესრულებულს 1975 წელს. მასზე გამოსახულია წმ. გიორგი ცხენზე ამხედრებული, რომელიც შუბით განგმირავს ურჩხულს (სურ. 3). შუა საუკუნეების იკონოგრაფიაში ცნობილია წმ. გიორგის თემაზე შესრულებული კომპოზიციების სხვადასხვა ვარიანტი: მისი ცხოვრებისა და წამების ამსახველი სცენები, ციკლების სახით, რომლებიც ძირითადად გამოისახება ტაძრის კედლებზე, საკურთხეველისწინა და საწინამძღვრო ჯვრებზე. ხოლო ფერწერულ და ჭედურ ხატებზე მისი ცალკე გამოსახულების ორი ვარიანტია გავრცელებული: ფეხზე მდგომი და ცხენზე ამხედრებული წმინდა გიორგი, რომელიც განგმირავს ურჩხულს ან იმპერატორ დიოკლიტიანეს. აქ უნდა აღინიშნოს, რომ გიორგი ჩუბინაშვილის აზრით, წმიდა გიორგის მიერ ბიზანტიის იმპერატორ დიოკლიტიანეს შუბით განგმირვის მოტივი მიჩნეულია ქართული იკონოგრაფიის მახასიათებელ ნიშნად და იგი XI-XII საუკუნეებში იწყებს გავრცელებას.² თუმცა, საბჭოთა პერიოდის ოსტატები უპირატესობას ანიჭებენ ბიზანტიურ ვარიანტს და ისინი ცხენზე ამხედრებულ წმ. გიორგის ურჩხულთან ერთად გამოსახავენ. შესაძლოა მათთვის სრულიად უცნობი იყო ის იკონოგრაფიული ვერსია, რომელსაც ქართულს უწოდებენ.

1980 წელს ოსტატმა შეასრულა საქართველოს უწმიდესი და უნეტარესის კათალიკოს-პატრიარქის ილია II-ს დაკვეთა – ჯვარი ორმხრივი მოჭედილობით (სურ. 4), რომელიც შემდგომ იერუსალიმში წააბრძანეს. ხატი შესრულებულია ტრადიციული მეთოდით ვერცხლზე, ის ძალიან რბილი და პლასტიკურია, რაც

¹ უზნაძე დ., წარმოსახვის ფსიქოლოგია, შრომები, III-IV, თბ., 1964, გვ., 598.

² Чубинашвили Г., Грузинское чеканное искусство, «Сабчота са-картвело», Тб., 1959, ст., 370.

ხელს უწყობს ნაწარმოების ცხოველხატულ დეკორატიულობას. ამ ნაწარმოებში შეიმჩნევა მხატვრის თავისებურება, როგორც კომპოზიციაში, ისე იკონოგრაფიულ გადაწყვეტაში. ერთიან კომპოზიციად შეკრული რამდენიმე სცენა ისეა წარმოდგენილი, რომ შესაძლებელი ხდება მათი მთლიანობაში მიმოხილვაც და ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად ცალ-ცალკე წაკითხვაც. შესაძლოა, იკონოგრაფიული სქემა გაუმართავია, მაგრამ – ახლებური და არა გამეორებული. აქ ყოველი დეტალი, როგორც ყოველთვის, საგულდაგულოდაა წარმოდგენილი. თვალშისაცემია ხაზის მშვიდი ღინება, რიტმული აგების მკაფიოება და იმავდროულად სიღინჯე და ზომიერება; თავის არიდება გადაჭარბებული ექსპრესიულობისაგან, იქნება ეს ფიგურათა მოძრაობა, შესტიკულაცია, სამოსის ნაკევების ნახატის ღინება თუ გამონათებათა კონტრასტულობის ხარისხი და ასევე, რელიეფურობა, რომელიც ყოველთვის სხვადასხვაგვარია ირაკლი ოჩიაურის შემოქმედებაში.

იმავე პერიოდში ლითონმქანდაკელობაში მუშაობს გურამ გაბაშვილი, რომელიც ასევე ქმნის ნაწარმოებებს რელიგიურ თემაზე. მან 1974 წელს მოჭედა პეტრე იბერის გამოსახულება (სურ. 5). კომპოზიციის მთელი აღნაგობა გამსჭვალულია მონუმენტურობით, აქ კომპოზიცია მკაფიო, გრაფიკული მანერითაა შესრულებული. ყოველი დეტალი კი დეკორატიულადაა დამუშავებული. პეტრე იბერი სტატიკურ პოზაში, სამ-მეოთხედში მაყურებლისკენაა მობრუნებული, ხელთ ბიბლია უპყრია. აქ არის სწორი პროპორციები, სრულიად ბუნებრივი პოზა და შესტი, ფორმათა ელასტიკურობა, სხეულზე ზუსტად მორგებული სამოსის სტრუქტურა, სახის მშვიდი გამომეტყველება.

გურამ გაბაშვილის ინტერესი შუა საუკუნეების ჭედური ძეგლებისადმი ძლიერ ვლინდება ღვთისმშობლის ხატში, შესრულებული 1975 წელს (სურ. 6). აქ ოსტატი პირადპირ მიმართავს ძველი ჭედური ხატების იკონოგრაფიას: ცენტრალური გამოსახულება – საყდარზე დაბრძანებული ღვთისმშობელი ყრმით ანალოგია XI საუკუნის ჩუკულის

„ღვთისმშობლის“ ხატისა.¹ კომპოზიციაც და დეტალებიც – საყდრის ფორმა, წერტილოვანი ფონი, ფიგურების პროპორციები, ტანისამოსის ქსოვილის ნაოჭების ხაზოვანი რიტმული განლაგება, ასევე ხაზობრივად გადმოცემული სახის ნაკვთები, წარწერა მოცემული ღვთისმშობლის თავის ორსავე მხარეს – „დედაი ღმრთისაი“, ავლენს შემსრულებლის მიერ შუა საუკუნეების ქართული ოქრომჭედლობის მხატვრული პრინციპებისა და ლითონის დამუშავების ტექნოლოგიურ ცოდნას და მათ მიბაძვას. თუმცა, განსხვავებაც არის: უპირველესად, XX საუკუნის ოსტატმა არ გაიმეორა ძველ ხატზე ცენტრალური გამოსახულების ზედა მარჯვენა კუთხეში მოცემული ბერძნული წარწერა, რომელიც ორი ასოსაგან - MP შედგება. ასევე, კომპოზიციის ქვედა მხარეს, ღვთისმშობლის გვერდითა მხარეებზე ნაწილი ასომთავრულ, ნაწილი კი ნუსხურ დამწერლობაში შესრულებული წარწერები. ასევე, გაბაშვილის მიერ შესრულებულ ხატზე განსხვავებულია მოჩარჩოება: თანამედროვე მხატვარმა ხატი ვიწრო ჩარჩოთი დაასრულა და მასზე მარტივი ფორმის ორნამენტი დასვა, ხოლო შუა საუკუნეების ამ ხატის ორიგინალი რთულ ორნამენტულ ჩარჩოშია ჩასმული, რომელიც მოიცავს ლითონშივე შესრულებულ მედალიონებს წმინდანთა ნახევარფიგურებით. თანამედროვე ოსტატის – გურამ გაბაშვილის მიერ მოჭედილ ფიგურების პლასტიკურად გააზრებული დამუშავებული სწორი პროპორციები, ტანისამოსის ქსოვილის ნაოჭების ხაზოვანი რიტმული განლაგება, კარგად მოდელირებული სახის ნაკვთები მეყველებს შემსრულებლის განვითარებული სკულპტურულობის გრძნობაზე.

გურამ გაბაშვილის მიერ 1976 წელს მოჭედილი წმიდა გიორგის ხატი (სურ. 7) შუა საუკუნეების, კერძოდ, XII საუკუნის შუა ხანების ქართული ოქრომჭედლობის მხატვრული პრინციპებისა და ლითონის დამუშავების ტექნოლოგიურ ცოდნაზე მეტყველებს. თუმცა მხატვარი არ იყენებს

¹ ალიბეგაშვილი გ., საყვარელიძე თ., ქართული ჭედური და ფერწერული ხატები, „ხელოვნება“. თბ., 1980, გვ., 9-10.

ჩახუჭუჭებულ ორნამენტს და ფერადოვან აქცენტებს. ხატი ხის დაფაზეა დაკრული და მასზე მხოლოდ ერთი-ორი პატარა ზომის ძვირფასი ქვა არის დასმული, რაც მთლიანობაში მის სისადავეზე მეტყველებს.

„თამარ მეფის“ კომპოზიციას, რომელიც გურამ გაბაშვილმა შეასრულა 1977 წელს (სურ. 8), ხატის იერი აქვს. ლითონის სუფთა, ფაქიზი ზედაპირი, მასზე ფრთხილი ელასტიკური წნეხის მონასმი, ცხოველხატული დეკორატიულობა, ძვირფასი ლითონებისა და მათზე მოჟანგვის ლირიკული ეფექტი, მოძრავი ხაზი, გრაფიკული ელემენტების შემოტანა სათქმელის ლაკონურობას რომ უწყობს ხელს – ეს ყველაფერი ძველი ქართული ფრესკისთვის და ხატწერისთვისაა ბუნებრივი. მხატვარი კარგად იყენებს სპილენძის სირბილესა და დამყოლთვისებებს. დედოფალი შარავანდით მლოცველის პოზაშია გამოსახული. მეფის მარცხენა მხარეს გამოსახულია ე. წ. თამარ მეფის ხელრთვა, ხოლო მთლიან ფონზე მიმოფანტულია ქართული ასომთავრული ასოები. ნახატი ძლიერ წააგავს ბეთანიის მონასტრის ჩრდილოეთ ფასადზე გამოსახულ ფრესკას, სადაც თამარ მეფე გიორგი III-სა და ლაშა-გიორგის შორის დგას.

ინდივიდუალური ხელწერით გამოირჩევა იმავე პერიოდში ქართულ ჭედურ ხელოვნებაში მოღვაწე ლითონმქანდაკებელი კობა გურული, რომლის შემოქმედებაში ყურადღებას იპყრობს ეროვნული მოტივებისა და ფორმების ხაზგასმული განზოგადების ცდები. მაგალითად, 1989 წლის 9 აპრილს თბილისში დატრიალებულ ტრაგედიას მიუძღვნა ნაწარმოები „ღვთისმშობელი ყრმით“ (სურ. 9), რომელიც დინამიკურობითა და დრამატიზმით გამოირჩევა. ფონზე, ფიგურებზე გამოსახულია ცრემლები, რაც მხატვრის უდიდესი ტკივილის გამოვლინებაა. ოსტატი თავის სათქმელს გამოხატავს თეგისა და ლითონის სიბრტყის ურთიერთქმედებით, სადაც ერთმანეთის მიმდევარი დარტყმების რიტმი, ჭდეების ფორმა, გამოხურცული ან ჩაჭედილი წერტილების განფენილობა მაყურებელს გარკვეულ განწყობას უქმნის.

განზოგადებულია 1990 წელს კობა გურულის მიერ შესრულებული მეორე ღვთისმშობლის კომპოზიცია (სურ. 10). მხატვრული თვალსაზრისით იგი ადრეული პერიოდის IX-X საუკუნეების ქართული ხელოვნების იმ ნამუშევრებს ენათესავება, რომლებშიც სხეულები გადმოცემოდა ერთიანი, თითქმის დაუნაწევრებელი ბლოკის სახით – მხოლოდ ძირითადი მოცულობითი ფორმებით. მეორე მხრივ, ეტყობა ფორმის უტრირებისა და აბსტრაგირების ტენდენცია. აქ სახეზეა მკვერივი და ძლიერი, მაგრამ გახევებული, ელასტიკურობას მოკლებული ფორმები, რაც დამახასიათებელია ე. წ. სკულპტურული არქაიკის სტილისთვის.¹ მხატვრის მიერ შეგნებულადაა აქცენტირებული ზოგიერთი დეტალი, რომლებიც ხაზს უსვამს მნიშვნელოვან აზრობრივ მომენტებს. ეს კი ნაწარმოებს ემოციური შინაარსით ავსებს. მხატვარმა აქ იპოვა თემის უადრესად ლაკონური გადაწყვეტა, მარიამისა და ჩვილის ღაწვები ნაზად ეხება ერთმანეთს, რითაც წააგავს იმ ტიპის ღვთისმშობლის ხატებს, რომელთაც ეწოდება „მოალერსე“ (ანუ „ელეუსა“) და მისი შექმნა დაკავშირებულია ლუკა მახარებლის სახელთან.² ღვთისმშობლის ეს გამოსახულება ახლოს დგას ზემო სვანეთში – ლატალის ეკლესიის ხის კარზე ნაკვეთ ღვთისმშობლის ხატებასთან, რომლებიც X-XI საუკუნეებითაა დათარიღებული. ნამუშევარში ყურადღებას იქცევს „ავანგარდული“ იერის სახეები, სადაც ნაკვეთები მინიშნებითაა გადმოცემული. აქ, ოსტატი კარგად იყენებს როგორც ქრისტიანულ, ისე წარმართულ სიმბოლოებს, მაგალითად თევზის გამოსახულება მარიამის სამოსზე, III საუკუნეში იყო გავრცელებული და სიუხვის სიმბოლოდ ითვლებოდა. მოგვიანებით რომაელებში ეზოთერიზმის (ფარული, საიდუმლო) სიმბოლო გახდა. ქრისტიანობაში იგი სარწმუნოების სიმბოლოს მოკლე ფორმულად იქცა,

¹ ალიბეგაშვილი გ., საყვარელიძე თ., ქართული ჭედური და ფერწერული ხატები, „ხელოვნება“. თბ., 1980, გვ., 9.

² Кондакова Н. П., Иконография Богоматери, Том I, Петербург, Типография императорской академии наук, 1914, ст., 1-335.

ბერძნული ანბანის მიხედვით ნიშნავს „იესო ქრისტე, ძე ღვთისა, მაცხოვარი“.

ოსტატი ხშირად იყენებს მსგავს სიმბოლოებს სხვა ნაწარმოებებშიც, მაგალითად მზე-ბორჯღალი, ვარსკვლავები, ციური სხეულები, ვაზის მტევანი და მრავალი სხვა ნიშან-სიმბოლო, რითაც ვლინდება მისი ღრმა ცოდნა უძველესი ქართული ხელოვნებისა. მაგალითად, მთვარე აქვს გამოსახული ერთ-ერთი წმ. გიორგის ხატზე. ქართველი ეთნოგრაფი – ვერა ბარდაველიძე ქართველთა წარმართობის კვლევისას, თეთრ წმ. გიორგის მთვარის კულტს უკავშირებს, რომლის თაყვანისცემა დღემდე შემორჩენილი მთიან კუთხეებში. ასევე სიმბოლიზმით გამოირჩევა 1991-95 წლებში კობა გურულის მიერ მოჭედილი კარები ქაშუეთის ტაძრისთვის (სურ. 11). თუმცა ეს ნაშუშევარი, მხატვრული გადაწყვეტის თვალსაზრისით, უფრო მეტ კავშირშია არა XX საუკუნის მიმდინარეობებთან, არამედ შუა საუკუნეების ხელოვნებასთან. კარების ზემო ნაწილზე, ნახევარწრიულ ლუნეტში გამოსახული მაცხოვრის წელსზევითი, ფრონტალური „პანტოკრატორის“ ფიგურის გარშემო, ანგელოზებთან ერთად, გამოსახულია ციური სხეულები. საერთოდ ციურ მნათობთა კულტი-რწმენა ოდითგანვე ძლიერი იყო საქართველოში, რაზეც მეტყველებს სხვადასხვა კუთხის ტაძრის ფრესკებზე, რელიეფებზე, ჭედურობაში შემორჩენილი წარმართული ელემენტი. ქართულ რელიგიურ სინკრეტიზმში წარმართული კულტების სიჭარბეს ზემოთ ნახსენები ქართველი ეთნოგრაფი იმით ხნის, რომ ქრისტიანობის გავრცელებამდე საქართველომ კულტურული განვითარების საკმაოდ ხანგრძლივი და ნაყოფიერი პერიოდი განვლო, შემდგომ ვერ მოერია ბევრ წარმართულ კულტს და ამიტომ ტრანსფორმირებული სახით ისინი თავისად გაიხადა.¹

1970 წელს კობა გურულმა საქართველოს კათოლიკოს-

¹ ბარდაველიძე ვ., ქართველთა უძველესი სარწმუნოების ისტორიიდან, ქართული, მეცნიერება, რელიგია, ღვთაება, ბარბარ-ბაბარ, კავკასიური სახლი, თბ., 1941.

პატრიარქის დავალებით შექმნა იესოს ხატი (სურ. 12), რომელიც დღეს დაბრძანებულია პარიზის „წმინდა ნინოს“ სახელობის მართლმადიდებლურ ეკლესიაში. ეს ხატი ხელთუქმნელის ტიპისაა, ე. წ. ვერონიკას ხატი. მართლმადიდებლურ ხატწერაში უპირველესია მაცხოვრის ხატი, რომელსაც სათავე მისი მიწიერი ცხოვრების დროს დაედო. წერილობითი წყაროები მოგვითხრობს ახალი წელთაღრიცხვის პირველსავე საუკუნეებში მაცხოვრის სხვადასხვა სახის გამოსახულებათა არსებობაზე. ასევე მოიხსენიებს ფერწერით ფიცარზე გამოსახულ ქრისტეს სახეებსაც. მის კანონიკურ, ე. წ. ისტორიულ ტიპს, რომელიც საბოლოოდ ხატმებრძოლეობის შემდეგ ხანაში იმკვიდრებს ადგილს საეკლესიო ხელოვნებაში, მხოლოდ VI საუკუნიდან ვიცნობთ.¹

კობა გურულის მიერ თითბერში მოჭედილი იესოს ხატი დასმულია გამომწვარ ხის ფირფიტებზე, რომელიც ძლიერ წააგავს ხელის მტევანს, ხოლო მის ქვეშ კი ჯვარია. როგორც ავტორი ამბობს: ცეცხლში გამომწვარი ფირფიტები საქართველოს სიმბოლოს გამოხატავს, ხოლო ერთიანობაში ფირფიტები ადამიანის ხელის მტევანს ასახავს და მთლიანობაში იკითხება, როგორც ხელის გულზე დასმული მაცხოვრის სახე ჯვრის ფონზე. მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ ლითონის ხესთან შერწყმა-სინთეზი პირველად კობა გურულმა მოიფიქრა. ამ მხატვრულმა ხერხმა შემდგომ ფართოდ მოიკიდა ფეხი თანამედროვე ქართულ ჭედურ ხელოვნებაში.

ჩვენს ყურადღებას იპყრობს კობა გურულის მიერ 1996 წელს მოჭედილი ბიბლიის ყდა (სურ. 13), რომელზეც გამოსახულია სამება: მამა ღმერთი, ძე ღმერთი და სული წმიდა მტრედის სახით. ბიბლიაზე გამოსახული „ახალი აღთქმის სამება“ დასავლურ-ევროპული წარმომავლობისაა. მისი იკონოგრაფია ფსალმუნის ტექსტს ეყრდნობა – „პრქუა უფალმან უფალსა

¹ ნ. ჭიჭინაძე, კონსტანტინოპოლის სასწაულმოქმედი სახეები და XI-XIV საუკუნეების ქართული ფერწერული ხატები, გ. ჩუბინაშვილის სახ. ქართული ხელოვნების ისტორიის ინსტიტუტი, საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის საინფორმაციო ცენტრი, საქართველოს სიძველენი, 4-5, თბ., 2003, გვ., 131.

ჩემსა: დაჯედ მარჯუენით ჩემსა, ვიდრემდის დავსხნე მტერნი შენნი ქუეშე ფერხთა შენთა...“. ხოლო აღმოსავლეთის ქრისტიანული ეკლესიის დოგმატურ გამოსახულებად ჩამოყალიბებული ძველი აღთქმის ერთადერთი სიუჟეტი – სამების კომპოზიცია, იგივე „აბრაამის სტუმართმოყვარება“¹ იკონოგრაფიული ვარიაციების მიუხედავად, საუკუნეთა განმავლობაში სამი ანგელოზით გამოისახებოდა.¹

კობა გურულის მიერ მოჭედილი სამების ეს ვერსია ევროპაში XIII საუკუნიდან არის ცნობილი. ხოლო XV საუკუნიდან ის ბალკანეთში შევიდა, XVI საუკუნის დასაწყისისთვის კი უკვე რუსეთში ვრცელდება. საეკლესიო ტრადიციით „მამობა“ ეწოდება, თუმცა, უშუალოდ ამ სახელწოდებით სახელდებული ხატი ცნობილი არ არის და აღნიშნულ იკონოგრაფიას ყველგან განმარტავს სახელწოდება „წმ. სამება“.² ტრადიციულად, ეს კომპოზიცია ასე გამოისახება: ტახტზე დაბრძანებულია მამა ღმერთი თეთრ თმაწვერში, მის წიაღში ძე ღმერთი – ქრისტე ევმანუელი, ხოლო სულიწმიდა მტრედის სახითაა მოცემული. ერთი საუკუნის დავებიანებით მართლმადიდებლურ ქვეყნებში ვრცელდება სამების მეორე ვარიანტიც – „ახალი აღთქმის სამება“, რომელშიც თანამოსაყდრე მამა ღმერთსა და მის მარჯვნივ ძე ღმერთს – მაცხოვარს შორის გამოსახული სულიწმიდა კვლავ მტრედის სახითაა წარმოდგენილი. ამ თემას საქართველოში XVII საუკუნეზე ადრე არ შემოუღწევია, რადგან იგი არ ასახულა წინა საუკუნის ქართული კულტურის კერების საეკლესიო მხატვრობაში: კედლის მხატვრობაში, ხატწერასა და ჭედურობაში.

თუმცა, მოგვიანებით საქართველოში „მამობის“ ეს იკონოგრაფიული კომპოზიცია გვხვდება ერკეთის წმ. გიორგის ეკლესიის კამარის მოხატულობაში, სადაც მამა

¹ Салтыков А. А., Иконография Троицы ветхозаветной, Международный симпозиум по грузинскому искусству, Тб., 1977, ст., 1-10.

² Успенский Л. А., богословие иконы православной церкви, м., 1997. 455-456.

ღმერთი განპყრობილი კურთხევითა და მის წიაღში ჩვილი ეგმანუელთ ცისფერ ნათებაშია გახვეული, რომლის გარემო ოთხი სერაბიმია (ასეთივე მსგავსი მაგალითებია: შემოქმედის მაცხოვრის ეკლესიის კამარის მოხატულობაში; სვეტიცხოვლის დასავლეთ მკლავში ბურჯების შორის თაღის კედელზე; გაბაშვილის დაკვეთით 1713 წ. შესრულებულ „ვედრების“ ჭედურ ხატზე, რომელიც კათალიკოს კალისტრატეს მიერ ქაშვეთის წმ. გიორგის ეკლესიის სიწმინდეთა აღწერილობაშია დამოწმებული, ხოლო დღეს საქართველოს საპატრიარქოშია დაცული; მსგავსი იკონოგრაფიული ვერსია წარმოდგენილია ქაშვეთის ეკლესიის „სამების“ ჭედურ ხატზეც და სხვა).

კობა გურულის მიერ მოჭედილი ბიბლიის ყდაზე „მამობის“ არა ძველი იკონოგრაფიული ვარიანტი, არამედ გადამუშავებული, ახალი კომპოზიციაა მოცემული. ყდის უკანა მხარეს ჯვარცმული მაცხოვრის წელზევითი ფიგურაა, რომელიც უკვე გარდაცვლილ მდგომარეობაშია გამოსახული. მისი სხეული სიმძიმისაგან მოღუნებული, თავი უმწეოდ გვერდზე აქვს დახრილი. კობა გურულის მიერ მოჭედილი ბიბლიის ყდაზე გამოსახული „სამების“ და „ჟვარცმის“ აპოთეოზი დასავლეთევროპულ ხელოვნებასთან მიმსგავსებული ნიმუშია. რაც შეეხება მთლიანი ყდის მხატვრულ გამომსახველობას, უბრალოება და სისადავე, ხაზობრივი შერულება, – ქართული ხელოვნების ნიმუშთა რიგშია. თავისებურებაა ისიც, რომ წმინდანების გამოსახულებები ოსტატს ანლო კადრში აქვს მოცემული, რაც ძველ, მართლმადიდებლურ კანონიკურ ხატწერაში არ გვხვდება. მაცხოვრის და მამა ღმერთის სახეები ყოველგვარ დრამატულ ემოციებსაა მოკლებული, მშვიდ-გაწონასწორებულ ფორმებშია გამოსახული: მაცხოვრის პოზა, ოდნავ დახრილი თავი, ღენადი რბილი კონტური, მშვიდი ნაკეთები – თავშეკავებულ ემოციურობას ანიჭებს გამოსახულებას, რაც სწორედ ძველი ქართული ხატებისთვისაა დამახასიათებელი.

ასევე საინტერესოა, კობა გურულის მიერ უფრო ადრე, კერძოდ 1963 წელს შესრულებული „ვეფხისტყაოსანის“

ყდა (სურ. 14). იგი მართალია რელიგიური თემატიკის არ არის, მაგრამ ამჟღავნებს ძველი ქართული კედლის მხატვრობის ნიმუშების მხატვრული მიდგომის გავლენას, ტრადიციული ეროვნული ოსტატობის შენარჩუნების სურვილს. ყდის ზედაპირზე მოცემულია შოთა რუსთაველის პორტრეტი, რომელიც იერუსალიმის ჯვრის მონასტრის ფრესკიდანაა გადმოღებული. მგოსანი გამოსახულია ქართველი დიდებულისათვის დამახასიათებელ ტანისამოსში, იგი მუხლმოდრეკილი და ხელებაპყრობილია ცნობილი ეკლესიის დიდი მამების – მაქსიმე აღმსარებლისა და იოანე დამასკელის წინაშე. ყდის მეორე მხარეს კი თამარ მეფის პორტრეტია გამოსახული, რომელიც კარძიის ღვთისმშობლის მიძინების სახელობის მონასტრის ფრესკიდანაა გადმოტანილი. აქვე, ფონზე მკრთალად მოჩანს ლომის სილუეტი, რითაც ოქრომჭედელი გვახსენებს შოთასეულ აფორიზმებს – „ლეკვი ლომის სწორია, ძე იყოს თუნდა ხვადია“.

ამრიგად, XX საუკუნის 50-70 წლებში ქართულ სახვით ხელოვნებაში პროფესიით მოქანდაკეებმა – ირაკლი ოჩიაურმა, გურამ გაბაშვილმა, კობა გურულმა საბჭოური იდეოლოგიური ცენზურის არსებობის, რთული პოლიტიკურ-ისტორიული პირობების მიუხედავად, ქართული ხელოვნების დავიწყებული დარგი – ჭედური ხელოვნება ერთმანეთისაგან განსხვავებული სრულიად ახალი თვისებებით, ხარისხით, ახალი ამოცანებითა და მხატვრული ხერხებით აღადგინეს. ყველა მათგანს ახასიათებს გარკვეული თავისებურებანი, მაგალითად – ირაკლი ოჩიაურის შემოქმედებაში თვალნათლივ ჩანს მუდმივი მუშაობა ლითონზე, მხატვრულ ფორმათა პლასტიკაზე, ტრადიციული და ახალი ჭედური ხელოვნების სტეციფიკური ხასიათის მრავალფეროვნება; გურამ გაბაშვილს მეტი აქცენტი აქვს გადატანილი ხატის შექმნის იკონოგრაფიულ სტრუქტურაზე, სადაც იგი ხშირად მიმართავს ძველი ქართული ხელოვნების შუა საუკუნეების ნიმუშებს. ხოლო კობა გურულის შემოქმედება სავსეა როგორც ქრისტიანული, ისე წარმართული სიმბოლოებით. მისი მიდგომა თემისადმი

თავისუფალია, არ ახდენს ძველი ხელოვნების კოპირებას და თემის თანამედროვე მხატვრულ ფორმაში წარმოდგენას ცდილობს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ალიბეგაშვილი გ., საყვარელიძე თ., ქართული ჭედური და ფერწერული ხატები, „ხელოვნება“. თბ., 1980
- ბარდაველიძე ვ., ქართველთა უძველესი სარწმუნოების ისტორიიდან, ქართული, მეცნიერება, რელიგია, ღვთაება, ბარბარ-ბაბარ, კავკასიური სახლი, თბ., 1941.
- Кондакова Н. П., Иконография Богоматери, Том I, Петербург, Типография императорской академии наук, 1914
- მეტრეველი ნ., თანამედროვე ქართული ხელოვნების განვითარების რამდენიმე ასპექტის შესახებ, თსუ უნივერსიტეტის სამეცნიერო შრომების კრებული. თბ., 2002
- Салтыков А. А., Иконография Троицы ветхозаветной, Международный симпозиум по грузинскому искусству, Тб., 1977
- უზნაძე დ., წარმოსახვის ფსიქოლოგია, შრომები, III-IV, თბ., 1964
- Успенский Л. А., богословие иконы православной церкви, м., 1997
- Чубинашвили Г., Грузинское чеканное искусство, «Сабчота сакарთველო», Тб., 1959
- ნ. ჭიჭინაძე, კონსტანტინოპოლის სასწაულმოქმედი სახეები და XI-XIV საუკუნეების ქართული ფერწერული ხატები, გ. ჩუბინაშვილის სახ. ქართული ხელოვნების ისტორიის ინსტიტუტი, საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის საინფორმაციო ცენტრი, საქართველოს სიძველენი, 4-5, თბ., 2003



სურ. 1 ირაკლი ოზიიური, ღვთისმშობელი ყრმით, 1967 წ.



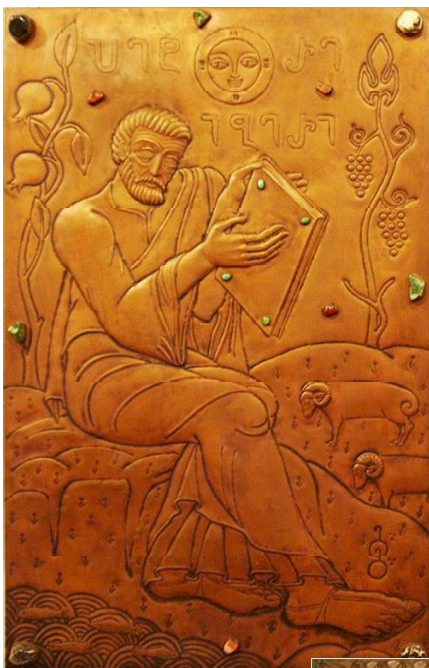
სურ. 2 ირაკლი ოზიიური, ღვთისმშობელი ყრმით, 1970 წ.



სურ. 3 ირაკლი ოჩიაური, წმიდა გიორგი, 1975წ.



სურ. 4 ირაკლი ოჩიაური, ჯვარი, 1980წ.



სურ. 5 გურამ გაბაშვილი,
პეტრე იბერი, 1974წ.



სურ. 6 გურამ გაბაშვილი,
ღვთისმშობელი ყრმით,
1975წ.



სურ. 7
გურამ გაბაშვილი,
წმიდა გიორგი, 1976წ.

სურ. 8 გურამ გაბაშვილი,
თამარ მეფე, 1977წ.





სურ. 9
კობა გურული,
ღვთისმშობელი ყრმით,
1989წ.



სურ. 10 კობა გურული,
ღვთისმშობელი ყრმით, 1990 წ.



სურ. 11 კობა გურული,
ქაშუეთის ეკლესიის კარები,
1991-95 წწ.

სურ. 12 კობა გურული,
იესო, 1970წ.





სურ. 13 კობა გურული, ბიბლია, 1996წ.



სურ. 14 კობა გურული, „ვეფხისტყაოსანი“, 1963წ.

ქორეოლოგია

ანანო სამსონაძე,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესწავლის წყაროები

(ქართული მასალების მიხედვით)

ქორეოგრაფიული ხელოვნება, როგორც დროსა და სივრცეში განფენილი პროცესი, გარკვეული სპეციფიკური ნიშნებით ხასიათდება. ერთ-ერთი მათგანი ქორეოგრაფიული ნიმუშის არამატერიალიზებული, ეფემერული ბუნებაა. ცეკვა არსებობს მხოლოდ შესრულების მომენტში და ქრება მისი დასრულებისთანავე. ცეკვის გამეორების შემთხვევაში, ყოველ ჯერზე, იქმნება პირვანდელი ნიმუშის ინვარიანტი, რომელიც წინამორბედის არა ზუსტი ასლი, არამედ მსგავსი ნიმუშია. ეს მოვლენა განსაკუთრებით საგულისხმოა ავთენტურ ხალხურ ქორეოგრაფიასთან მიმართებაში, სადაც უფროსი თაობისაგან საცეკვაო ტრადიციების შეთვისება რიტუალურ ქმედებებში მომდევნო თაობის ჩართულობით და მათ მიერ ამ ქმედების ვიზუალური (ზეპირი) აღქმით ხდება. ამასთამავე, ყოველი შემსრულებლის მცდელობა – უკეთ წარმოაჩინოს საკუთარი შემოქმედებითი შესაძლებლობები, უკვე არსებულ ცეკვას ახალ და ახალ ელფერს სძენს. იქმნება ერთის მრავალგვარი ვარიანტი და თითოეული მათგანიც ეფემერულია, ანუ ისიც არსებობს მხოლოდ შესრულების მომენტში.

ეთნო-ქორეოლოგია, როგორც სახელოვნებო მეცნიერება, მიზნად ისახავს ფოლკლორული ცეკვების შესწავლას. ასეთი კვლევებისთვის უდიდეს სირთულეს სწორედ ცეკვის ეფემერული ბუნება წარმოადგენს, ვინაიდან შეუძლებელს ხდის უშუალოდ საცეკვაო ნიმუშზე დაკვირვებას, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც კვლევა ისტორიოგრაფიულ ჭრილში

წარიმართება.

ეს პრობლემა მოგვარებადი იქნებოდა ცეკვის ჩაწერის ისეთი სისტემის არსებობის შემთხვევაში, რომელიც სრულყოფილად ასახავდა საცეკვაო ნიმუშს, მსგავსად სანოტო ჩანაწერისა, რომელიც მუსიკის რეკონსტრუირების უნივერსალური მეთოდია. ასეთი სისტემის არსებობა მოგვცემდა უძველესი ცეკვების აღდგენისა და მათი შემდგომი ანალიზის საშუალებას. სამწუხაროდ, საკითხი ცეკვის ჩაწერის თაობაზე არ არის ერთიან სისტემაში მოყვანილი, ვინაიდან ცეკვის მრავალსახეობა (ხალხური ავთენტური, ხალხური-სასცენო, ისტორიულ-ყოფითი, სამეჯლისო, კლასიკური და თანამედროვე) სხვადასხვა მოძრაობათა სისტემას ემყარება და ფიქსირების ერთმანეთისაგან სრულიად განსხვავებულ ფორმას იძლევა. მათ შორის ყველაზე სრულყოფილი, კლასიკური ცეკვის (ბალეტის) ჩაწერის სისტემაც კი ვერ პასუხობს მოთხოვნებს. ყოველივე ეს ზოგადად ცეკვის სივრცობრივი (სამ განზომილებიანი - 3D) მახასიათებლებით არის განპირობებული.

ეს მეტად რთული საკითხი სცილდება ჩვენი ნაშრომის თემატიკას და მოგვყავს მხოლოდ იმ თეზისის დასასაბუთებლად, რომ ეთნო-ქორეოლოგიური კვლევის ობიექტი – ხალხური ავთენტური ცეკვა არ არსებობს არც მატერიალიზებული ფორმით, არც სრულყოფილი ჩანაწერის სახით. მაგრამ, ხალხური ცეკვა, როგორც ეთნოკულტურის ფენომენი, საჭიროებს პროფესიულ შესწავლას, რომლის საუკეთესო საშუალებას ზოგადად ფოლკლორული და უშუალოდ ეთნო-ქორეოლოგიური ექსპედიციები წარმოადგენს. სავსე მუშაობის დროს მკვლევარს საშუალება ეძლევა ცეკვაზე დაკვირვება უშუალოდ შესრულების დროს აწარმოოს და შეძეგ, შემსრულებელთა გამოკითხვით, ამ ცეკვის წარმომავლობის, ვარიანტულობის, კუთხურობის და მრავალი სხვა საკითხის შესახებ მოაგროვოს პირველადი ინფორმაცია.

საქართველოში საექსპედიციო მუშაობის მდიდარი გამოცდილება არსებობს. XIX საუკუნის მე-2 ნახევრიდან ინტერესი ხალხური შემოქმედების მიმართ განპირობებს

ეთნოლოგიური ექსპედიციების ჩატარებას, თავდაპირველად ზეპირსიტყვიერი და მუსიკალური ფოლკლორის მიმართულებით. ხოლო XX საუკუნის დასაწყისიდან საექსპედიციო კვლევების ობიექტი საცეკვაო ფოლკლორიც ხდება. უფრო დეტალურად ამის თაობაზე ნაშრომის მომდევნო ნაწილში ვისაუბრებთ. მაგრამ, თუ გავითვალისწინებთ, რომ თანამედროვე ცივილიზაცია უმოწყალოდ ანადგურებს არა მხოლოდ პირვანდელ ფოლკლორს, არამედ ზოგადად ეთნიკური თვითმყოფადობის სხვა ნიშნებსაც, სულ უფრო და უფრო ნაკლებად შედეგიანი ხდება ექსპედიციების მეშვეობით ავთენტური მასალის მოძიება.

არსებულ ვითარებაში ეთნო-ქორეოლოგიური კვლევების წარმართვა საცეკვაო ფოლკლორის მიმართულებით, დამატებითი წყაროების მეშვეობით ხდება შესაძლებელი. ეს არის მასალა, რომელიც სხვადასხვა ფორმით, პირდაპირ თუ ირიბად ქორეოგრაფიული ინფორმაციის მატარებელია. ამ ინფორმაციის დეტალური ანალიზის საფუძველზე ქორეოგრაფიული ხელოვნების ისტორიის ცალკეული ეტაპების ვიზუალური სურათი იკვეთება. ხშირ შემთხვევაში ეს დამატებითი წყარო ერთადერთია და მხოლოდ მასზე დაკვირვების გზით შესაძლებელი ხდება კონკრეტული საცეკვაო ნიმუშის რაობის დადგენა.

შესაბამისად, საკითხი ქორეოგრაფიული ხელოვნების, უფრო ზუსტად კი, მისი პირველადი ფორმის, საცეკვაო ფოლკლორის შესწავლის წყაროების შესახებ ქორეოლოგიურ მეცნიერებაში გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენს. პრობლემის გადაჭრის აუცილებლობას ამჟღავნებს კვლევის ისტორიული კონტექსტი.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საცეკვაო ფოლკლორის შესწავლის პროცესი მომიჯნავე დარგების ისეთ ფაქტობრივ მასალას ეფუძნება, რომელშიც სხვადასხვა ფორმით აღბეჭდილია ქორეოგრაფიული სურათი. ასეთი მასალის დიფერენცირების გზით, მათი გამომსახველობის გათვალისწინებით, ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესწავლის

შემდეგი წყაროები გამოიკვეთა:

- **არქეოლოგიური მასალა;**
- **ლიტერატურული მასალა;**
- **აუდიო-ვიზუალური მასალა.**

შესწავლის ობიექტებად მოიაზრება მხოლოდ ისეთი მასალა, რომელიც საცეკვაო ფრაგმენტის სტატიკურ-დინამიკური სურათის მატარებელია და ამ ფრაგმენტის ქრონოლოგიური, სტილისტური, სტრუქტურული და ფუნქციურ-შინაარსობრივი ანალიზის საშუალებას იძლევა.

სხვადასხვა ეთნიკურ ჯგუფებთან მიმართებაში ქორეოლოგიური კვლევა ინდივიდუალურ ხასიათს ატარებს და დამოკიდებულია იმაზე, თუ რა სახის წყაროებშია აღბეჭდილი ამა თუ იმ ხალხის საცეკვაო შემოქმედება. შესაბამისად, შესწავლის ობიექტების ჩამონათვალი სხვადასხვა ხალხთან მიმართებაში განსხვავებულად გამოიყურება. შესაძლოა არ მოიცავდეს წყაროების სამივე კომპონენტს (არქეოლოგიურს, ლიტერატურულსა და აუდიო-ვიზუალურს), არამედ მხოლოდ ერთი ან ორი კომპონენტის მეშვეობით ირეკლავდეს ამა თუ იმ ეთნოსის წინაისტორიულ ქორეოგრაფიულ შემოქმედებას.

ქართული ქორეოგრაფიის ისტორიაში შესწავლის წყაროები (სამივე სახის) მეტად მდიდარი მასალით არის წარმოდგენილი და მათი განსაზღვრა, შეფასება და ანალიზი წინამდებარე ნაშრომის ძირითად მიზანს წარმოადგენს. განვიხილოთ თითოეული მათგანი ქართული საცეკვაო ტრადიციების კონტექსტში.

არქეოლოგიური მასალა, როგორც ქართული საცეკვაო ფოლკლორის შესწავლის წყარო

ქართული ხალხური ქორეოგრაფიის ისტორიული წარსულის დასაბუთებას საქართველოს ტერიტორიაზე აღმოჩენილი რიგი არქეოლოგიური ძეგლების საშუალებით ვახდენთ. მათ შორის არის როგორც ცალკეული მროკავ-მლოცველი ფიგურების გამოსახულებები, ასევე, კოლექტიური

რიტუალური სურათები. აღნიშნული საკითხის განსახილველად აუცილებელია ისეთი პრიფესიული ტერმინების დამკვიდრება-გამოყენება, რომლებიც ერთიანად წარმოაჩენს საკითხის ორივე კომპონენტს – ქორეოგრაფიულსაც და არქეოლოგიურსაც. პირველ რიგში, ეს არის ტერმინი „არქეო-ქორეოგრაფია“ და განიმარტება როგორც „არქეოლოგიურ ძეგლებში აღბეჭდილი ქორეოგრაფიული სურათები“. მეორე ტერმინი, რომელიც საჭიროებს განმარტებას, არის „არქეო-ქორეოლოგია“ – „არქეოლოგიურ ძეგლებზე აღბეჭდილი ქორეოგრაფიული სურათების შემსწავლელი მეცნიერება“. ამრიგად, ეს ორი ტერმინი, „არქეო-ქორეოგრაფია“ და „არქეო-ქორეოლოგია“, საკითხის შესწავლის ობიექტისა და შესწავლის პროცესის განმსაზღვრელი ტერმინებია. დღეისათვის ამ ტერმინების გამოყენების აქტუალობა განპირობებულია საკითხისადმი სამეცნიერო ინტერესითა და განხორციელებული კვლევების ხარისხით. მხედველობაში გვაქვს ალექო გელაშვილის სადოქტორო დისერტაცია „ქართული ცეკვა არქეოლოგიურ ძეგლთა იკონოგრაფიულ სისტემაში“¹. ავტორმა პრობლემის სრულფასოვანი ანალიზი მოახდინა, რის შედეგადაც ქართული ქორეოგრაფიული ხელოვნების ისტორიული წარსული არა ძვ. წ. II ათასწლეულიდან (თრიალეთის ვერცხლის თასი), არამედ ძვ.წ. VI-IV ათასწლეულებიდან იღებს სათავეს (იმირის და არუხლოს გორის მროკავ-მლოცველი ფიგურები).

ზოგადად ამ საკითხისადმი ინტერესი მსოფლიო ეთნოლოგიაშიც არსებობს და სპეციფიკური ტერმინი „პალეოქორეოგრაფია“ პროფესიულ ლიტერატურაშიც და ინტერნეტ სივრცეშიც გვხვდება.² მაგრამ, ამ ტერმინის სემანტიკა საკითხის განხილვას მხოლოდ ვიწრო ქრონოლოგიურ ჩარჩოში გვთავაზობს, ანუ მხოლოდ პალეოლითის ხანის

¹ ა. გელაშვილი, „ქართული ცეკვა არქეოლოგიურ ძეგლთა იკონოგრაფიულ სისტემაში“, ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად წარდგენილი დისერტაცია, თბილისი, 2013 წ.

² Ромм В. «человекознание: история, теория, метод. Палеохореография», dlib.eastview.com

არქეოლოგიური მასალის შესწავლას გულისხმობს მაშინ, როდესაც ეს პერიოდი ყველაზე ნაკლებად გამოირჩევა ადამიანის სხეულის დინამიკურ მდგომარეობაში ფიქსირების მაგალითებით. ამგვარი გამოსახულებების ლომის წილი ძვ. წ. III–I ათასწლეულებზე მოდის და მიეკუთვნება ნეოლითის, ბრინჯაოს და რკინის ხანებს.

არქეოლოგიური მასალა, როგორც ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესწავლის ერთ-ერთი წყარო, უძველესი საცეკვაო ტრადიციების შესახებ პირველადი ინფორმაციის მატარებელია და ქრონოლოგიური თვალსაზრისითაც ლიტერატურულ და განსაკუთრებით აუდიო-ვიზუალურ მასალასთან შედარებით ბევრად ადრინდელია.

საქართველოს არქეო-ქორეოლოგიის კვლევის ძირითადი ობიექტებია:

- იმირის და არუხლოს გორის ანთროპომორფული ფიგურები (ძვ. წ. აღ. VI – IV ათასწლეულები);



- ოზნის თიხის ფიალის ხატოვანი ნიშნებით (ძვ. წ. აღ. IV – III ათასწლეულები);



- თრიალეთის ვერცხლის თასი (ძვ. წ. აღ. II ათასწლეულის

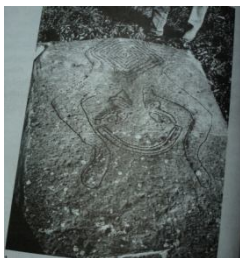
I ნახევარი);



- სათოვლე ნაბაღრების ბრინჯაოს სარტყელი, თიხისა და ბრინჯაოს ითიფალური ქანდაკებები (ძვ. წ. აღ. IX – VII ს.ს.);

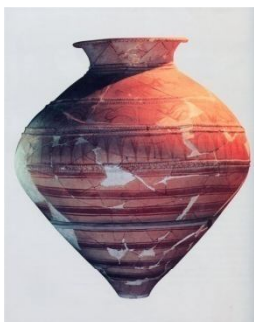


- რეხის ქვაზე გამოსახული მროკავი ურჩხულით (ძვ. წ. აღ. IV – III ს.ს.);



- სამადლოს ქვევრი და სამადლოს ისარნა (ძვ. წ. აღ. IV –

I სს.);



- კავთისხევის ბეჭედი (საბეჭდავი) მოცეკვავის გამოსახულებით (ძვ. წ. აღ. IV-III).



არქეოლოგიური მასალის შესწავლის პროცესში მეტად მნიშვნელოვანია ხატოვანი გამოსახულების ანუ სხეულის სტატიკური ფორმის წარმოსახვითი დინამიკა, რომელიც მოლიანი საცეკვაო ნიშუმის ან ცალკეული საცეკვაო ილეთის რეკონსტრუირების საშუალებას იძლევა.

ლიტერატურული მასალა, როგორც ქართული საცეკვაო ფოლკლორის შესწავლის წყარო

საცეკვაო რიტუალის ლიტერატურული ენით აღწერა მეტად მიახლოებულია ცეკვის შინაგან ბუნებასთან, რადგან დინამიკური პროცესის არა სტატიკურ (არქეოლოგიური ნიმუშის მსგავსად), არამედ დროში განფენილ სურათს წარმოადგენს. ლიტერატურული აღწერა ცეკვის კომპოზიციური სტრუქტურის (ცეკვის ნახაზისა და საცეკვაო ლექსიკის) სქემატურ გამოხატულებას იძლევა. ლიტერატურული მასალა, როგორც ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესწავლის წყარო, მრავალგვარია და ჯგუფდება საცეკვაო სურათის აღწერის არსობრივი ნიშნის გათვალისწინებით. ეს არის:

- ისტორიულ-ლიტერატურული მასალა;
- საექსპედიციო-ლიტერატურული მასალა;
- ფერხულების ტექსტები.

პირველ ჯგუფად, იმავე ქრონოლოგიის დაცვით, გამოვყავით **ისტორიულ-ლიტერატურული მასალა**, რომელიც წარმოადგენს უცხოელი და ქართველი ისტორიკოსების, საზოგადო მოღვაწეების, მწერლების მიერ ქართული საცეკვაო ტრადიციების აღწერას. მათი ინტერესი ქორეოგრაფიული ფოლკლორისადმი არა მიზანმიმართული, არამედ, შეიძლება ითქვას, შემთხვევითი ხასიათისაა. როგორც წესი, ეს ნაშრომები სრულიად განსხვავებული თემატიკისაა და ცეკვას მათში მხოლოდ კონტექსტუალური დატვირთვა აქვს. მაგრამ, ქორეოლოგიური თვალსაზრისით, ეს, თითქოს და მცირედი ჩანაწერები, უმნიშვნელოვანეს ინფორმაციას გვაწვდიან ჩვენი ერის საცეკვაო ტრადიციების წარმომავლობაზე. ამ მასალის ყველაზე ადრინდელი ჩანაწერები ანტიკურ ხანას მიეკუთვნება, ხოლო, შემდგომში, XIX საუკუნის ჩათვლით, ისტორიის სხვადასხვა მონაკვეთშია მიმოფანტული.

ასე, მაგალითად, ბერძენმა ისტორიკოსებმა ქსენოფონტემ „ანაბასისში“¹ და სტრაბონმა „გეოგრაფიაში“ ძვ. წ. IV საუკუნეში საქართველოს ტერიტორიაზე მოგზაურობის დროს

¹ ქსენოფონტი, ანაბასისი, V, 4. თეიმურაზ მიქელაძე, თბ., 1967

ფრაგმენტულად დააფიქსირეს და შთამომავლობას შემოუნახეს ქართველ წინაპართა ტომების საბრძოლო და ასტრალური რიტუალური ცეკვები. ხოლო, იტალიელი მისიონერის არქანჯელო ლამბერტის მიერ „სამეგრელოს აღწერა“ XVII საუკუნეს მიეკუთვნება და აღბეჭდავს საქართველოს ერთ-ერთი ეთნოგრაფიული რეგიონის ისეთ რელიგიურ-რიტუალებს, რომლებიც შეიცავდნენ საცეკვაო ელემენტებს.

ისტორიულ-ლიტერატურული მასალა, უცხოელი ავტორების გარდა, ქართველთა მიერ დაფიქსირებულ საცეკვაო ტრადიციების ჩანაწერებსაც მოიცავს. მაგალითად, სულხან-საბა ორბელიანის „სიტყვის კონა“ (XVII-XVIII სს.), თეიმურაზ II-ის „სარკე თქმულთა“ (XVIII ს.), მეფე არჩილის „საქართველოს ზნეობანი“ (XVII ს.) და სხვ. მათ შორის ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესწავლის მხრივ, უმნიშვნელოვანესია სულხან-საბას ლექსიკოგრაფია. „სიტყვის კონაში“ ორმოცამდე ქორეოგრაფიულ ტერმინს ვხვდებით, რომელთა ნაწილი უცვლელად გადმოვიდა თანამედროვე ლიტერატურულ ენაში („ბუქნი“, „ფერხული“, „ფერხისა“ „თამაშობა“ და ა.შ.), ნაწილმა იცვალა მნიშვნელობა („ბასტი“, „ფუნდრუკი“, „სამა“, „შუმპარი“ და ა.შ.), ნაწილი კი არქაიზმებად იქცა („როკვა“, „კოჭა“, „ხუნტრუცი“, „თულო“ და სხვ.)¹

ლიტერატურული მასალის მეორე ჯგუფში მოვაქციეთ **საექსპედიციო-ლიტერატურული მასალა**, რომელიც წარმოდგენს დარგობრივი ექსპედიციების შედეგად მოძიებულ, დამუშავებულ და გამოქვეყნებულ წყაროს. ისტორიულ-ლიტერატურული წყაროსგან განსხვავებით, საექსპედიციო მასალა ხასიათდება პროფესიული ინტერესით საკითხისადმი, რაც ამ მასალის მნიშვნელობაზე მეტყველებს. ეთნოგრაფიული ექსპედიციის ჩატარების მიზანი ხომ სწორედ ხალხის ყოფა-ცხოვრების აღწერაა, მათ შორის, რწმენა-წარმოდგენების, წეს-ჩვეულებებისა და ფოლკლორული შემოქმედების. საველე მუშაობა იძლევა ყველაზე სრულყოფილ შედეგს

¹ სულხან-საბა ორბელიანი, ლექსიკონი ქართული, 2, თბ., მერანი, 1993

ხალხის ეთნიკური თვითმყოფადობის დადგენასა და მის იდენტიფიცირებაში. ექსპედიცია შეიძლება იყოს როგორც ზოგადი ხასიათის (ზოგადად ეთნოგრაფიული), ასევე, დარგობრივი, რომელიც გამიზნულია ზეპირსიტყვიერი, ან მუსიკალური, ან ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესასწავლად.

შესაბამისად, ჩვენც ვყოფთ საექსპედიციო-ლიტერატურულ მასალას **ზოგადად ეთნოგრაფიულ** მასალად (ს. მაკალათია, ვ. ბარდაველიძე, თ. სახოკია, ვ. ითონიშვილი და სხვ.) და **უშუალოდ ქორეოგრაფიულ** საექსპედიციო მასალად (დ. ჯავრიშვილი, ა. თათარაძე, უ. დვალიშვილი და სხვ.). ამ უკანასკნელის ჩატარების მიზანი სწორედ რომ კონკრეტული საცეკვაო ფოლკლორული ნიმუშების მოძიება, ფიქსაცია და შესწავლაა. მაგალითად, ა. თათარაძის ნაშრომში „უძველესი ქართული (სვანური) ფერხულები“¹, რომელიც დაიწერა ავტორის მიერ სვანეთში ჩატარებული ქორეოგრაფიული ექსპედიციის შედეგად, თავმოყრილია ფასდაუდებელი, დეტალური ინფორმაცია უძველესი სვანური ფერხულების შესახებ: ფერხული ტექსტი, სანოტო მასალა და მოძრაობის აღწერა.

ფერხულების ტექსტებს ლიტერატურული მასალის მესამე ჯგუფად განვიხილავთ. ფერხული, როგორც სინკრეტული მოვლენა, სამ რიტმულ შრეს აერთიანებს. ეს არის: ტექსტი, მუსიკა და მოძრაობა. საფერხულო ლექსი ზეპირსიტყვიერების ნიმუშს წარმოადგენს და ამ თვალსაზრისით, ლიტერატურული ნაწარმოების იდენტურია. ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესწავლის პროცესში საფერხულო ტექსტი განსაზღვრავს კონკრეტული საცეკვაო ნიმუშის შინაარსობრივ და, ზმირ შემთხვევაში, ფუნქციურ დატვირთვასაც.

¹ ა. თათარაძე; უძველესი ქართული (სვანური) ფერხულები; თბ.; 1976

აუდიო-ვიზუალური მასალა, როგორც ქართული საცეკვაო ფოლკლორის შესწავლის წყარო

ქორეოგრაფიული ფოლკლორის შესწავლის განსხვავებულ წყაროს **აუდიო-ვიზუალური მასალა** (სხვაგვარად, მუსიკალური და ვიდეო მასალა) წარმოადგენს. თავად სამუსიკო ხელოვნება დროში განფენილობის მახასიათებლებით ენათესავება საცეკვაო ხელოვნებას. თუმცა, სანოტო ჩანაწერის არსებობამ, როგორც მუსიკალური ნიმუშის კონსერვაციის საუკეთესო საშუალებამ, მნიშვნელოვნად განსაზღვრა ეთნომუსიკოლოგიური კვლევების მაღალი ხარისხი. ქორეოგრაფიული ხელოვნების სინთეზური ბუნებიდან გამომდინარე, სადაც მუსიკალური ქარგა ცეკვის ორგანულ, განუყოფელ ნაწილად გვევლინება, მუსიკალური პლასტის ფიქსირება ცეკვის მეტრო-რიტმულ და მელოდიურ მხარეს ასახავს. მუსიკალური მასალის მოშველიება საცეკვაო ფოლკლორის შესწავლის პროცესში მეტწილად აქტუალური ხდება მაშინ, როდესაც საცეკვაო ლექსიკის პლასტი დაკარგულია, მაშინ როდესაც მუსიკალური ფოლკლორი ინახავს ნიმუშებს „საფერხულოს“, ან „საცეკვაოს“, ან „სათამაშოს“ სახელწოდებებით. ამ შემთხვევაში, მუსიკალური მასალის გამოყენებით, შესაძლებელი ხდება საცეკვაო ფოლკლორული ნიმუშის სავარაუდო აღდგენა.

შემოქმედებითი პლაგოზიკა

ნატალია დიდელაშვილი,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ცეკვის პედაგოგი

საბანთაშორისი კავშირების მნიშვნელობა სტუდენტების სწავლებაში

ჩვენ არაერთხელ გვისაუბრია იმის შესახებ, რომ თეატრალურ უმაღლეს სასწავლებელში სამსახიობო მიმართულების სტუდენტების სასწავლო პროცესში საკმაოდ მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს პედაგოგთა ურთიერთშეთანხმებულ მუშაობას, რადგან სამსახიობო პროფესიის სწავლება ყოველთვის იყო და რჩება კომპლექსურ პროცესად. ამ კომპლექსში შედის ისეთი საგნები, როგორებიცაა: სამსახიობო ოსტატობა, მეტყველება, პლასტიკური დისციპლინები და ვოკალი.

თანამედროვე თეატრი მსახიობებისგან მოითხოვს ყველა სახეობის პლასტიკის ფლობას, დაწყებული ანტიკურიდან, დამთავრებული თანამედროვე ქორეოგრაფიის ყველა არსებული ფორმით, რადგან დღეს ჩარჩოები, რომლებიც განასხვავებდა დრამატულ და მუსიკალურ თეატრებს, გაქრა. არც თუ იშვიათად ჩვენ აღფრთოვანებულები ვართ დრამის მსახიობთა მოძრაობებით, მათ მიერ საკუთარი სხეულისა და ჟესტების ფლობით და შეძრწუნებულნი ვართ იმით, რომ მუსიკალურ თეატრში, მიუზიკლის და მით უმეტეს, საოპერო მშვენიერი ხმის მფლობელ შემსრულებელს სრულიად არ შეუძლია მოძრაობა. არსებობს ამის უამრავი მაგალითი! თანამედროვე რეჟისორები ისწრაფვიან სიმღერისა და ცეკვის ნიჭით დაჯილდოვებული მსახიობები აიყვანონ, ამიტომაც მათი სპექტაკლები ყოველთვის გაჯერებულია პლასტიკით.

თეატრალურ უმაღლეს სასწავლებელშიც ჩვენ სიხარულით ვიღებთ ქორეოგრაფიული მონაცემების მქონე აბიტურიენტებს!

მაგრამ უმეტესობა, ხომ, მის გარეშე მოდის ჩვენამდე! ამიტომ, დღეს ჩვენ ვისაუბრებთ პლასტიკაზე, რომელიც მოიცავს ცეკვას, სასცენო მოძრაობას, რიტმიკას, ქართულ ცეკვას, ეტიკეტს და ფარიკაობას. „ამ საგნების, სიტყვისა და ვოკალის კომპლექსური ერთობლიობა ახდენს გავლენას მსახიობის ქმედით კულტურაზე, რაც შემდგომში მას დაეხმარება ადვილად შეასრულოს თეატრის მიერ დასახული შემოქმედებითი ამოცანები,“ – წერს იური გრომოვი წიგნში „ცეკვა და მისი როლი მსახიობის პლასტიკური კულტურის განვითარებაში“.¹

ჩვენი სკოლის ამოცანა იმაში მდგომარეობს, რომ ნებისმიერ სასცენო სივრცეში, შეთავაზებულ პირობებში სტუდენტს შევასწავლოთ თავისუფლად და ორგანულად მოძრაობა, საშუალება მივცეთ აითვისონ და სწორად გამოიყენონ მოცემული კონკრეტული მომენტიდან გამომდინარე ქცევა, მოძრაობა, კოსტიუმის ტარება, წარმოსადგეობა, აქსესუარების ფლობა და მანერები, რომლებიც ზუსტად უპასუხებენ ეპოქის მოთხოვნებს.

მრავალრიცხოვანი შესწავლილი მასალის საფუძველზე დღევანდელ სტუდენტს, ანუ ხელოვნებად მსახიობს, უნდა შეეძლოს შეარჩიოს და სწორად გამოიყენოს მისთვის კონკრეტულ მომენტში საჭირო ქცევა, ჟესტი, სწორად განსახიეროს დრო. „აუცილებელია განვითარდეს სხეული, მოძრაობა და ყველა ის კომპონენტი, რომელიც მსახიობს შესაძლებლობას აძლევს გამოავლინოს განცდები, რათა ინსტინქტურად, სწრაფად და მკაფიოდ გამოამჟღავნოს ემოციები“.² ამიტომ ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ მსახიობების მომზადება მიმდინარეობდეს კომპლექსურად!

ფორმალურად ეს სწორედ ასეა, მაგრამ ჩვენ მიგვაჩნია, რომ სასცენო მოძრაობის ყველა საგნის პროგრამა აუცილებლად უნდა იყოს შეთანხმებული ერთმანეთთან და

¹ Ю.И. Громов. Танец и его роль в воспитании пластической культуры актёра. Санкт-П., М., «Краснодар», Планета музыки, 2011, стр.23

² К.С. Станиславский. Собр.соч.т.3., ч.2., М., «Искусство», 1990, стр. 423

სასწავლო გეგმაში უნდა იყოს გათვალისწინებული ის, რომ ძირითადად სტუდენტები უნივერსიტეტში მოდიან ფიზიკური დატვირთვისთვის მოუმზადებლები. ხოლო, როდესაც პირველ კურსზე მათ „ტვირთავენ“ მოძრაობის ციკლის ერთდროულად რამდენიმე საგნით, მათი ორგანიზმი ვერ უძლებს, რაც იწვევს ტრავმებსა და სხვა არასასიამოვნო შედეგებს. ამიტომ, ჩვენი აზრით, დატვირთვის ზრდა აუცილებელია თანდათან და მიზანმიმართულად ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ფაქტორის გათვალისწინებით.

ჩვენი აზრით, საგანი „ეტიკეტი“ უნდა იყოს ცეკვის საგნის შემადგენელი ნაწილი, რადგან არსებითად პირველ კურსზე ჩვენ სტუდენტებს შევასწავლით (ან უნდა ვასწავლიდეთ) XVI-XIX საუკუნეების ისტორიულ-ყოფით ცეკვებს, რომელთა განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს კოსტიუმის სწორი ტარება და იმდროინდელი აქსესუარებით სარგებლობის უნარი, იმავედროულად მუსიკის მოსმენა და საცეკვაო „პა“-ს შესრულება. „...სამეფო კარის მეჯლისებზე მკაცრად იცავდნენ ეტიკეტსა და წოდებათა პატივისცემას“¹ – აღნიშნავს მ. ვასილიევა-როჟდესტვენსკაია. ეს საკმაოდ რთულია დღევანდელი ახალგაზრდობისთვის, რადგან ისინი უბრალოდ ვერ იგებენ იმ სინატიფეს, ქცევის მანერების გალანტურობას, თაყვანისმცემელთა დამოკიდებულებას ქალბატონების მიმართ. ჩვენ „ცეკვისთვის“ გამოყოფილი გვაქვს კვირაში მხოლოდ 3 საათი, როდესაც „ეტიკეტს“ ეთმობა 2 საათი მთელი მეორე სასწავლო წლის მანძილზე. ამასთან, როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, სტუდენტები სულაც არ ახდენენ ამ ორი, მჭიდროდ დაკავშირებული საგნის ასოცირებას.

გარდა ამისა, ალბათ, მიზანშეწონილი იქნებოდა სავალდებულო სტატუსით ისწავლებოდეს კოსტიუმის ისტორიის მოკლე კურსი: სტუდენტები გაეცნობიან იმას, თუ რას ატარებდნენ და იცვამდნენ გასულ საუკუნეებში – ეს ზომ დიდ როლს თამაშობდა ქცევის მანერაში, გავლენას

¹ М.Васильева-Рождественская. Историко – бытовой танец. М., «Искусство», 1987.с.23.

ახდენდა ცეკვის მოდაზე. „აუცილებელია იცოდე ამა თუ იმ დროის ადათ-წესები, ეტიკეტი, მისაღმება, მარაოს, დაშნის, ჯოხის, ქუდის და ცხვირსახოცის ზმარება“,¹ – წერდა კ. სტანისლავსკი. დღეს კი, როცა ამ კურსის არჩევა, სტუდენტის სურვილზეა დამოკიდებული – ან ირჩევს, ან არა. ცეკვის პედაგოგი კი იძულებულია თავისი ისედაც არასაკმარისი დროის მნიშვნელოვანი ნაწილი დაუთმოს სტუდენტების ამა თუ იმ ეპოქის კოსტიუმის ტარების სპეციფიკაში გარკვევას.

უნდა ითქვას იმის შესახებაც, რომ ადრე ქართულ დრამატულ სკოლაში ცეკვას ეთმობოდა კვირაში 4 საათი ოთხივე კურსზე. და მაშინ ამბობდნენ, რომ ეს არ არის საკმარისი. წლები მიდის, მათთან ერთად კი მატულობს საპროგრამო მასალის მოცულობა. დაემატა მთელი XX საუკუნისა და XXI საუკუნის დასაწყისის მასალა, საათები კი არ იცვლება... დღეს რუსეთში საგანი „ცეკვა“ ისწავლება 4 წლის განმავლობაში, 4 საათი კვირაში. გერმანიაში საცეკვაო დისციპლინა დაყოფილია ჟანრებად და თითოეულს ინტენსიურ რეჟიმში ასწავლიან კონკრეტული ცეკვის პედაგოგები, მაგრამ ეს ეხება მხოლოდ „მიუზიკლის სკოლას“, და არა დრამისას.

სტუდენტთა თაობაც შეიცვალა! ახალგაზრდები უფრო ინერტულნი გახდნენ, ნაკლებად ადეკვატურები. მათ არ სურთ თავი დაიტვირთონ არც ფიზიკურად, არც გონებრივად. ცხოვრების ტემპი უფრო სწრაფი გახდა, ყველაფერი ზედაპირულია, ნაჩქარევი. ამ პირობებში საჭიროა უფრო სკრუპულოზური მიდგომა პროგრამებისადმი და ყველა დისციპლინათაშორისი კავშირის კოორდინაციის გაძლიერება.

განსაკუთრებით უნდა ითქვას საგან „რიტმიკა“-ზე. ეს არის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საგანი სტუდენტების დაწყებით სწავლებაში. იგი უნდა ეხმარებოდეს რიტმთან და მუსიკასთან დაკავშირებულ ყველა დანარჩენს საგანს და მიზნად ისახავდეს მეტრორიტმული შესაძლებლობების სწორად განვითარებას სპეციალური ვარჯიშების, მუსიკალური მასალის მუდმივი

¹ К.С. Станиславский. Собр. соч. т.3., ч.2., М., Искусство 1990, стр. 426

ცვლილების გზით, დაწყებულს რიტმული ნახატებიდან. ეს საგანი ისწავლება I კურსზე იმიტომ, რომ მელოდიებისა და რიტმების მრავალგვარ ვარიანტებზე, რომლებიც არ არიან აუცილებელნი სხვა საგნების ამ რაოდენობის დროს, სტუდენტებს გავაცნოთ და განვუვითაროთ სმენა და კოორდინაცია დროსა და სივრცეში, რომელიც შემდგომში უკვე სრული ზომითა და უფრო ფართო მასშტაბით იქნება გამოყენებული, ამასთანავე, სახასიათო, ისტორიულ-ყოფით და თანამედროვე ცეკვებში მხატვრული შეფერილობით. „რიტმიკის“ ფუძემდებელმა დალკროზმა მიაღწია იმას, რომ მისი მოწაფეები ასრულებდნენ სხვადასხვა მოძრაობას სხეულის სხვადასხვა ნაწილით და ეს რეგულირდებოდა მუსიკით“.¹

სრულიად დაუშვებელია, რომ ნაცვლად იმისა, სტუდენტს შეასწავლონ – ისმინოს და ესმოდეს მუსიკა, შეითვისოს სასცენო სივრცე, კოორდინაციის განვითარება, თანდათან მიაჩვიოს კუნთები და მყესები ფიზიკურ დატვირთვას, განავითაროს ამტანობა და სუნთქვა და ა.შ., მას უბრალოდ აფექტურად ავალებენ ამა თუ იმ ნომრის, მოძრაობისა თუ ცეკვის შესრულებას.

თავს უფლებას მიეცემთ, რამდენიმე სიტყვა ვთქვათ საგანზე „სასცენო მოძრაობა“. ეს საგანი რჩება ძალიან საჭიროდ, მნიშვნელოვნად და აქტუალურად, მით უმეტეს, რომ ჩვენი უმაღლესი სასწავლებელი ამზადებს მსახიობებს არა მხოლოდ თეატრისთვის, არამედ კინოსთვისაც, რომელიც დღეს ვერ წარმოგვიდგენია უზარმაზარ რისკთან დაკავშირებული „ტრიუკების“ გარეშე. ამიტომ არის ასე მნიშვნელოვანი, რომ სტუდენტები ფლობდნენ მაქსიმუმს და მიისწრაფოდნენ თავისი სხეულის სრულად დამორჩილებისკენ, ფლობისკენ. „მსახიობმა არათუ მიზანმიმართულად უნდა შეასრულოს გარკვეული მოძრაობები, არამედ ეს შესრულება უნდა იყოს ლოგიკური და მართალი. მაყურებელმა უნდა დაიჯეროს და გაიგოს აზრი

¹ Н.Збруева «Ритмическое воспитание» Методическое пособие. – М.: ВЦХТ («Я вхожу в мир Искусств»), 2003. – 144 с.: нот. Н.Александрова – Предисловие, стр.7

ამ მოქმედებებისა“¹ – წერდა აკადემიკოსი პ. სიმონოვი კ. სტანისლავსკის სწავლების მეთოდთან დაკავშირებით. აქ მნიშვნელოვანია ყველაფერი – მოთელვა, გონიერი და სწორი ელემენტების ათვისება, რომლებიც სირთულის მიხედვით იზრდება, მით უმეტეს იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომელზედაც ჩვენ არაერთხელ გვისაუბრია – ახალგაზრდების სრული მოუმზადებლობა როგორც ფიზიკური, ასევე ფსიქოლოგიური კუთხით.

ყოველივე ზემოაღნიშნულს მივყავართ იმ დასკვნამდე, რომ ყოველი საგნის პროგრამა და ლექციათა განრიგის შედგენა უნდა ხდებოდეს მთლიანობაში სრული კომპლექსის გათვალისწინებით, სტუდენტის ახალგაზრდა და ჯერ კიდევ ბოლომდე ჩამოუყალიბებელი სახსარ-კუნთოვანი აპარატის გონივრული და დოზირებული დატვირთვით.

რატომღაც სტუდენტები თვლიან, რომ მხოლოდ საგანი „ოსტატობა“ წარმოადგენს მათთვის მნიშვნელოვანსა და საჭიროს, მეორე ადგილს იკავებს – მეტყველება, ყველა დანარჩენი კი მეორეხარისხოვნად ითვლება, რაც შეიძლება სულაც არ ისწავლებოდეს. შესაძლოა, ეს ხდება იმიტომ, რომ უკვე რამდენიმე წელია შეიქმნა ე.წ. მოდული, რომელშიც ყველა საგანს, გარდა ოსტატობისა, ნამდვილად მინიჭებული აქვს მეორეხარისხოვანი როლი. შესაძლოა, ეს არის „დასავლური სკოლის“ მემკვიდრეობა, სადაც ისწავლება მხოლოდ ოსტატობა და მეტყველება. მაგრამ იქ არ არის სამსახიობო სკოლის ასეთი ტრადიციები. ამასთან, იქ უბრალოდ არ არის, ან თუ არის ერთეული მოძრაობის დისციპლინების სპეციალისტები, რომელთა გაკვეთილები ძალიან ძვირია. და თუკი იქ ადამიანს სურს გახდეს მსახიობი, იგი კერძოდ ემზადება ცეკვის სხვადასხვა ჟანრში!!!

ჩვენთან კი ცეკვის პედაგოგი საკუთარ თავში უნდა აერთიანებდეს ისტორიულ-ყოფითი, სახასიათო და თანამედროვე ცეკვების პედაგოგის მოთხოვნებს.

¹ П.В.Симонов, «Метод К.С. Станиславского и физиология эмоций» Изд. АН СССР, 1962 – 86, с. стр.83

ამასთან დაკავშირებით იზრდება მოთხოვნა ნიჭიერ, შემოქმედებითად განწყობილ პედაგოგებზე, რომლებიც არა მხოლოდ სიღრმისეულად იგებენ საზოგადოებაში ხელოვნების პედაგოგიურ ამოცანებს, არამედ ფლობენ სტუდენტებთან მუშაობის აუცილებელ პროფესიონალურ უნარ-ჩვევებს, რის გარეშეც შეუძლებელია ისეთი ესოდენ მოთხოვნადი სახელოვნებო განათლების სფეროს შემდგომი განვითარება, როგორიცაა ქორეოგრაფიის სფერო. თავისთავად ქორეოგრაფიული სასწავლებლის დასრულება არ იძლევა ცოდნის სისრულის გარანტიას, რომელიც აუცილებელია სათეატრო უმაღლეს სასწავლებელში პედაგოგობისთვის. ამიტომ, ჩვენი აზრით, საჭიროა პედაგოგიური კადრების სპეციალური მომზადება. „(ცეკვის – ავტ.) პედაგოგის მთავარი მოვალეობა – მოსწავლეს ისე ასწავლოს საცეკვაო ხასიათზე მუშაობა, რომ ამ სწავლების პერიოდში მას გაუქრეს ყველანაირი სცენური შტამპი“.¹ ამიტომ პედაგოგმა უნდა იცოდეს არა უბრალოდ მოძრაობები, არამედ უნდა ფლობდეს კომპოზიციის აგების კანონებს, სწავლების მეთოდიკას, უნდა ერკვეოდეს დრამატული და მუსიკალური თეატრის სპეციფიკაში, უნდა იყოს მრავალმხრივ განათლებული ინტელიგენტი, რომელიც ფსიქოლოგიურად და მორალურად მომზადებულია თეატრალურ სკოლაში მუშაობისთვის.

პედაგოგებმა უნდა იფიქრონ იმაზე, თუ რა მარაგს გაატანენ სტუდენტს სცენაზე, მის გრძელ შემოქმედებით ცხოვრებაში.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ჩვენი აზრით, უნდა შეიცვალოს დრამის ფაკულტეტზე სტუდენტთა სამოძრაო დისციპლინების სწავლების პროგრამა და სისტემა, უნდა ჩამოყალიბდეს უფრო კომპლექსურად, რომელიც გაითვალისწინებს თეატრალური განათლების თანამედროვე ტენდენციებსა და სტუდენტთა სწავლების ინოვაციურ მეთოდებს. ასევე აუცილებელია საგნებზე საათების განაწილების გადახედვა, ანუ სასწავლო გეგმისა და განრიგის

¹ Лопухов А., Ширяев А., Бочаров А. Основы характерного танца. Л.-М. «Искусство», 1939. с.33

სწორი შედეგა. იგი უნდა ითვალისწინებდეს გონივრულად დოზირებულ ფიზიკურ დატვირთვას, რომელიც რგებს და არ ვნებს სტუდენტს!

გამოყენებული ლიტერატურა:

- М.Васильева-Рождественская. Историко – бытовой танец.М., «искусство», 1987.
- В.В. Гуревич. «Роль танца в процессе воспитания драматического актера». Текст.: метод, рекомендации для студ. актерских фак-тов театр, вузов. / В. В. Гуревич. М., ГИТИС, 2002
- Ю.И. Громов. Танец и его роль в воспитании пластической культуры актёра. Санкт-П.- М., Краснодар, Планета музыки, 2011
- Н.Збруева. «Ритмическое воспитание» Методическое пособие. – М.: ВЦХТ («Я вхожу в мир искусств»), 2003.
- С.П. Кузнецов. статья «Прикладная хореография и некоторые проблемы обучения танцу в театральной школе», сб.науч.тр., Л.: ЛГИТМиК,1987
- Лопухов А., Ширяев А., Бочаров А. Основы характерного танца.Л.-М. Искусство,1939
- П.В.Симонов «Метод К.С. Станиславского и физиология эмоций» Изд. АН СССР, 1962
- СПбГАТИ В.М., Фильштинский, Ю.Х. Васильков «Открытая педагогика». СПб.: Балтийские сезоны, 2006
- К.С. Станиславский.Собр.соч.т.3.,ч.2.,М., Искусство 1990
- <http://www.stage-entertainment.de/academy/>.

გიორგი საგანელი,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა
და კინოს უნივერსიტეტი, ასისტენტ-პედაგოგი
შემოქმედებითი პედაგოგიკის მიმართულების დოქტორანტი,
ხელმძღვანელი: პროფ. დავით კობახიძე

**ბრეხტის მეთოდით მსახიობის ოსტატობის
სწავლების უბრახტო –
„ჩვენების“ მეთოდის გამოყენება**

ბრეხტის თეატრალური მეთოდი, რომ დღეს მხოლოდ თეატრალური დადგმებისათვის არ გამოიყენება და იგი სამსახიობო ოსტატობის სწავლების პროგრამის განუყოფელი ნაწილია არა ერთ საერთაშორისო ღონის უმაღლეს სასწავლებელში, ვგონებ ეჭვს აღარ იწვევს. სტანისლავსკის სისტემით სწავლების პარალელურად, მსახიობის ოსტატობის სწავლება ბრეხტის მეთოდის მიხედვით და მოთხოვნებით, მრავალი გარემოების გამო, რომ მნიშვნელოვანი და პრიორიტეტულია, ესეც უდავოა, მით უმეტეს თუ გადავხედავთ თანამედროვე თეატრში მიმდინარე პროცესებს; ამიტომ, ამ თემაზე დიდხანს აღარ შევჩერდები, ვიტყვი მხოლოდ ერთს, რომ იგი (ბრეხტის მეთოდით მსახიობის ოსტატობის სწავლება) მსახიობის გამომსახველობითი არსენალის მრავალმხრივობის საწინდარია და მისი პროფესიული უნარ-ჩვევების გამამდიდრებელი. ბრეხტის მეთოდით სწავლების კურსის დანერგვის საშუალებებზე, ამ კურსის მოცულობასა და სასწავლო ბაღეში განთავსების პრინციპზე ჩემი მოსაზრება ჩამოყალიბებული მაქვს და მსურველებს შეუძლიათ იხილონ საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს უნივერსიტეტის გამოცემაში, „სახელოვნებო მეცნიერებათა დიებანი“ 2014 წ. №1, (58).

ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პუნქტი, რომელიც სერიოზულ, ასე ვთქვათ, გამოკვლევას და ერთგვარ პრაქტიკულ ექსპერიმენტს საჭიროებს, ეს არის ბრეხტის თეატრალური

მოდელის აუცილებელი კომპონენტი – „ჩვენება“; რომლის შესწავლის, ან თუ გნებავთ ამ სამსახიობო უნარის გამოძევაების საშუალებების ალტერატიულ ვარიანტს ქვემოთ განვიხილავ. მაგრამ მანამდე, მოდით ჩამოვყალიბოთ „ჩვენების“ რაობა და სახე. „ჩვენება“, – ანუ როგორ წარმოადგენ პერსონაჟს. თუ სტანისლავსკისეულად სწავლის პროცესში, ჩვენ ვასწავლით სტუდენტ-მსახიობს, რომ მან მაქსიმალურად უნდა გაითავისოს როლი, მისი თამაშისას დამაჯერებელი, ორგანული, ბუნებრივი იყოს და ყოველ ჯერზე, ამ კონკრეტული პერსონაჟის შესრულებისას, ისე უნდა განასახიეროს იგი, თითქოს პირველად გადის დრამატურგის მიერ მოცემული ცხოვრების ამა თუ იმ ეტაპს, მის პერიპეტიებს და ა.შ. ბრეხტთან ეს პრინციპი არ გვხვდება. პირიქით, იგი ითხოვს, მსახიობმა ისე შეასრულოს როლი, თითქოს ის ყველაფერი, რასაც იგი თამაშობს, უფრო სწორად, ბრეხტის მოდელის მიხედვით – წარმოგვიდგენს, გვაჩვენებს, ახლა კი არ ხდება, არამედ უკვე მოხდა და მსახიობი მის აწმყო კომენტარს გვთავაზობს.¹ თავისი დამოკიდებულებით, ინტერპრეტაციით, მისი აღქმის მიხედვით გვაჩვენებს უკვე მომხდარს. ბრეხტი, მისი თეატრისათვის დამახასიათებელ ამ მომენტს, ერთი შეხედვით სხარტ ფორმულირებას უკეთებს, რომელშიც მთლიანადაა ჩატეული „ჩვენების“, როგორც თეატრალური ხელოვნების შემადგენელი სამსახიობო ელემენტის არსი; ბრეხტის მიხედვით, პერსონაჟის შესრულებისას უნდა ვიხელომდვანელოთ ფორმულით – „როგორ დავინახე ადამიანი, რომელმაც ესა თუ ის თქვა“, „როგორ დავინახე ადამიანი, რომელმაც ესა თუ ის მოიმოქმედა“. აქვე უნდა განისაზღვროს, რომ თუ სტანისლავსკის თეატრის მსახიობებსა და მაყურებელს შორის უხილავი ე.წ. მეოთხე კედელი არსებობს, ბრეხტის „ჩვენების“ პრინციპი არსშივე უარყოფს ამ „მეოთხე კედლის“ საჭიროებას; რადგან აქ მსახიობი სცენაზე კი არ „ცხოვრობს“, არამედ ჩვენთვის, მაყურებლისათვის წარმოადგენს, გვიჩვენებს ამა თუ იმ ამბავს. და რადგან გვიჩვენებს, მისთვის ჩვენ, მაყურებელი

¹ Б.Брехт. «Театр», т. 5/2, изд. М., 1964, стр.123, 530

აქტიური თანამოსაუბრის როლში ვექცევით, რომელსაც უნდა მოგვიყვეს უკვე მომხდარი, მის მიერ დანახული ფაქტი, ამბავი, მოვლენა ისე, როგორც მან აღიქვა. ამისათვის, „მეოთხე კედელი“ გამოუსადეგარი ხდება და ავტომატურად ჩნდება „ქუჩის თეატრის“ პრინციპის აუცილებლობა; რაც სწორედ რომ, ბრეხტის მეთოდის მახასიათებელია. და კიდევ ერთი, მსახიობმა ჩვენების დროს უნდა მოგვიყვეს მთავარი ფაქტები და არა მთლიანად მოვლენის განვითარების ეტაპები. მისთვის, მთავარია, ჩვენ გაგვაგებინოს, რა მოხდა, ფაქტი, რომელიც მისი იდეის გადმოსაცემადაა საჭირო; მას არ სჭირდება, ამ მოვლენის განვითარების სრული პროცესის აღწერა, აქედან გამომდინარე კი ჩნდება ბრეხტის თეატრისათვის დამახასიათებელი კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი პირობა – ამბის ნახტომისებურად განვითარება. ანუ ბრეხტთან მსახიობი წარმოგვიდგენს კონკრეტული, ვრცელი მოვლენის, მხოლოდ მთავარ, საკვანძო მომენტებს, რომლებიც იკვრება, ერთიანდება საერთო კონცეპტუალური, იდეური ხაზით. ნათელია, რომ სტანისლავსკის სისტემით სწავლების პროცესში აქცენტი სულ სხვა სამსახიობო პრინციპებზეა ორიენტირებული და ამგვარი საშუალებების აუცილებლობაც გამორიცხულია. ეს ის პრინციპებია, რომელთა მიხედვითაც შექმნილი სავარჯიშოებით დღემდე სარგებლობს ჩვენი სამსახიობო სკოლა; მათგან გამორჩეულია გიპიუსის სავარჯიშოები¹ თუ მ. თუმანიშვილისეული სამსახიობო სავარჯიშოები,² რომელთა ნაწილიც ბეჭდურადაა გამოცემული, ნაწილი კი მის მოწაფეთაგანაა შემორჩენილი და სხვა. სამსახიობო ოსტატობის სწავლის პირველ ეტაპზე (ხაზს ვუსვამ, პირველ ეტაპზე) ამ და მსგავსი მეთოდით სწავლების უაღტერნატივობის მიუხედავად, ლოგიკურიცაა, რომ მომავალი მსახიობები არ ფლობენ ბრეხტის ზემოხსენებული პრინციპებით თამაშის

¹ С.Гиппиус, «Актёрский тренинг», Санкт-Петербург, изд. „Прайм-Еврознак“, 2006

² მ. თუმანიშვილი, სანამ რეპეტიცია დაიწყება, საქ.თეატრალური საზოგადოება, თბილისი, 1977

უნარს. ახლა კი, როდესაც ვსაუბრობთ, რომ სასურველია და გარკვეულწილად აუცილებელიც, ბრეხტის თეატრალური მოდელის მიხედვით, მსახიობის ოსტატობის სწავლების კურსის დამატება, დგება საკითხი, – როგორ უნდა გამოვუქმოთ მომავალ მსახიობებს ბრეხტის მოთხოვნების შესაბამისი უნარ-ჩვევები. ეს პროცესი, მოითხოვს, შეიძლება, შინაარსობრივად ნაცნობ (სტანისლავსკის მეთოდით სწავლის ეტაპიდან გამომდინარე), მაგრამ თვისობრივად განსხვავებულ მუშაობის სპეციფიკას და სავარჯიშოებს. სავარჯიშოები ასეთია:

სავარჯიშო ეპიზოდები ეპიზოდზე გადასვლის მომენტის გამოსამუშავებლად:

სავარჯიშოს კეთებისას, მუშაობის პროცესისათვის, ვიღებთ ორ ან სამ, ნებისმიერ მონოლოგს, ლექსს ან თუნდაც იგავ-არაკს; ვამუშავებთ მას სტუდენტთან; ვღებთ მასში შესაბამის ხასიათს, დამოკიდებულებას, ემოციასა და განწყობას; ოღონდ, შერჩეულ მონოლოგში, ლექსსა და იგავში შექმნილი ხასიათი, დამოკიდებულება და ემოცია მკვეთრად უნდა განსხვავდებოდეს ერთმანეთისაგან. როცა მასალას სათანადოდ დავამუშავებთ, ვიწყებთ კონკრეტული სავარჯიშოს კეთებას, შესაბამისი ამოცანით. – სტუდენტმა გამოიმუშავოს ეპიკური თეატრისათვის დამახასიათებელი სცენიდან სცენაზე, ეპიზოდებიდან ეპიზოდზე გადასვლისათვის საჭირო უნარი, ანუ „ჩვენების“ პროცესის დამთავრებისას ის ბუნებრივად (შინაგანი დისკომფორტის გარეშე), წამიერად და ძალისხმევის გარეშე, მაყურებლის თვალწინ „გადაიქცეს“ კვლავ საკუთარ პერსონად და შემდეგ, შესაბამის მომენტში ისევ პერსონაჟის ჩვენებას დაუბრუნდეს. ერთი სიტყვით, სტუდენტს უკვე წინასწარ აქვს დამუშავებული ზემოხსენებული მასალა და ვიწყებთ სავარჯიშოს კეთებას. სტუდენტი იწყებს მომზადებული ნაწარმოების კითხვას; ჩვენ ტაშის მეშვეობით ვანიშნებთ მას, შემდეგ ნაწარმოებზე გადასვლას; ის კი მყისიერად უნდა გადავიდეს შემდეგ ნაწარმოებზე, შესაბამის ხასიათზე, დამოკიდებულებაზე და ა.შ. აქ ჩართულია ყურადღების ელემენტი, კონცენტრირების უნარი, რომელიც აუცილებელია ბრეხტის მეთოდით სწავლებისას

ავტომატიზმამდე განვავითაროთ. კიდევ ერთიც, სტუდენტმა ეს „გადასვლის“ მომენტი და ამ მომენტისათვის საჭირო შინაგანი მდგომარეობა თავად უნდა იგრძნოს და დააფიქსიროს; ეს კი ნიშნავს, რომ მან უნდა შეინარჩუნოს პიროვნული სიფხიზლე და არ უნდა „ჩაერთოს“ მთლიანად მის მიერ შერჩეული ნაწარმოების წარმოდგენისას, კითხვისას, რათა საკუთარი მუშაობის სპეციფიკის საღად აღქმის, დაფიქსირებისა და პროცესის არსის შეცნობის უნარი არ გაუნიეტრალდეს. ასე რომ, ამის საშუალებით ბრეხტის თეატრალური მეთოდის კიდევ ერთ პუნქტს გავავარჯიშებთ – სცენაზე პერსონაჟის წარმოდგენისას რა დოზით შეიძლება იყოს ჩართული მსახიობი მოქმედებაში ანუ ასე ვთქვათ, ნელ-ნელა განვსაზღვრავთ და ჩამოვყალიბებთ ეპიკური თეატრის პრინციპებით თამაშის პირობითობის ხარისხსაც. ამ სავარჯიშოს მეორე ვარიანტი შეიძლება შევთავაზოთ სტუდენტს. ვირჩევთ ასევე, მონოლოგს, ლექსს ან იგავს; ოღონდ ამ შემთხვევაში მხოლოდ ერთს; მას ვამუშავებთ რამდენიმე სხვადასხვა ვარიანტით (საშუალოდ 2 ან 3 ინტერპრეტაციით მაინც), სხვადასხვა ხასიათში, სხვადასხვა დამოკიდებულებით და ა. შ. შემდეგ კი იმავე მეთოდით ვიწყებთ მის კეთებას. ტაშით და ვარიანტის შესაბამისი ნომრის დამახებით ვანიშნებთ სტუდენტს ერთიდან მეორე ვარიანტზე გადასვლას, ისე, რომ ნაწარმოების წარმოდგენისას პაუზა თითქმის გამორიცხული იყოს (მეორე ვარიანტი, ასე ვთქვათ, წინას გართულებული ვარიანტი შეიძლება იყოს.) აქვე დავძენ, რომ სასურველია ამ სავარჯიშოსათვის საჭირო ტექსტუალური მასალის დამუშავებისას ვიხელმძღვანელოთ ბრეხტისეული მოთხოვნებით – ტექსტი უნდა წარმოითქვას, როგორც ციტატა ვინმეს მიერ წარმოთქმული, რომელიც კონკრეტული ინფორმაციის მომტანი უნდა იყოს (ამა თუ იმ ფაქტის, მოვლენის ან პიროვნების შესახებ), როგორც მაგალითად ბრეხტისეული „ზონგი“.

ჩემი აზრით, ეს სავარჯიშო ბრეხტის მეთოდით მსახიობის ოსტატობის სწავლების პირველი ორი სემესტრის განმავლობაში ინტენსიურად უნდა კეთდებოდეს და მას

სამსახიობო ტრენაჟის სახე უნდა ჰქონდეს (გგულისხმობ, რომ ტრენაჟი, განსაკუთრებით სასწავლო პროცესის დროს, მუდამ საჭიროა და იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ამა თუ იმ სავარჯიშოს კეთებას წარმატებით ვახერხებთ, იგი „ნასწავლად“, ზედმეტ დროის კარგვად, დასრულებულად არ უნდა მივიჩნიოთ).

სავარჯიშო პერსონაჟის „წარმოადგენის“, „ჩვენების“ უნარის გამოსაშუაებლად - 1

სტუდენტს ვაძლევთ დავალებას – დააკვირდეს (შენიშნოს რაიმე საინტერესო ამბავი ან ეპიზოდი მის რეალობაში) ან გაიხსენოს რომელიმე მისთვის საინტერესო ამბავი, რომელმაც შთაბეჭდილება მოახდინა; შემდეგ ეს ამბავი წარმოადგინოს სავარჯიშო-ეტიუდის სახით; მაგრამ, კი არ განასახიეროს ის „პერსონაჟი“ თუ ამბავი, რომელიც კონკრეტული დავალებისათვის შეარჩია, არამედ „გვაჩვენოს“, „წარმოადგინოს“. ის ილაპარაკებს იმ ტექსტს, რომელიც მისმა ობიექტმა წარმოთქვა, შეასრულებს იმ მოქმედებებს, რაც ობიექტმა „ჩაიდინა“. ოღონდ, ის წარმოადგენს ჩვენ წინ აღდამიანს - რომელიც ყვებოდა ამა თუ იმ ამბავს; ამასთანავე, უნდა მივხვდეთ და დავინახოთ ის აღადმიანი, რომელიც ამას ყვებოდა თუ აკეთებდა; **ეს უნდა მოხდეს ისე, რომ იმ აღადმიანზე, რომელმაც ესა თუ ის თქვა ან გააკეთა (მოიმოქმედა), შეგვექმნას მაქსიმალური წარმოადგენა, მის ვიზუალზე, მის ხასიათზე, წარმოადგენის დამოკიდებულებაზე კონკრეტული საკითხისა და ამბისადმი.** ჩვენ ყველას მოგვიყოლია ერთმანეთისათვის ამა თუ იმ აღადმიანის საქციელის, ამა თუ იმ აღადმიანის მიერ ნამოქმედარის შესახებ (მაგ.: ხომ გყვებით ხოლმე იმ ამბებს, რომლებიც მნიშვნელოვანი იყო ჩვენთვის, ცხოვრების იმ მომენტსა თუ მონაკვეთში – ვილაცა ვილაცას ეჩხუბა, მამა როგორ გაუბრაზდა ძმას და დასაჯა, ლექტორი როგორ ატარებდა რეპეტიციას, ესა თუ ის პოლიტიკოსი როგორ იქცეოდა და რას ამბობდა თავის გამოსვლაში ოპონენტთან, როგორ დაშორდა შეყვარებულს მეგობარი (კონკრეტული ეპიზოდი) და ა. შ.); ამ შემთხვევაშიც დაახლოებით ასე გყვებით რაღაც ამბავს, კონკრეტული აღადმიანის შესახებ,

ნაწილობრივ წარმოვადგენთ მას, მაგრამ არამც და არამც არ ვაკეთებთ მის იმიტაციას (მიბადვას); თუმცა ამბის თხრობის დროს ვიშვებლებთ მეტ გამომსახველობას.

შემდეგ ეტაპზე, ვაკეთებთ ამ სავარჯიშოს იმავე პრინციპით, მხოლოდ კონკრეტულ ამბავსაც და ობიექტსაც სტუდენტი თხზავს ფანტაზიით. მან უნდა შეძლოს გამოგონილი პერსონაჟის და ამბის შესახებ **შეგვექმნას მაქსიმალური წარმოდგენა, წარმოდგენილი პერსონის ვიზუალზე, მის ხასიათზე და ჩანდეს მისი პირადი დამოკიდებულება კონკრეტული პერსონაჟისადმი, საკითხისა და ამბისადმი.**

სავარჯიშო პერსონაჟის „ჩვენებაზე - 2 (სავარჯიშო შეიძლება იყოს როგორც ერთკაციანი, ასევე ორკაციანი)

დასაწყისშივე მინდა აღვნიშნო, რომ სავარჯიშოს ვარიანტის შესათხზველად, იმპულსი გახდა აქტიორების სცენა რობერტ სტურუას მიერ რუსთაველის თეატრში დადგმული სპექტაკლიდან „ჰამლეტი“. აქტიორებისა და კლავდიუსის, ჰერტრუდას და მამის აჩრდილის – ფატალური სამკუთხედი ერთმანეთის პარალელურად თამაშობდა „გონზაგოს მკვლელობის“ სცენას. წინა პლანზე, მართალია, აქტიორების სათეატრო ნომერი თამაშდებოდა, უკან კი ნორვეგიის სამეფო კარის პირთა მოღულაციური ეპიზოდი, მაგრამ!.. ვაკეთებული იყო ისე, რომ იქმნებოდა შთაბეჭდილება, თითქოს აქტიორები იმეორებდნენ პირობითად მათ უკან გათამაშებულ უკვე მომხდარ ამბავს, იდენტურად, ოღონდ სხვა დამოკიდებულებით. ეს ერთ-ერთი შთამბეჭდავი სცენა იყო სპექტაკლში.

რამი მდგომარეობს სავარჯიშო: ერთ-ერთ სტუდენტს ვაძლევთ რაიმე ეტიუდს, პირველ ეტაპზე მარტივ ამბავს; შემდეგ უკვე რთულ ფსიქოლოგიურ ამბავს. ის მოიფიქრებს, დაამუშავებს ეტიუდს; მზად რომ იქნება საჩვენებლად, ეტიუდ-სავარჯიშოს ვამატებთ შემდეგ პირობას; გარჩევთ რომელიმე სხვა სტუდენტს, რომელმაც პირველის მიერ შესრულებული ეტიუდი, მასთან ერთად უნდა გაიმეოროს (კონკრეტულ შემთხვევაში, ჩვენ ის უფრო გვაინტერესებს, რომელიც იმეორებს; ორიგინალის ავტორის ნამუშევარი პედაგოგს

ჩვენებამდე უნდა ჰქონდეს ნანახი და შესწორებული). ამისათვის ოთახს, აუდიტორიას ორ ნაწილად ვტიხრავთ (პირობითად) და ვაწყობთ ეტიუდისათვის საჭირო ორ ერთნაირ გარემოს, პირობითად გატიხრულ ორ პარალელურ მოედანზე. პირველი იწყებს ეტიუდის კეთებას; მასთან ერთად მეორე იწყებს მისი მოქმედებების გამეორებას (შეიძლება მხოლოდ ეტიუდის ამბავი იცოდეს წინასწარ) ანუ ჩვენ, რომლებიც ამ შემთხვევაში, სავარჯიშოს მიზნიდან გამომდინარე, მხოლოდ მას, მეორეს ვუყურებთ, – „გვაჩვენებს“ ეტიუდის მოცემულ ამბავს; ისე რომ ზუსტად გავიგოთ ეტიუდის შინაარსი, სიუჟეტი, პერსონაჟის ხასიოთი და ა. შ.; ეტიუდის შესრულება-გამეორებისას იგი იძულებული იქნება „აჩვენოს“ ხასიათი; რადგან „პირველი“ წინასწარ მომზადებულია და გადის მოქმედების ორგანულ პროცესს, ხოლო „მეორე“ ხედავს ამ პროცესის შედეგს და იმორებს მას. ასე რომ, „მეორეს“ ავტომატურად „ჩვენება“ გამოსდის; მთავარია, მან ეს ვითარება და ხერხი დააფიქსიროს. თან, ბოლომდე არ (თუ ვერ) ერთვება ამბის განსახიერების პროცესში, რაც საშუალებას აძლევს, დაიმახსოვროს ეს მდგომარეობა; დაიმახსოვროს საკუთარი რეაქციები (კონცენტრაციის მაქსიმალური უნარი!), შთაბეჭდილებები და... მეორედ, უკვე ინდივიდუალურ რეჟიმში კონკრეტული ეტიუდის შესრულებისას, ამბისა და ე. წ. პერსონაჟის „წარმოდგენის“ დროს, – შესაბამის მომენტში, – ჩვენების პროცესში გამოიყენოს დამახსოვრებული რეაქციები, საკუთარი დამოკიდებულება და ბრეხტის ტერმინითვე რომ ვთქვათ – „შეცბუნებები“.

სავარჯიშო „ჩვენების“ ეფექტის გამოსამუშავებლად – 3

სავარჯიშოსათვის საჭიროა ტექსტის აუდიო ჩანაწერი; ეს შეიძლება იყოს ნებისმიერი სახის ტექსტი – რადიო ჩანაწერი, რეპორტაჟი, ინტერვიუ, მონოლოგი; თუმცა, პირველ ეტაპზე, ალბათ, უკეთესია, თუ ეს იქნება მარტივი, თუნდაც ყოფითი ტექსტი, ოღონდ სადაც შეგვიძლია მოვისმინოთ მნიშვნელოვანი ამბავი, სასურველია შეიცავდეს რაიმე მოვლენას. მოვიძიებთ და შევარჩევთ მსგავსი სახის ჩანაწერს (ჩანაწერებს) – ეს

განვითარებული კომუნიკაციების და ინტერნეტის ეპოქაში
რთული არ იქნება. და... ვიწყებთ სავარჯიშოს...

სტუდენტი იკეთებს ყურსასმენს და შესაბამის აპარატში,
თუნდაც მობილურში, ჩაწერილი „მონოლოგის“ მოსმენას იწყებს.
პირობა ასეთია, მან მოსმენის დროს, პარალელურ რეჟიმში
უნდა წარმოადგინოს ის „პერსონაჟი“, რომლის ტექსტსაც
ისმენს. თუ როგორია იგი, რა მანერები აქვს, რა ფესტებს
გამოიყენებს ის, როგორ მოქმედებს კონკრეტულ მონაკვეთში
და ა. შ. სტუდენტი ამ დროს „წარმოადგენს“, „გვაჩვენებს“
ტექსტის მიხედვით აღქმულ პერსონაჟს. ამ შემთხვევაში
სტუდენტი იმის გამო, რომ იძულებულია ყურსასმენით
უსმინოს ტექსტს, რა თქმა უნდა, ვერ ჩაერთვება მოქმედებაში,
განცდის თეატრის სპეციფიკის მიხედვით საჭირო ხარისხით;
ამასთანავე, ის ვერ მიყვება მოსაუბრის მიერ ბუნებრივად
წარმართულ აზროვნებისა და მოქმედების ორგანულ პროცესს;
ასე რომ, სტუდენტს მოუწევს ამჯერადაც „შედეგის“ მიხედვით
იხელმძღვანელოს – წარმოადგინოს შედეგის შესაბამისი
რეაქციები, მოქმედებები, რაც წარმოშობს ჩვენების პროცესს.
და ერთიც, სტუდენტმა ეს ყველაფერი უნდა წარმოადგინოს
საკუთარი დამოკიდებულებით, რა მიმართებაც უყალიბდება
ობიექტისადმი სმენის დროს. ეს სავარჯიშო, ამ ყველაფერთან
ერთად, ავარჯიშებს ყურადღებისა და კონცენტრირების უნარს,
სტუდენტის შემოქმედებით ფანტაზიას, სპონტანურობის და
იმპროვიზაციის უნარს, ხასიათის შექმნისათვის საჭირო
დეტალებისა და ფაქტორების აღმოჩენის, შემჩნევის მოქნილ
ფსიქოლოგიურ უნარს. სავარჯიშოს კეთების პროცესში
სრულად უნდა იყოს ჩართული სტუდენტ-მსახიობის
სამსახიობო გამომსახველობითი საშუალებები; რადგან
შედეგად უნდა მივიღოთ „ჩვენების“ ხერხების საშუალებით
„წარმოდგენილი“ პერსონაჟის თითქმის სრული მხატვრული
სახე. პირველ ეტაპზე (არა პირველ ჯერზე) სავარჯიშოს
განხორციელებისას დადებითი შედეგის მიღწევისას, შეიძლება
ცცალოთ და სავარჯიშო გაეხადოთ ორ ან სამ-კაციანი.
შესაბამისად, მოსასმენი ტექსტი უნდა შეადგენდეს იმდენივე

ადამიანის დიალოგს (ამბავს).

ბრეხტის მეთოდის ზემოხსენებული პრინციპების შესასწავლად, მიმაჩნია, რომ წინამდებარე ტიპის სავარჯიშოთა ნიმუშები ამბის ნახტომისებურად განვითარების, „ქუჩის სცენისა“ და „ჩვენების“ ელემენტების შესასწავლად, ეფექტური იქნება, რაც შემდგომი პრაქტიკული კვლევის საშუალებასაც იძლევა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ბ. ბრეხტი, „პატარა ორგანონი თეატრისათვის“, გამომც. „ხელოვნება“, თბ., 1982
- კ. სტანისლავსკი, „მსახიობის მუშაობა თავის თავზე“, სახელგამი, თბ., 1949
- მ. თუმანიშვილი, „სანამ რეპეტიცია დაიწყება“, გამომც. „საქ. თეატრალური საზოგადოება“, თბ., 1977

მენეჯმენტი

დილაგარდისა დავითულიანი,

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, პროფესორი,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და
კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის მოწვეული
პედაგოგი

გლობალიზაცია და საქართველო

გლობალიზაცია ფრაგმენტაციის საწინააღმდეგო ტერმინად მოგვევლინა მე-20 ს. 80-იან წლებში. დღეს გლობალიზაციაში იგულისხმება მსოფლიო ქვეყნებსა და რეგიონებში მიმდინარე სოციალურ-ეკონომიკური, პოლიტიკური, კულტურული, მეცნიერულ-ტექნოლოგიური და ა. შ. პროცესების ერთიან სისტემაში მოქცევა, ანუ უნიფიკაცია, შემუშავებული მოთხოვნების შესაბამისად. ამ ტერმინის წარმოშობას წინ უსწრებდა თვით პროცესის დაწყება. გლობალიზაცია როგორც პროცესი მე-20 საუკუნის 60-იანი წლებიდან გამოიკვეთა. სწორედ ამ პერიოდიდან მსოფლიოს პოლიტიკურ სოციალურ-ეკონომიკურ თუ მეცნიერულ-ტექნიკურ სფეროში არსებითი ძვრები დაიწყო. სისტემურმა პროგრესულმა ცვლილებებმა შეცვალა მსოფლიო ეკონომიკის განვითარება და შესაძლებელი გახდა სხვადასხვა ქვეყანაში დაგროვილი პოტენციალის გამოვლენა-რეალიზაცია, რამაც ხელი შეუწყო გლობალიზაციის დაჩქარებას. გლობალიზაციის პროცესის დაჩქარებამ განაპირობა გლობალიზაციის კომპლექსური მაჩვენებლის, გლობალიზაციის ინდექსის შემოღება, რომელიც 2002 წელს შეიქმნა. მონაცემები ძირითადად ეყრდნობა საერთაშორისო სავალუტო ფონდის, მსოფლიო ბანკის, გაეროს განათლების, მეცნიერების და კულტურის ორგანიზაციის და სხვათა საინფორმაციო მასალებს. გლობალიზაციის ინდექსის ზოგადი

მაჩვენებლის მიხედვით ლიდერობენ და პირველ ათეულში არიან: ბელგია, ისლანდია, შვეიცარია, ავსტრია, შვედეთი, ნიდერლანდი, დანია, ლუქსემბურგი და უნგრეთი. ამ მაჩვენებლით საქართველო 59,8%-ით 90-ე ადგილზეა. ამ საყოველთაო ინდექსით, პროცენტული გამოხატულებით, ყოველწლიურად განისაზღვრება მსოფლიო 158 ქვეყანაში პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური და გლობალიზაციის ხარისხი.

პოლიტიკური გლობალიზაცია – გამოითვლება ისეთი მაჩვენებლებით, როგორებიცაა: საერთაშორისო ორგანიზაციების წევრობა, ქვეყანაში საელჩოებისა და საერთაშორისო ხელშეკრულებების რაოდენობა, გაეროს უსაფრთხოების საბჭოს მისიის წევრობა. პოლიტიკურ გლობალიზაციაში საერთაშორისო წესრიგის დამყარების თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი როლი აკისრია გაეროს და სხვა სტრუქტურებს. პოლიტიკური გლობალიზაციის მაჩვენებლის მიხედვით საქართველო 138-ე ადგილზეა.

ეკონომიკური გლობალიზაცია – განისაზღვრება ისეთი მაჩვენებლით, როგორიცაა, საქონლის, მომსახურების, კაპიტალის, საზღვარგარეთ გატანის მასშტაბები და საგარეო ვაჭრობაში ჩართულობის დონე, უცხოური ინვესტიციების ქვეყანაში შემოდინების მოცულობა, საერთაშორისო ვაჭრობაში საბაჟო პოლიტიკის სიმკაცრის ხარისხი და საიმპორტო ბარიერები და მრავალი სხვა. ეკონომიკური გლობალიზაცია მრავალმხრივი პროცესია. იგი აძლიერებს ქვეყნებს შორის ურთიერთკავშირს და სამეურნეო ინტერნაციონალიზაციას. ეკონომიკური გლობალიზაციის მაჩვენებლით, რომელიც გამოხატავს მოცემული ქვეყნის მსოფლიო ეკონომიკაში ინტეგრირების ხარისხს, საქართველო 51-ე ადგილზეა.

სოციალური გლობალიზაცია – განისაზღვრება საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების დონით, საერთაშორისო სატელეფონო კავშირებით, ქვეყნის მოსახლეობაში უცხოელების წილით, ყოველ ათას კაცზე ინტერნეტით მომსახურების რაოდენობით, წიგნებისა და გაზეთების ვაჭრობის მიღებული შემოსავლების წილით მშპ-ში და ა.შ.

იგი კულტურის უნივერსალიზაციის საფუძველზე ხელს უწყობს ჩამორჩენილი ქვეყნების ხალხთა ცხოვრების წესში თანამედროვე ცივილიზაციის ელემენტების დამკვიდრებას. ამ მაჩვენებლით საქართველო 83-ე ადგილზეა.

ეკონომიკური მიმდინარეობები და შესაბამისი მოდელები, შეიძლება ითქვას, განსაზღვრავენ მსოფლიო ეკონომიკური წესრიგის პოლიტიკაში „თამაშის“ წესებს. ადამ სმითის პერიოდიდან მოყოლებული, კლასიკურ ლიბერალურმა ეკონომიკურმა თეორიამ საფუძველი ჩაუყარა მსოფლიო წამყვანი ქვეყნების ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირებას. ადამ სმითით იწყება არა მხოლოდ ეკონომიკური მეცნიერების, არამედ ეკონომიკური პოლიტიკის ისტორიაც. შემთხვევითი არაა ის, რომ ადამ სმითი ითვლება მე-18 საუკუნის უდიდეს ეკონომისტად, კარლ მარქსი – მე-19 საუკუნისა, ხოლო ჯონ კეინზს ეკუთვნის მე-20 საუკუნის პალმა.

დასავლური ცივილიზაციის ინდუსტრიული განვითარების პირველ ეტაპზე სახელმწიფო განიხილებოდა როგორც ღამის დარაჯი, სახელმწიფოს საქმიანობას არამწარმოებლურ შრომად მიიჩნევდა. ეს თითქმის 160 წელი საფუძვლად ედო კაპიტალისტური ქვეყნების ეკონომიკურ პოლიტიკას, ვიდრე 1936 წლამდე, როცა ჯონ კეინზმა არ გამოსცა თავისი ცნობილი წიგნი, რომელიც ახალ ეტაპად არის აღიარებული ეკონომიკის აზრის ისტორიაში. მან უარყო ეკონომიკაში გაბატონებული მიკრო-ეკონომიკური მიდგომა და ცენტრალური ადგილი მაკრო-ეკონომიკურ თეორიას და აქედან გამომდინარე ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირებას დაუთმო. ჩამოყალიბდა ახალი ეკონომიკური მიმდინარეობა კეინზიანელობის სახით, რომელმაც უდიდესი როლი შეასრულა მსოფლიო პოლიტიკაში.

კეინზიანურმა რეგოლუციამ ხელი შეუწყო კაპიტალიზმის გადაზრდას ახალ თვისობრიობაში, ჩამოყალიბდა საბაზრო რეგულირებადი ეკონომიკა, სადაც ბაზარი წარმოსდგა სრულიად ახალ ამპლუაში. შორეულ წარსულში აღმოცენებულმა ბაზარმა სრულიად სხვა შინაარსი მიიღო. იგი აღიარეს ცივილიზაციის

უდიდეს მონაპოვრად.

ახალმა საბაზრო ურთიერთობებმა, საკუთრების პლურალიზმის დამკვიდრებით, გზა გაუხსნა საკუთრების დემოკრატიზაციის პროცესს, რამაც მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა ჩანასახოვან მდგომარეობაში მყოფი გლობალიზაციის წარმოშობაში. ამან კი დააჩქარა, 50-იან წლებში დეკოლონიზაციის პროცესი. ამავე პერიოდში დაწყებული მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუციის საფუძველზე მსოფლიოში მიმდინარე ღრმა სტრუქტურულმა ცვლილებებმა მსოფლიო განვითარებას ახალი თვისებრიობა შესძინა. კერძოდ: დაიწყო მოსახლეობის მწარმოებლური დარგების სწრაფი განვითარება. მთელი საზოგადოებრივი წარმოების ანუ ეროვნული ეკონომიკის პირველად (ანუ აგრარული), მეორეულ (ანუ ინდუსტრია) და მესამეულ (ანუ მომსახურების სფერო) სექტორებად დაყოფა

მე-20 საუკუნის 60-იან წლებში შეიქმნა ინდუსტრიული საზოგადოებიდან პოსტინდუსტრიულზე გადასვლის თეორიული საფუძველი, რომლის მნიშვნელოვან მახასიათებელს წარმოადგენს მომსახურების სექტორის წილის ზრდა დანარჩენ ორთან შედარებით. მომსახურების სფერო ყველა ძირითადი მაკროეკონომიკური მაჩვენებლით გადაიქცა ეკონომიკის უმსხვილეს სექტორად. ამ პროცესმა ეკონომიკის „სერვიზაციის“ სახელწოდება მიიღო. საქმე ისაა, რომ კომპიუტერულმა ავტომატიზაციამ, ინფორმაციის სწრაფად გადამუშავებამ, აგრეთვე რესურსდამზოგველი ეკონომიკის სწრაფმა განვითარებამ ეკონომიკის რეალურ სექტორს, განსაკუთრებით მრეწველობას, სახე შეუცვალა. ცივილიზებულ სამყაროში მომსახურების სფერომ თვალსაჩინო ადგილი დაიმკვიდრა და მატერიალურ-ნივთობრივ წარმოებასთან მიზეზ-შედეგობრივ კავშირში აღმოჩნდა. საზოგადოებაში მნიშვნელოვანი როლი სოციალურ ინფრასტრუქტურას დაეკისრა. ამის პარალელურად საწარმოო მოხმარების სტრუქტურაში საგრძნობლად იმატა წარმოებრივი ინფრასტრუქტურის წილმა.

ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირების გაძლიერებამ განაპირობა ინსტიტუციური ინფრასტრუქტურის (სახელმწიფო

აპარატი, საფინანსო, საკრედიტო სფერო, დაზღვევა და სხვ.) განვითარება. ტექნოლოგიურმა ბუმმა აუცილებელი გახადა ეკოლოგიური ინფრასტრუქტურის განვითარებაც. საბაზრო ურთიერთობების რთულმა სისტემამ მოითხოვა საბაზრო ინფრასტრუქტურის სწრაფი განვითარება. საზოგადოებამ თავის განვითარებაში განვლო შემდეგი სტადიები: სასოფლო-სამეურნეო ცივილიზაცია, ინდუსტრიული და პოსტინდუსტრიული ერა. სწორედ მე-20 საუკუნის 70-იანი წლებიდან ინდუსტრიული საზოგადოების გადაზრდამ პოსტინდუსტრიულ ერაში, დააჩქარა გლობალიზაციის პროცესი. კაცობრიობის განვითარების ამ თვისობრივ ნახტომში ყველაზე მნიშვნელოვანია ის, რომ მან ეკონომიკას სოციალური ორიენტაცია შესძინა.

გლობალიზაციას ახალი იმპულსი შესძინა 90-იან წლებში ელვისებურად განვითარებულმა კატაკლიზმებმა, რაც სწრაფად დასრულდა მსოფლიო სოციალისტური სისტემის დაშლით, რაც დროის მოთხოვნა იყო და მსოფლიო პროცესების გამოძახილიც.

დღეს გლობალიზაცია თანამედროვე მსოფლიოს ერთ-ერთი ძირითადი თავისებურებაა და, შეიძლება ითქვას, განსაზღვრავს მსოფლიო პოლიტიკის შინაარსს. საზოგადოებრივი ცხოვრების მნიშვნელოვანი ნაწილი გლობალურ პროცესებზეა დამოკიდებული. იგი რადიკალურად ცვლის თანამედროვე საზოგადოების არა მხოლოდ ცხოვრების შინაარსს, არამედ განაპირობებს ეკონომიკის ღრმა სტრუქტურულ ცვლილებებსაც. ამიტომაცაა დიამეტრალურად განსხვავებული განვითარებული, არასაკმარისად განვითარებული (ახალი ინდუსტრიული) და განვითარებადი (მესამე სამყაროს) ქვეყნები. სწორედ ეს არის მსოფლიო ეკონომიკური პოლიტიკის ლოგიკა, განვითარების გენერალური კურსი, რაც სამყაროს კიდევ უფრო დიფერენცირებულს და კონტრასტულს ხდის. ერთი რამ კი ცხადია, – დღეს მსოფლიოში არ არსებობს წინააღმდეგობა მაღალ ტექნოლოგიურ მომსახურებასა და მაღალტექნოლოგიურ ინდუსტრიას შორის. წინააღმდეგობებს მხოლოდ მოძველებული ტექნოლოგიები და ნაკლებკონკურენტიანი პროდუქცია

განაპირობებს.

თანამედროვე პირობებში საზოგადოებაში გლობალიზაციას უფრო ნეგატიური დატვირთვა აქვს, ვიდრე პოზიტიური. იგი არ შეიძლება ერთმნიშვნელოვნად შეფასდეს. იგი ორივეს მოიცავს, მისგან გვერდზე გადგომა არ შეიძლება, რადგანაც ეს ქვეყნის იზოლაციაში ყოფნას ნიშნავს.

გლობალიზაცია მიზეზშედევობრივ კავშირშია ახალი მსოფლიო წესრიგისა და სამოქალაქო საზოგადოების ჩამოყალიბების პროცესთან. იგი არამხოლოდ აახლოვებს ქვეყნებს ერთმანეთთან, არამედ ურთიერთდამოკიდებულსაც ხდის. შესაბამისად, იგი აჩქარებს ცალკეულ ქვეყნებში ღია საზოგადოების ჩამოყალიბებას და ანგრევს ჩაკეტილ, ტოტალიტარულ რეჟიმს და ეკონომიკას. ხელს უწყობს პარტნიორულ ურთიერთობებს, რესურსების ეფექტიან გამოყენებას, გამოგონებების მოკლე დროში დანერგვას, ინფორმაციული ტექნოლოგიების სწრაფ განვითარებას, კაპიტალის თავისუფალ მოძრაობას და მრავალი სხვა.

21-ე საუკუნე მსოფლიოს სთავაზობს ეკონომიკის განვითარების ახალ მოდელს, სადაც წინა პლანზეა წამოწეული ცოდნის დაგროვება, ინოვაციური ეკონომიკა, რომელშიც მთავარ როლს ასრულებს ინტელექტუალური კაპიტალი, ინფორმაციული და ტელეკომუნიკაციური ტექნოლოგიები. ცნობილია, რომ ბაზარი კონკურენციის გარეშე არ არსებობს. კონკურენცია გასცდა ერთი ქვეყნის ფარგლებს, იგი გახდა განვითარების ინდიკატორი და განსაზღვრავს თითოეული ქვეყნის ადგილსა და როლს მსოფლიო ეკონომიკაში. უახლოეს წარსულში ქვეყნის კონკრეტულ უპირატესობას განსაზღვრავდა მდებარეობა, ბუნებრივი რესურსები, იაფი სამუშაო ძალის სიჭარბე, ბიუჯეტი, ვალუტის სიმყარე, მენეჯმენტი და სხვა. თუმცა ეს ფასეულობები ამჟამად მნიშვნელოვანია, მაგრამ გავლენას ვერ ახდენს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობაზე. მსოფლიო პრაქტიკამ არ დაადასტურა ასეთი მიდგომის უტყუარობა და ამის მკაფიო მაგალითებია რესურსებით დეფიციტური იაპონიის და კორეის წარმატებები, სამუშაო

ძალის სიმცირის პირობებში – გერმანიის, შვეციის, შვედეთის და ა.შ. განვითარება.

21-ე საუკუნე აღიარებულია ინოვაციების, ცოდნის, ინტელექტუალური კაპიტალის საუკუნედ. დღეს საერთაშორისო ვაჭრობაში შედარებით უპირატესობის თეორია ადგილს უთმობს ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობის თეორიას, რომელიც გასცდა წარმოების ხარჯების ანალიზს და აქცენტს აკეთებს ისეთ ფასეულობებზე, როგორებიცაა: ნოუ-ჰაუ, ხარისხი, ბაზრისადმი ახლებური მიდგომა, ახალი დიზაინი და ა.შ. გლობალიზაცია ახდენს თავისუფალი ვაჭრობის რეალიზაციას. საქართველო ეკონომიკის ინტელექტუალიზაციის დონის (ტექნიკურ მიღწევათა ინდექსის) მიხედვით მსოფლიოში ყველაზე ჩამორჩენილი ქვეყნების ჯგუფშია მოქცეული.

გლობალიზაციის ძლიერი ტენდენციები დღეს გარდაუვალია, რომელსაც ბევრ პოზიტიურთან ერთად, ახლავს საკმაოდ გამოკვეთილი ნეგატიური შედეგები. გარკვეული თვალსაზრისით იგი საფრთხეს უქმნის მცირე ქვეყნებსა და ერებს, უარყოფით გავლენას ახდენს ლოკალურ კულტურაზე. გართულებულია მცირე, სუსტად განვითარებულ ქვეყნებში ეკონომიკის მართვის დამოუკიდებელი სტრატეგიის განხორციელება. ეს ქვეყნები ნაკლებად ავტონომიურია, შეზღუდულია მათი ეკონომიკური სუვერენიტეტი, ამასთან ეროვნული ტრადიციებისა და თავისებურებების შენარჩუნების ნაკლები უნარი აქვთ, მაშინ როცა განვითარებულ ქვეყნებს დომინანტური პოზიცია უკავიათ მსოფლიოს წესრიგის განსაზღვრაში.

საერთაშორისო დონეზე მართული პოლიტიკური გადაწყვეტილებები უმეტესად კონტროლდება საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ სავაჭრო ბლოკებს, მსოფლიო სააგენტოებს და მთავარ სახელმწიფოებს შორის დადებული ხელშეკრულებებით. თანამედროვე პირობებში ბაზრის გახსნილობა მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული აშშ-ის ეკონომიკურ პოლიტიკაზე, მას თანაბარი სიძლიერის კონკურენტები არ ჰყავს. არც ევროკავშირს და არც იაპონიას არ შეუძლია ამ როლის შესრულება. დღეს მცირე ქვეყნების

ეკონომიკური პოლიტიკა მსოფლიო ბაზრების ძალებმა დაჩრდილა. მათ აღარ შეუძლიათ ეკონომიკურ და სოციალურ მოვლენებზე გავლენის მოხდენა.

მცირე ქვეყნების ეკონომიკური პოლიტიკა სულ უფრო და უფრო ძნელდება. ამიტომ ეროვნული ეკონომიკების ეფექტიანი მართვის ფუნქციები მკვეთრად ეცემა, ინვესტიციები და ფინანსური წყაროები შეზღუდულია.

მესამე ათასწლეულის დასაწყისში გლობალიზაციის პროცესი მკვეთრად ღიფერენცირებულა, ხასიათდება წინააღმდეგობებით, რომლებიც უპირატესად თავს იჩენს განვითარებად ქვეყნებში. გლობალიზაციის პროცესი, ბუნებრივია, არ შეიძლება რომელიმე ერთი მოდელით (ამერიკულით, ევროპულით, იაპონური, ჩინური) განვითარდეს. მას ახასიათებს ზოგადი კანონზომიერებები, რომლებიც ქვეყნის მართვის თავისებურებებიდან გამომდინარე, არა მხოლოდ სხვადასხვა რეგიონში, არამედ ცალკეულ ქვეყნებშიაც სპეციფიკურობით ხასიათდება. ამ მხრივ არც საქართველოა გამონაკლისი, რომელიც მრავალი პრობლემის წინაშე დგას, მაგრამ თავისი ორიგინალობით მან მიიპყრო მსოფლიოს ყურადღება.

კვაზისოციალისტური სისტემის ნგრევის შედეგად საქართველო გლობალიზაციის მსოფლიო პროცესების მონაწილე გახდა და ახალი ამოცანები დაისაზა თავის განვითარებაში. ის გარემოება, რომ საქართველო არის სატრანზიტო ქვეყანა, დიდ პასუხისმგებლობას ანიჭებს მას – დაიკავოს საკუთარი ადგილი მსოფლიო ცივილიზაციის პროცესში. ამ მიმართულებით გადადგმულია გარკვეული პოზიტიური ნაბიჯები, რაც ხელს შეუწყობს გარე სამყაროსთან საქართველოს ეკონომიკური და კულტურული თანამშრომლობის გაღრმავებას. მიუხედავად ამისა, მაინც აქტუალურია კითხვები, – რამდენად პასუხობს საქართველოში არსებული სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა გლობალიზაციის გამოწვევას? არის თუ არა ქვეყანა მზად, აითვისოს გლობალიზაციის პოზიტიური შედეგები და სწრაფად მოახდინოს ეკონომიკის

მოდერნიზაცია, ისე როგორც ეს გააკეთა ბევრმა ქვეყანამ, მათ შორის „აზიურმა ვეფხეებმა“, რომლებსაც 10-15 წელი დასჭირდათ, რომ დაედლიათ ეკონომიკური ჩამორჩენილობა და ახალი ინდუსტრიული ქვეყნების სტატუსი მიეღოთ.

მიუხედავად პოზიტიური ძვრებისა, საქართველო ჯერ კიდევ რთული სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური პრობლემების წინაშე დგას. დამოუკიდებლობის მოპოვებიდან დღემდე ოციოდე წელი გავიდა და ამ ხნის მანძილზე საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალი პერიოდიც კი არ დასრულებულა. კვაზიდემოკრატია აფერხებს ეკონომიკის განვითარებას და საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლას. საქართველომ ისიც ვერ შეძლო, რომ მთლიანი შიგა პროდუქტის წარმოების 1990 წლის დონისათვის მიეღწია. უმნიშვნელოდ გაუმჯობესდა საქმიანი გარემო. ჯერ კიდევ ირღვევა კონტრაქტები, სუსტია სასამართლო სისტემა და ღრმა კორუფციისაგან ქვეყანამ თავი ვერ დააღწია. სათანადოდ არ არის კერძო საკუთრება დაცული. პრივატიზაცია, მიუხედავად დაშვებული შეცდომებისა, ბრძანებლურ-ადმინისტრაციული მმართველობიდან საქართველოს გამოსვლისა და საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლისათვის წერტილია, ქვეყნისათვის წინ გადადგმული ნაბიჯია, მაგრამ ის „ველური კაპიტალიზმი“, რომელიც ჩამოყალიბდა საქართველოში, სწორედ პრივატიზაციის შედეგია, რაც მნიშვნელოვნად აბრკოლებს ეფექტიანი ეკონომიკის შექმნას, ეკონომიკურ ზრდას. სწორედ ამის შედეგია ის, რომ ქვეყანაში ვერ ჩამოყალიბდა საშუალო ფენა.

გლობალიზაცია ზოგჯერ ჩამორჩენილ, სუსტად განვითარებულ ქვეყნებს დაბალი ხარისხისა და ფალსიფიცირებული იმპორტირებული ნაწარმის გამსაღებლად გადააქცევს. ეს საფრთხე სწორედ საქართველოსაც არ ასცდა. საქართველო ვერ გახდა ექსპორტზე ორიენტირებული ქვეყანა, თავი ვერ დააღწია უარყოფით სავაჭრო ბალანსს, საქართველოში მწვავედ დგას უმუშევრობის პრობლემა. ეკონომიკურად აქტიურად მოსახლეობის მხოლოდ 59%-ია დასაქმებული, ამასთან დასაქმებულთა ნახევარზე

მეტი თვითდასაქმებულთა, ისიც სოფლის მეურნეობაში. მთელი მოსახლეობის მეოთხედი უცხოეთშია საშოვარზე გადახვეწილი. უმუშევართა რიგების ზრდის ახალი ტალღა 2008 წლის აგვისტოს ომის შემდეგ დაიწყო. ექსპერტების შეფასებით, უმუშევრობის მსხვერპლი მოსახლეობის მინიმუმ 25%-ია. ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ისმის კითხვა — მზად არის თუ არა საქართველო, რომ ალუდგეს წინ გლობალიზაციის ნეგატიურ ტენდენციებს, დაიცვას ეროვნული ტრადიციები, ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობა, რელიგიურ-ზნობრივ ფასეულობები, ეკოლოგია და, რაც მთავარია, მკვიდრი მოსახლეობა.

ახალი ეკონომიკური სისტემის მშენებლობა უნდა გამხდარიყო საქართველოში ცხოვრების დონის ამაღლების და სამართლიანობის პრინციპებზე აგებული სისტემის ჩამოყალიბების საფუძველი. სამწუხაროდ, ეს ასე არ მოხდა. საქართველოში ლაპარაკია არა ეკონომიკის სოციალურ ორიენტაციაზე, არამედ ადამიანის ბიოლოგიურ გადარჩენაზე, ერის გადარჩენაზე.

გლობალიზაციის პირობებში ეკონომიკის წინსვლა ეროვნული ფასეულობების დაცვისა და თვითმყოფადობის შენარჩუნების გარეშე, შეუძლებელია. სამწუხაროდ, საქართველო დღეს არ არის მზად, გამოიყენოს პოტენციური შესაძლებლობები და წინ ალუდგეს გლობალიზაციის ნეგატიურ ტენდენციებს. უცხოურ მოდელზე აგებული ეკონომიკური პოლიტიკა, გარკვეულწილად იმ დიდი პოლიტიკის შემადგენელი ნაწილია, რომლის მიზანიც არ არის მყარი ეკონომიკის შექმნა, პირიქით, იგი ქვეყნის ქრონიკული ჩამორჩენილობის საფუძველია.

მიუხედავად პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობისა, საქართველოს აქვს პოტენციალი — გადაჭრას მის წინაშე არსებული რთული პრობლემები. აუცილებელია გავიაზროთ პასუხისმგებლობა ზვალინდელი დღის მიმართ. უპირველეს ყოვლისა, ჩვენ უნდა გავერკვიოთ — საით მივდივართ, როგორ ეკონომიკურ სისტემას ვაშენებთ და როგორი ქვეყნის აშენება დავისახეთ მიზნად.

დიდი ილია ჭავჭავაძე წერდა – სამი ღვთაებრივი საუნჯე დაგვრჩა ჩვენი მამა-პაპათაგან: მამული, ენა, სარწმუნოება. თუ ამათ არ ვუპატრონებთ, რა კაცები ვიქნებით, რა პასუხს გავცემთ შთამომავლობას. ამათ გარეშე, ჩვენ „ჩვენ“ არ ვიქნებით და მათი მარადიული დაცვა თითოეული ჩვენგანის წმინდათა წმინდა ვალია.

განვითარებული საბაზრო ეკონომიკა არ წარმოადგენს ეკონომიკას წესების გარეშე ამ წესების დაცვა აუცილებელია ყველა იმ ქვეყნისათვის, რომელმაც მიზნად ასეთი ეკონომიკის შექმნა დაისახა. ამიტომ გლობალიზაციის პირობებში საქართველომ უნდა შეინარჩუნოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობა საკუთარი ეკონომიკის, კულტურის, ტრადიციების, ისტორიის განვითარების საფუძველზე და ეროვნულ ნიადაგზე ააშენოს ევროპული ცივილიზაცია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- რ. ასათიანი, გლობალიზაცია, ეკონომიკური თეორია და საქართველო, თბ., 2010
- ა. აბრალავა, ეროვნული ეკონომიკა და გლობალიზაცია, თბ., 2005
- ე. მექვაბიშვილი, ეკონომიკის გლობალიზაცია: მიმართულებები, გამოწვევები, პერსპექტივები, თბ., 2009

კულტურული ინდუსტრიის ფუნქციონირების ეკონომიკური და სივრცობრივი ფორმები

კულტურა, როგორც შეთანხმებათა სისტემა, მოიცავს კულტურულ-ისტორიული მემკვიდრეობის, ტრადიციების დაცვასა და გავრცელების ხელშეწყობას, განათლებას, ხელოვნების და კულტურის საშუალებით სამოქალაქო ღირებულებების დამკვიდრებასა და სფეროს ორგანიზება-მართვას. სახელმწიფო, კულტურის სფეროს აქტივობებთან ერთად, წარმოადგენს პოლიტიკის ძირითად ინსტრუმენტს. სახელმწიფოს კულტურის სფეროში მონაწილეობის თანამედროვე ფორმა – გამოიხატება კულტურული მოღვაწეობის კოორდინაციასა და რეგულირებაში, რომელიც თითოეული მოქალაქისთვის კულტურაზე ხელმისაწვდომობასთან, ხელოვნებისა და შემოქმედების ყველა სხვა სახეობის მხარდაჭერასთან, აგრეთვე სხვა ქვეყნებში საკუთარი კულტურის გატანასა და გავრცელებასთან ასოცირდება. კულტურის ინდუსტრიის ფუნქციონირებისა და საქმიანობის შედეგების განხილვისას მკვლევრები, უპირველეს ყოვლისა, რაოდენობრივ (მოცულობა ფასის მიხედვით) და ხარისხობრივ შეფასებაზე ამახვილებენ ყურადღებას (კულტურული კეთილდღეობის მწარმოებელი კულტურული ინდუსტრიის სხვადასხვა ფორმის ურთიერთთანამშრომლობა) და სწორედ მის საფუძველზე კეთდება დასკვნა, თუ რამდენად ეფექტურია მათი საქმიანობა. აქვე აღსანიშნავია სივრცობრივი ასპექტი, რომელიც საშუალებას იძლევა, კულტურის სფეროს საქმიანობა განიხილოს როგორც განვითარების, ასევე მისი იმ ტერიტორიულ-ადმინისტრაციულ კომპლექსთან კავშირის მიხედვით, სადაც ის არის გავრცელებული. ეს უკანასკნელი განსაკუთრებით აქტუალურია ადმინისტრაციული ბარიერების

გადალახვის დროს, მოცემულ სივრცეზე შესვლის ან შედგომაში ოპერირებისთვის. მეწარმეობა კულტურაში ადამიანური საქმიანობის სპეციფიკური სფეროა, რომელიც კულტურისა და ბიზნესის ინტეგრაციის შედეგად წარმოიშვა. იგი დამახასიათებელია საბაზრო ურთიერთობის წარმოშობის, განვითარებისა და ტრანსფორმაციის პერიოდისთვის, რომელიც იქმნება და რეალიზდება საზოგადოებრივი განვითარების ინდუსტრიული და პოსტინდუსტრიული მოდელის ჩარჩოებში. მეწარმეობას კულტურაში სხვადასხვაგვარი გაგება გააჩნია, ამ საქმიანობის სპეციფიკა მატერიალური და სულიერი ღირებულებების შექმნის სასაზღვრო ზონაში წარმოიშობა. მეწარმეობა უნივერსალური მოვლენაა და დამახასიათებელია ადამიანური საქმიანობის განსხვავებული სფეროებისთვის. მისი წყაროები უშუალო კავშირშია მატერიალურ და კომერციულ საქმიანობასთან. 90-იანი წლების ბოლოს, განვითარებულ ქვეყნებში ჩატარებულმა კვლევებმა აჩვენა, რომ კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიები დღითიდღე უფრო და უფრო იზრდება, ვითარდება და შესაბამისად მაღალია მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ)¹ და მთლიანი დამატებითი ღირებულების მაჩვენებლები (დღვ), ასევე კულტურის ინდუსტრიები უზრუნველყოფენ მუდმივად შრომის ბაზარზე კადრების ცვლას, შესაბამისად, მუდმივად სტაბილური და მაღალია დასაქმების დონეც. კულტურა არა მარტო სხვადასხვა ტიპის სარგებლით (სოციალური, ირიბის სოციალური, ეკონომიკური და ირიბი ეკონომიკური) ახდენს ზეგავლენას, არამედ აუქმობებს ქვეყანათა იმიჯსა და საგარეო სავაჭრო პოზიციას. კულტურის სექტორს არა მარტო ეკონომიკის ზრდა შეუძლია, არამედ შესაძლებლობას იძლევა ხელი შეუწყოს შემოქმედებითობას და ინოვაციებს ეკონომიკის სფეროში. კულტურის სფეროს ინდუსტრიები სულ უფრო მეტად ხდება თანამედროვე ეკონომიკის მნიშვნელოვანი კომპონენტი. 21-ე საუკუნის

¹ მთლიანი შიდა პროდუქტი (მშპ) - კონკრეტული ქვეყნის ფარგლებში გარკვეული დროის მანძილზე წარმოებული (შექმნილი) საქონლისა და მომსახურების რაოდენობა;

პირველი ათწლეული მიჩნეულია, როგორც კულტურის მონაწილეობით ეკონომიკის განვითარებაში ცვლილებების შეტანისა და განვითარების ათწლეულად, რის შედეგადაც იგი გლობალური ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე დინამიკურ სეგმენტად არის მიჩნეული. კულტურის პროდუქტების წვლილი მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ-ს) სახით მუდმივად იზრდება. ბოლო წლების მანძილზე დათვლილია, რომ შემოქმედებითი სექტორი წარმოადგენს მსოფლიოს ეკონომიკის მშპ-ს 7.3 %-ს, საერთაშორისო ვაჭრობის ზრდის საშუალო მაჩვენებელი კი 2010-2012 წლებში იყო დაახლოებით 8.3 %, უახლოესი კვლებით კი ცნობილია, რომ მან შესაძლოა 10 %-საც მიაღწიოს.¹

მიუხედავად სამეცნიერო წრეებში გავრცელებული სხვადასხვაგვარი მოსაზრებებისა, შესაძლოა ჩამოვყალიბოთ კულტურის 2 სპეციფიური ინტერპრეტაცია:

1. კულტურა, როგორც ღირებულებებისა და ადათების ერთობლიობა, რომელიც ახდენს ადამიანთა გაერთიანებასა და იდენტიფიცირებას სხვადასხვა ჯგუფად.

2. კულტურა, როგორც „შემოქმედებისა და საგნების სხვადასხვა სახეობათა ერთობლიობა“, რომელსაც ქმნიან და სარგებლობენ ადამიანები.

კულტურაზე საუბრისას კი მნიშვნელოვანია სფეროს მართვის საკითხების გაცნობიერება. კულტურის სფეროს მენეჯმენტი სფეროს მართვა-ორგანიზებას გულისხმობს და გამორიცხავს კულტურის, როგორც სისტემის ორგანიზების ცნებას. კულტურა თვითმართვადი პროცესია და გარდა კულტურის სფეროს მართვის საკითხებისა, სხვა სფეროებისა და საზოგადოებრივ საკითხებსაც გულისხმობს (როგორებიცაა განათლება, გემოვნება, სამოქალაქო ღირებულებები, სოციალური კონტექსტი, ეკონომიკური სიტუაცია და სხვა).

ცნებაში – „კულტურის სფერო“ – იგულისხმება საწარმოთა, დაწესებულებათა და არაკომერციულ

¹ *Measuring the economic contribution of cultural industries. 2009 FRAMEWORK FOR CULTURAL STATISTICS HANDBOOK NO. 1* canada: UNESCO Institute for Statistics, 2012.pg 12 (ჩემი თარგმანი - ნ.ს.)

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 მენეჯმენტზე საუბრისას გასათვალისწინებელია შემდეგი გარემოებები: კულტურის სფეროს მართვის პროცესები დამოკიდებულია არა მარტო სოციალურ-კულტურულ კონტექსტზე და სოციალურ-კულტურულ გარემოზე, არამედ, თავადაც იძენს სოციალურ-კულტურულ ნიშან-თვისებებს.

კულტურის სფეროს ინდუსტრიებზე საუბრისას კი გასათვალისწინებელია სფეროსა და პროდუქტის სპეციფიკური თავისებურებები, დღევანდელი თემის მთავარ საკითხს კი მომხმარებლისა და პროდუქტების სივრცობრივი და ეკონომიკური მახასიათებლები წარმოადგენს, რადგანაც მომხმარებელთა სეგმენტაცია სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით წარმოებს და სეგმენტაციას კონკრეტული სფერო ან პროდუქტი განაპირობებს.

კულტურის სფეროს საწარმოო ბაზარზე პროდუქტი არის სარგებლისა და ფასეულობათა ნაკრები, რომელსაც სხვადასხვანაირად აღიქვამს მომხმარებელი. პროდუქტი შეიძლება დავახასიათოთ მისი ტექნიკური ან სიმბოლური მახასიათებლების მიხედვით. რასაც მომხმარებელი ყიდულობს, არის სარგებლის ნაკრები, რეალური იქნება ეს თუ წარმოსახვითი. მომხმარებელი თანხმდება რომ გადაიხადოს ფული და მიიღოს გარკვეული პროდუქტი თავისი სურვილების ან თავისი საჭიროებების გათვალისწინებით.

პროდუქტი შედგება რამდენიმე დამატებითი ელემენტისგან, რომელიც მნიშვნელოვანია მომხმარებლისთვის. პროდუქტების უმეტესობა ხასიათდება შემდეგი ძირითადი კომპონენტებით:

- ძირითადი პროდუქტი ან თვით ობიექტი.
- თანმხლები მომსახურება.
- სიმბოლური, ემოციური ან რაიმე სხვა ფასეულობა, რომელიც მომხმარებლებს ამ პროდუქტთან აკავშირებს.¹

კულტურის პროდუქტი არის საქონელი ან მომსახურება, რომელიც ღირებულია თავისი მნიშვნელობით და გააჩნია სხვადასხვა ფასეულობა. კულტურის პროდუქტის ღირებულება გამოიხატება იმაში, რომ თითოეული მომხმარებელი მას სხვადასხვანაირად აღიქვამს და სხვადასხვანაირი ინტერპრეტაციით წარმოიდგენს. ეს არის პროდუქტები, რომლებსაც მომხმარებელი მოიხმარს თავის წარმოდგენებსა და აღქმებში და არა სხვადასხვა პრაქტიკულ მდგომარეობაში რომელიმე პრაქტიკული პრობლემის გადასაჭრელად.² კულტურის სფეროს პროდუქტების მთავარი მახასიათებელი ისაა, რომ ისინი განსაკუთრებულ პროდუქტებად განიხილებიან და რთული პროდუქტების რიცხვს მიეკუთვნებიან. კულტურის სფეროს პროდუქტის სირთულე დამოკიდებულია თავად პროდუქტის სპეციფიკურ თავისებურებებზე, მომხმარებლის მიერ მიწვევებულ მახასიათებლებზე და მომხმარებლის მიერ პროდუქტის აღქმაზე. ზოგი პროდუქტი მიჩნეულია რთულ პროდუქტად მათი ტექნიკური სპეციფიკის გათვალისწინებით, რადგანაც მომხმარებლისგან მოითხოვს დიდ ძალისხმევას და ცოდნას, რომ აღიქვას და შეაფასოს პროდუქტი. კულტურის პროდუქტები განსაკუთრებით მაშინ განისაზღვრება რთულ პროდუქტებად, როცა მომხმარებლისგან მოითხოვს

¹ Colbert, Francois. *Marketing culture and the Arts*. Third Edition. Canada, ISBN 978-9808602; 2007. pg 31 (ჩემი თარგმანი – ნ.ს.)

² Phillips, Thomas B. Lawrence and Nelson. "Understanding Cultural Industries", *Journal of Management Inquiry*, DOI: 10.1177/1056492602238852; 2002. p431, <http://jmi.sagepub.com/cgi/content/abstract/11/4/430> (ჩემი თარგმანი – ნ.ს.)

სპეციფიკურ ცოდნას და განსაკუთრებულ შეფასების უნარს. სირთულე უფრო იზრდება, როცა მომხმარებელი არ იცნობს პროდუქტის თავისებურებას კარგად და ნაკლები გამოცდილება აქვს მასთან მიმართებაში. კულტურის სფერო ასევე მოიცავს ნაკლებად რთულ პროდუქტებს, რომლებშიც გამოყენებულია კონკრეტული, მარტივი იდეები. ამ პროდუქტებს სწორად პოპულარულ პროდუქტებსაც უწოდებენ.

კულტურის პროდუქტები ასევე ხასიათდება სხვადასხვა განზომილებიან პროდუქტებად და განისაზღვრება კულტურის პროდუქტის მხატვრული ღირებულების სამი განზომილების სახელით, ესენია: შედარებითი, ტექნიკური და არაძირითადი ანუ მეორეხარისხოვანი განზომილებები.

შედარებითი განზომილება – მომხმარებელს საშუალებას აძლევს სხვადასხვა კრიტერიუმზე დაყრდნობით (დარგი, ჟანრი, ისტორია, ა.შ) განიხილოს და აღიქვას პროდუქტი. შედარებითი განზომილების ზრდა ან დაპატარავება დამოკიდებულია მომხმარებლის ინდივიდუალურ ცოდნასა და გამოცდილებაზე პროდუქტის შესახებ. ეს განზომილება განსაზღვრავს პროდუქტს როგორც ამჟამად, ასევე ადრე არსებულ პროდუქტებთან შედარებით. შედარებათა სისტემის სირთულე აგრეთვე ხსნის, თუ რატომაა ზოგიერთი კულტურის პროდუქტი მეორეზე პოპულარული. მაგრამ იმისათვის, რომ ერთმანეთს შევადაროთ პროდუქტები, საჭიროა ვიცოდეთ სხვადასხვა ათვლის წერტილი, სწორედ ამიტომაც კრიტიკოსების ამოცანაც ასეთი რთული.

ტექნიკური განზომილება შეიცავს პროდუქტის ტექნიკურ და მატერიალურ კომპონენტებს იმ სახით, რა სახითაც მომხმარებელი იღებს მათ. ეს შეიძლება იყოს თავად პროდუქტი ან ნაწარმოების შესრულების კომპონენტი. ნებისმიერ შემთხვევაში ტექნიკური განზომილება გავლენას ახდენს პროდუქტის ხარისხზე.

არაძირითადი ანუ მეორეხარისხოვანი განზომილება დაკავშირებულია წარმოსახვით გარემოებებთან, რომლებიც ახლავს პროდუქტის აღქმას. ხელოვნების ნაწარმოების

ორჯერ ერთნაირად ნახვა შეუძლებელია – ერთი და იმავე ადამიანისთვისაც კი. მომხმარებლის აღქმა კულტურის შეფასების ძირეულ და გარდაუვალ კომპონენტებს წამოადგენს. იგივე შეიძლება ითქვას იმ კონტექსტის აღქმაზეც, რომელშიც წარმოდგენილია პროდუქტი. ადამიანს, რომელიც აღიქვამს პროდუქტს, შეიძლება ჰქონდეს სხვადასხვა განწყობა, ფიზიკური მდგომარეობა და ა.შ., რომლებიც განსაზღვრულ როლს თამაშობს პროდუქტის საერთო აღქმაში და გავლენას ახდენს მომხმარებლის შეხედულებაზე. მომხმარებლის აღქმა კულტურის ყველა პროდუქტისთვის მნიშვნელოვანია და განსაკუთრებულ როლს თამაშობს საშემსრულებლო ხელოვნებაში, სადაც მსახიობის განწყობილება, ფიზიკური მდგომარეობა და მის მიერ მაყურებლის თუ მსმენელის რეაქციის აღქმა, ასევე წარმოადგენს არაძირითად ფაქტორებს, რომლებიც გავლენას ახდენს პროდუქტის ხარისხზე და ადასტურებს იმ ფაქტს, რომ კულტურის პროდუქტი შეუძლებელია ორჯერ არ მეტჯერ იყოს ერთნაირი.¹

კულტურის სფეროს მომხმარებელთა სეგმენტაცია სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით წარმოებს, რომლებიც 4 ძირითად ჯგუფად შეიძლება დაიყოს. პირველი ორი – აღწერითი ხასიათისაა (გეოგრაფიული და დემოგრაფიული სეგმენტაცია), მეორე ორი კი – ქცევითი (სეგმენტაცია სამომხმარებლო ქცევისა და ფსიქოტიპების მიხედვით). რაც უფრო სრულყოფილადაა შესწავლილი და დახასიათებული სეგმენტი, მით უკეთ პროგნოზირებადია მისი სამომხმარებლო ქცევა.

კულტურის სფეროს მომხმარებლის ერთი პარამეტრით დახასიათება, როგორც წესი, საკმარისი არ არის. ერთნაირი დემოგრაფიული და ეკონომიკური მონაცემების მქონე ინდივიდებს სრულიად განსხვავებული დამოკიდებულებები შეიძლება ჰქონდეთ და სრულიად განსხვავებულად იქცეოდნენ: ზოგი მათგანი ფუფუნების საგნებისაკენ იყოს მიდრეკილი, ზოგი

¹Colbert, Francois. *Marketing culture and the Arts*. Third Edition. Canada, ISBN 978-9808602; 2007. pg 33-35 (ჩემი თარგმანი – ნ.ს.)

კი – პრაქტიკული საკენ. ამიტომ მკვლევრები პროდუქტების პოზიციონირებისას ჯვარედინ სეგმენტაციას მიმართავენ: ერთი პარამეტრით სეგმენტირებულ მომხმარებელთა ჯგუფებში კიდევ გამოიყოფა სხვადასხვა სეგმენტი სხვა, მეორადი პარამეტრის მიხედვით. მაგალითად, 18-24 წლის მომხმარებლები ასაკით ერთ დემოგრაფიულ სეგმენტს წარმოადგენენ, თუმცა, სამომხმარებლო ბაზრის მკვლევარი (მარკეტერი), შესაძლოა, დაინტერესდეს, თუ როგორ იყოფა ეს ასაკობრივი ჯგუფი ისეთი პარამეტრების მიხედვით, როგორიცაა შემოსავალი, სქესი და სხვა.

ბაზარზე ბრენდის სწორი პოზიციონირებისათვის და სარეკლამო კამპანიის ეფექტიანად წარმართვისათვის აუცილებელია მომხმარებლის ფსიქო პროფილის დადგენა. ბრენდი მომხმარებლისათვის მიმზიდველი რომ გახდეს, ის ისეთი მახასიათებლებით უნდა გამოირჩეოდეს, რომლებიც ყველაზე ახლოს იქნება მის შინაგან სამყაროსთან ანუ ფასეულობათა და ღირებულებათა სისტემებთან. სწორედ მომხმარებლების ფასეულობათა სისტემა მიგვითითებს იმ მიმართულებებსა და შეტყობინებებზე, ზმირად სარეკლამო და საკომუნიკაციო გზავნილებზე, რომლებსაც მომხმარებლის მოსაზრებად იყენებენ.

ბაზრის მრავალგანზომილებიანი – ანუ რამდენიმე პარამეტრის მიხედვით – სეგმენტირების შემთხვევაში, ფსიქოგრაფია ძირითადი კომპონენტია. მომხმარებელი ჯერ ფსიქოტიპების მიხედვით ხასიათდება და შემდგომ ხდება მეორადი სეგმენტაცია – თითოეული ფსიქოტიპის დემოგრაფიული, გეოგრაფიული ან ქცევითი მახასიათებლების გამოვლენა.

კომპანიის ურთიერთობა მომხმარებელთან მით უფრო წარმატებულია, როცა ინფორმაცია მომხმარებლის შესახებ მეტნაკლებად ცნობილია. მომხმარებლის ქცევის, მოტივაციების და დამოკიდებულებების ცოდნა გვეხმარება მათთვის მაქსიმალურად მიმზიდველი პროდუქტის წარმოებაში. მენეჯერმა, რომელსაც სურს კულტურის სფეროს სწორი

პოზიციონირება, უნდა განსაზღვროს მომხმარებელთა ზუსტი მოთხოვნილებები, უნდა იცოდეს სხვადასხვა ტიპისა და სოციალური ფენის წარმომადგენლების საჭიროებები, მოთხოვნილებები და ასევე თვისებები – რატომ ყიდულობს ესა თუ ის მომხმარებელი სხვადასხვა ტიპის კულტურის პროდუქტს.

მომხმარებელთა ქცევების ანალიზი თითქმის ყოველთვის დაფუძნებულია პროდუქტის შეთავაზების ტიპზე. მომხმარებლები ზშირად აფუძნებენ თავიანთ გადაწყვეტილებებს გარკვეულ ინფორმაციაზე, ეს ინფორმაცია შეიძლება დაფუძნდეს ორ კატეგორიად: შიდა ანუ წინა გამოცდილება და გარე ანუ პროდუქტის ტიპზე დამოკიდებული. გადაწყვეტილების მიღებასთან დაკავშირებულ პროცესებზე დიდ გავლენას ახდენს ცვლადის სამი მთავარი ტიპი. ისინი მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ და განსაზღვრავენ მომხმარებლის შენაძენთან დაკავშირებულ მოტივაციას. ეს სამი ტიპია:

- დაკავშირებული უშუალოდ მომხმარებელთან;
- შენაძენის კონტექსტთან;
- სიტუაციასთან;

მომხმარებლის საქციელი ეფუძნება გარკვეული ინფორმაციის მოცულობას, რომელიც უკვე დამუშავებულია გადაწყვეტილებების მიღების კონკრეტულ პროცესებთან შეთავსებით. ეს პროცესები, თავის მხრივ, ეფუძნება ძირითად სამეულს: „ინდივიდი-პროცესი-სიტუაცია“. სამეულის ანალიზისას აუცილებლად გასათვალისწინებელია, როგორც ბაზრის დინამიკა და სეგმენტი, ასევე მომხმარებელი, შესყიდული პროდუქცია და შესყიდვის სიტუაცია.

იმისათვის რომ გავიგოთ, მომხმარებლები რა მოტივით იქცევიან სხვადასხვანაირად, საჭიროა, შევისწავლოთ გადაწყვეტილებების მიღების პროცესები და კრიტერიუმები, რომლებითაც ისინი სარგებლობენ. ეს პროცესები ძნელი ასახსნელი იქნებოდა პროდუქტის ინდივიდუალური შესწავლის გარეშე.

მომხმარებელთა ქცევების შესწავლისას აუცილებელია

გავითვალისწინოთ, რომ მათთვის აუცილებელია მყარი საფუძველი. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მოტივაცია, რომელიც მომხმარებელთა ქცევის საფუძველია. დაგეგმილი შეთავაზებებით შესაძლებელია პროდუქტის პრომოუშენის გაზრდა, რაც თავისთავად გაყიდვების გაზრდასაც განაპირობებს. თუმცა, დიდი სიფრთხილეა საჭირო ამა თუ იმ პროდუქტის პრომოუშენისას,¹ რადგანაც არასწორმა შეთავაზებამ შეიძლება ცუდი შედეგი გამოიღოს და საერთოდ დააფრთხოს მომხმარებელი. შეთავაზების დაგეგმვისა და მზადებისას, ყველა უნდა იყოს ორიენტირებული იმაზე, რომ ამ შეთავაზებამ არცერთი მომხმარებელი არ დატოვოს გულგრილი და თითოეულ მათგანს აღუძრას ამ პროდუქტის ყიდვის სურვილი. პროდუქტის ყიდვის მოტივაცია ხშირ შემთხვევაში დაკავშირებულია მომხმარებლის გამოცდილებასთან. ჩართულობას და მოტივაციას, როგორც ორ მნიშვნელოვან ცვლადს, დიდი გავლენა აქვს მომხმარებლის გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე. „მომხმარებლისთვის აუცილებელია მრავალფეროვანი ინფორმაცია, რომელიც მნიშვნელოვანს ხდის გადაწყვეტილების პროცესს. რაც უფრო დიდია ინფორმაცია შეთავაზებულ პროდუქტზე, მომხმარებელი უკეთ ხედავს უპირატესობას კონკურენტ პროდუქტებთან შედარებით და მომხმარებლის ჩართულობა, თუ ასეთი არსებობს, რეალურად უპირატესი ხდება“.²

ტერმინს „ჩართულობა“ სხვადასხვაგვარი განმარტება აქვს და შეიძლება გავიგოთ, როგორც მნიშვნელოვანის ანდა პირადი დაინტერესების შეგრძნება, რაც დაკავშირებულია მოცემულ სიტუაციაში პროდუქტის მონაცემებთან. ჩართულობის ანალიზისას გასათვალისწინებელია რისკი და მისი ფუნქცია. მომხმარებლებზე საუბრისას განიხილება სამომხმარებლო

¹Promotion – მარკეტინგის ერთ-ერთი მთავარი ინსტრუმენტი და ბრენდის წარმოჩენისათვის მიმართულ მოქმედებების ერთობლიობას აღნიშნავს. პრომოუშენის მიზანი მომხმარებლის შენარჩუნება და მოზიდვაა

² სანადირაძე ნინო. კულტურის სფეროს პროექტების მენეჯმენტი და დაგეგმარება. თბილისი, გამომცემლობა „კენტავრი“, 2011. გვ. 33-34

რისკის რამდენიმე ტიპი, პროდუქტის ყიდვისას გავლენის მომხდენი რისკის მთავარ ტიპებად სახელდება:

- ფუნქციური
- ეკონომიკური
- ფსიქოლოგიური
- სოციალური

მოკლედ განვიხილოთ თითოეული რისკის ტიპი:

ფუნქციური რისკი — კულტურულ პროდუქტებთან მიმართებაში ფუნქციური რისკი საკმაოდ დიდ ზეგავლენას ახდენს მომხმარებელთა ქცევებზე. რისკის ეს ტიპი შეიძლება განისაზღვროს, როგორც იმის შესაძლებლობა, რომ პროდუქტი არ ამართლებს მომხმარებელთა მოლოდინს. ეს რისკი ჩვეულებრივია მომსახურების და კულტურის სფეროში, სადაც, როგორც წესი, მომხმარებელს არ შეუძლია პროდუქტის ტესტირება/გასინჯვა შეძენამდე. თუმცა მომხმარებელს შეუძლია მინიმუმამდე დაიყვანოს ფუნქციური რისკი, თუ მიიღებს რაც შეიძლება მეტ ინფორმაციას ამა თუ იმ პროდუქტის, მაგალითად სპექტაკლის შესახებ, რომლის ნახვასაც აპირებს, ან იმ წიგნის შესახებ, რომლის ყიდვაც სურს. მეგობრის რჩევასა და მოსაზრებასაც შეუძლია ასევე ამ რისკის შემცირება. ამ რისკის შემცირების სხვა მეთოდი გამიზნულია პროდუქტის შემქმნელების რეპუტაციაზე. როცა იცი, რომ მისი შემქმნელის რეპუტაცია მნიშვნელოვანია, მაშინ გადაწყვეტილების მიღება არცთუ ისე რთულია და ფუნქციური რისკიც არც ისე მაღალია. მაგალითად, როცა საქმე ეხება რობერტ სტურუას სპექტაკლებს, მაყურებელი დარწმუნებულია მის ხარისხში და ფუნქციური რისკიც თითქმის მინიმუმამდეა დაყვანილი. შესაბამისად, გადაწყვეტილებაც მარტივი მისაღებია.

ეკონომიკური რისკი — ყველაზე მარტივი გასაგებია. რაც უფრო ძვირია პროდუქტი, გადაწყვეტილება მით უფრო რთული მისაღებია. ასეთ დროს, მაყურებელი ხშირად ალტერნატიულ ვარიანტს ირჩევს, რომელსაც შედარებით მისაღები ფასი აქვს. სწორედ ამიტომ ხელოვნების სფეროში მოღვაწე

ორგანიზაციები აუცილებლად უნდა ითვალისწინებდნენ საზოგადოების იმ ნაწილის ეკონომიკურ შესაძლებლობებს, რომელზეცაა გათვლილი მათი პროდუქცია და ცდილობდნენ, რომ ბილეთის ფასი იყოს მაქსიმალურად ხელმისაწვდომი საზოგადოების სხვადასხვა ფენის წარმომადგენელთათვის.

ფსიქოლოგიური რისკი – კულტურის პროდუქტის მოხმარებისას ფსიქოლოგიური რისკის ქვეშ ხვდება ნებისმიერი ტიპისა და სოციალური ფენის წარმომადგენელი. ფსიქოლოგიური რისკი შეიძლება განისაზღვროს, როგორც რისკი, დაკავშირებული შენაძენთან ან პროდუქტის მოხმარებასთან, რაც უთანხმოებაში მოდის საკუთარ თავზე მომხმარებლის სასურველ წარმოდგენასთან.

სოციალური რისკი – ფსიქოლოგიური რისკის მსგავსად, დაკავშირებულია საკუთარ თავზე მომხმარებლის ინდივიდუალურ წარმოდგენასთან. სოციალური რისკი კავშირშია იმასთან, თუ როგორი წარმოდგენა აქვთ სხვებს მასზე, როგორც ინდივიდზე და როცა მგრძნობიარენი არიან საზოგადოებრივი აზრისა და გარემოცვის შეხედულებების მიმართ. ასეთ შემთხვევაში, „ზოგიერთი ადამიანი დადის ამა თუ იმ თეატრში ან სხვადასხვა კულტურულ დაწესებულებაში მხოლოდ იმიტომ, რომ იყოს გარკვეული სოციალური ჯგუფის წევრი და შეიძლება ეს მისი ინტერესის სფეროს სულაც არ წარმოადგენდეს. ასეთი მაგალითები დღეისათვის მრავლადაა“¹. გამოცდილება, ისევე როგორც ჩართულობა, ახდენს მნიშვნელოვან ზემოქმედებას პროცესების სირთულეებზე. რაც უფრო დიდია გამოცდილება, მით უფრო მოკლეა გადაწყვეტილების მიღების პროცესი. უარყოფით გამოცდილებას ასევე შეუძლია დააჩქაროს გადაწყვეტილების მიღების პროცესი, თუმცა ნეგატიურად.

გადაწყვეტილების მიღების პროცესები – მარკეტინგის მენეჯერისთვის საკმაოდ მნიშვნელოვანია იმ პროცესების გარკვევა, რომლითაც ხელმძღვანელობენ მომხმარებლები პროდუქტის შეფასებისას. რაც უფრო კარგად ესმის მენეჯერს

¹ Colbert, Francois. “Marketing culture and the Arts”. Third Edition. Canada, 2007. ISBN 978-9808602; p100-101 (ჩემი თარგმანი – ნ.ს.)

ეს საკითხები, მით უკეთესია კომპანიის მარკეტინგული სტრატეგია. გადაწყვეტილების მიღების პროცესები დამოკიდებულია შემდეგ ფაქტორებზე :

- დამოკიდებულება
- შემეცნებითი პროცესი
- მეორეხარისხოვანი პროცესი
- ემოციური პროცესი
- ჩვევა
- იმპულსური შენაძენი
- ეკონომიკური კლიმატი
- ადგილი
- პერიოდი¹

დამოკიდებულება – გადაწყვეტილების მიღების პროცესი, რომელიც დაფუძნებულია დამოკიდებულებაზე, ითხოვს მნიშვნელოვან გამოცდილებას და მოცემულ კულტურულ პროდუქტში ჩართულობას. მომხმარებლის დამოკიდებულებაზე საუბრისას აღსანიშნავია კულტურული პროდუქტების მიმართ არსებული ერთიანი დამოკიდებულება და დამოკიდებულება კულტურული პროდუქტის კომპონენტების მიმართ. მსგავს იდეას კარგად უკეთებენ ექსპლუატაციას რეკლამაში, განსაკუთრებით მაშინ, როცა პროდუქტის სტიმულირების მიზნით გამოიყენება რომელიმე ცნობილი სახე. ემოციური მუხტი, რომელიც ასოცირდება სხვადასხვა ვარსკვლავთან, გადადის პროდუქტზე და უქმნის მას გარკვეულ რეპუტაციას. პროდუქტები, რომლებიც ასოცირდებიან განსაკუთრებულ მოვლენებთან – მშვენიერი მაგალითია დამოკიდებულების ასეთი გამოყენების, რათა მიაღწიო წარმატებას ან საზოგადოებრივ კეთილგანწყობას.

შემეცნებითი პროცესი – იმ შემთხვევაში, როცა პროდუქტი ითხოვს ჩართულობის მაღალ დონეს, მომხმარებელი, როგორც წესი, იყენებს გადაწყვეტილების მიღების შემეცნებით

¹ BIBLIOGRAPHY \1 1033 Colbert, Francois. “Marketing culture and the Arts”. Third Edition. Canada, 2007. ISBN 978-9808602; p103 (ჩემი თარგმანი – ნ.ს.)

პროცესებს. შემეცნებითი პროცესის ანალიზისას მომხმარებელი ირჩევს პროდუქტს სხვადასხვა მონაცემის მიხედვით: სანახაობა, სანახაობის განსაკუთრებულობა, დამოკიდებულება ხარისხის მიმართ, ცნობილი პროდუქტი ან პროდუქტის ცნობილი კომპონენტები, რეპუტაცია, ფასი, ადგილი, ღრო და სხვა.

ძალიან ხშირად კულტურის პროდუქტების და ხელოვნების შემთხვევაში, არჩევანის გაკეთება ხდება უნიკალურობის, ზოგიერთი კულტურული პროდუქტის ნოვატორობის ან მომხმარებლის მხრიდან კულტურის პროდუქტის შემეცნების შეფასების გათვალისწინებით. ამ შემთხვევაში შემოქმედებითად მოაზროვნე მენეჯერს შეუძლია მიმართოს ინოვაციებს და მომხმარებლები ამით მოიზიდოს. შემოქმედებითი სამყარო ხომ ინოვაციურია და მენეჯერს უნდა შეეძლოს ამის თავის სასიკეთოდ გამოყენება. თუმცა ეს სულაც არ ნიშნავს, რომ ორგანიზაციები უნდა გახდნენ მასობრივი კულტურის გამავრცელებლები და მათი რეპერტუარი იქცეს მდარე მხატვრული ხარისხის მატარებლად. პირიქით, აუდიტორიის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებასთან ერთად უნდა ხდებოდეს მისი მხატვრული გემოვნების თანდათანობითი დახვეწა. მხოლოდ ამ შემთხვევაში შეძლებს ორგანიზაცია მოიპოვოს პოპულარობა ხალხში, რაც, თავის მხრივ, გაზრდის მის მიერ შემოთავაზებულ ღონისძიებებზე დასწრების სიხშირეს, რაც პირდაპირ პროპორციულია წლიური შემოსავლებისა. ანუ ორგანიზაციის შემოქმედება განხდება მოთხოვნადი და ის შეძლებს შემდგომ განვითარებას.

მენეჯერმა აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს გადაწყვეტილების მიღების პროცესების დამატებითი მექანიზმები, რათა გაიგოს მომხმარებელთა ქცევები. ამ დამატებით მექანიზმებს მეორეხარისხოვანი პროცესები და ემოციური პროცესები ეწოდება.

მეორეხარისხოვანი პროცესი – კულტურის პროდუქტების მომხმარებლები არჩევანისა და გადაწყვეტილების პროცესში ხშირად ირჩევენ გადაწყვეტილების ისეთ მეორეხარისხოვან პროცესებს, როგორებიცაა: მიბაძვა, რეკომენდაცია, დათმობა ან

სხვა. გადაწყვეტილების მიღების პროცესები ამ შემთხვევაში დამოკიდებულია მესამე მხარეზე, და აუცილებელია რომ ეს მესამე მხარე სარგებლობდეს მომხმარებლის ნდობით. კულტურისა და ხელოვნების პროდუქტების გაყიდვისას, მსგავსი როლი, უმეტეს შემთხვევაში, ჟურნალისტებს და კრიტიკოსებს ეკისრებათ ხოლმე.

ემოციური პროცესი – გადაწყვეტილების მიღების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია, განსაკუთრებით კულტურის სფეროს პროდუქტების მომხმარებლებში. ასეთ დროს გადაწყვეტილების მიღების პროცესების უმეტესობა არ არის არც მთლიანად შემეცნებითი, არც მთლიანად ემოციური, პირიქით, ისინი წარმოადგენენ ორივე პროცესის ნაზავს. ამგვარი გადაწყვეტილების მიღება ეყრდნობა ემოციურ გამოცდილებას, რომელიც მომხმარებელს სიამოვნებას ანიჭებს. ასეთ დროს მომხმარებლისთვის მნიშვნელოვანია პროდუქტის შემაღგენელი ელემენტები, მაგალითად, მომხმარებელი სპექტაკლზე შეიძლება იმის გამო მიდიოდეს, რომ საყვარელი მსახიობის ნახვა სურდეს და არა იმიტომ, რომ მისთვის ეს გარკვეული სპექტაკლი წარმოადგენს ინტერესის სფეროს.

ჩვევა – გადაწყვეტილების მიღების კიდევ ერთი მექანიზმია, რომლითაც სარგებლობს მომხმარებელი. ნაწილობრივ ისევე, როგორც დამოკიდებულება, ჩვევა საშუალებას აძლევს მომხმარებელს, სწრაფად მიიღოს გადაწყვეტილება პროდუქტთან დაკავშირებით. დამოკიდებულებასთან განსხვავებით, ჩვევას ჩართულობის უფრო დაბალი ხარისხი აქვს. ჩვევა მომხმარებელს აძლევს პროდუქტის არჩევის მსუბუქ და რუტინულ შესაძლებლობას.

იმპულსური შენაძენი – მომხმარებლის მიერ იმპულსურად მიღებული გადაწყვეტილების მიღების პროცესი ხასიათდება ჩართულობისა და გამოცდილების დაბალი ხარისხით. ასეთი შენაძენი ყოველთვის დაუგეგმავად ხორციელდება. იმპულსური შენაძენისთვის მნიშვნელოვანია ისეთი მაპროვოცირებელი დეტალები, როგორებიცაა: ფერი, ფასი, შეფუთვა, ნაცნობი მელოდია, დამოკიდებულება და სხვა.

ეკონომიკური კლიმატი – ასევე განსაკუთრებულ როლს ასრულებს გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. თუ მომხმარებელი შემოსავლების ნაკლებობას განიცდის და მარტივად რომ ვთქვათ, ეკონომიკურ კრიზისშია, ის ხშირად გადაწყვეტილების მიღების შემეცნებითი პროცესით ისარგებლებს, ამ შემთხვევაში ფასი გადამწყვეტ როლს თამაშობს.

აღვილი – კიდევ ერთი ელემენტია, რომელიც გადაწყვეტილების მიღებაზე ახდენს ზეგავლენას. ეს ფაქტორი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგანაც ემოციური ან შემეცნებითი სტიმულირების არსებობა ან არარსებობა განსაზღვრავს ამა თუ იმ პროცესების გამოყენებას.

პერიოდი – კულტურის სფეროს გაყიდვების პროცესზე განსაკუთრებულ ზემოქმედებას ახდენს წელიწადის სხვადასხვა პერიოდი, რომლის განმავლობაში კეთდება შენაძენი.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, კულტურის ეკონომიკასთან კავშირი არა მარტო თვალნათელია, არამედ მნიშვნელოვანაც. ეკონომიკასთან კავშირი არათუ აკნინებს კულტურის სფეროს, არამედ პირიქით, მას უფრო ინტერაქტიულს, ცოცხალს ხდის და გამოყენების შესაძლებლობას მატებს. ხშირ შემთხვევაში, საუკეთესო შერწყმისათვის ერთიანდება ორი მიმართულება, კულტურა და კულტურის სფერო განიხილება, როგორც კულტურის რესურსები, როგორც შესაძლებლობები და აქტიურად ერთვება ეკონომიკისა და ტურიზმის მიმართულებაში.

ანა მარგველაშვილი,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ხელოვნების მენეჯმენტის
მიმართულების დოქტორანტი
ხელმძღვანელი: პროფ. ნინო სანადირაძე

კულტურის რესურსების აღწერა – მუნიციპალური კულტურის განვითარების დაგეგმვისათვის

კულტურის დაგეგმვის საკითხებზე დასავლეთში¹ 70-იანი წლებიდან მიმდინარეობს მუშაობა და აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით აზრთა სხვადასხვაობაც არსებობდა. მიიჩნეოდა, რომ კულტურა დაგეგმვას არ ექვემდებარება და შეუძლებელია მისი ბიუროკრატიულ ჩარჩოებში მოქცევა.² აღნიშნულ მიდგომას განაპირობებდა კულტურის ტრადიციული გაგება, რომლის თანახმადაც „ხელოვნება და კულტურა პირველ რიგში ინდივიდს უკავშირდება, ხოლო საზოგადოება და განსაკუთრებით პოლიტიკა, რაც შეიძლება ნაკლებად უნდა ჩაერიოს მის განვითარებაში“.³ თუმცა, თანდათანობით, „კულტურა სულ უფრო მეტად განიხილებოდა, როგორც კონკრეტული ადგილის/ ადმინისტრაციული ერთეულის მიმზიდველობის, იმიჯისა და ეკონომიკური წინსვლის ფაქტორი“; მოხდა მისი დაკავშირება ეკონომიკასთან და მისი ჩართვა ქალაქ დაგეგმარებაში. დროთა ვითარებაში იცვლებოდა კულტურის დაგეგმვის მიმართ მიდგომები და მეთოდები, თუმცა კულტურის დაგეგმვა, განსაკუთრებით ქალაქებისა და მუნიციპალიტეტების დონეზე, თითქოს ჩვეულებრივ მოვლენად იქცა და საკმაოდ ფართო გამოყენება ჰპოვა: „საქმე ეხება არა კულტურული შემოქმედებითობის ბიუროკრატიულ ჩარჩოებში

¹ კერძოდ გერმანიის ფედერაციულ რესპუბლიკაში

² ბერნარდ ვაგნერი, კულტურის დაგეგმვა. კულტურის მენეჯმენტის მოკლე სახელმძღვანელო (Kompendium Kulturmanagement); გამომცემელი არმის ქლაინი. მიუნხენი 2004. გვ. 124

³ იქვე: გვ. 124

გამომწვევებს და ხელოვნების პროცესებზე შინაარსობრივ ზეგავლენას, არამედ დაწესებულებებსა და ინსტიტუტებს, როგორც ამ კულტურული პროცესების მატარებლებსა და განხორციელების ადგილებს“.¹ ამგვარი დაგეგმვა, კულტურის სფეროს ექსპერტების აზრით, ქმნის გარკვეულ წინაპირობებს კულტურის პროექტების განხორციელებისა და კულტურის პოლიტიკის მიზნების მიღწევისათვის.² სხვა საკითხებს შორის, მუნიციპალური კულტურის განვითარების გეგმებში, ხშირად ცალკე თავი ეთმობა კულტურის არსებული ინფრასტრუქტურის და ინვენტარის აღრიცხვებს.

სწორედ კულტურის, სხვადასხვა სერვისის, კულტურის ტურიზმის და ა.შ. დაგეგმვის ერთ-ერთ პირველად ღონისძიებად, ერთგვარ წინმსწრებ პროცესად შეიძლება მოვიაზროთ მუნიციპალური კულტურული რესურსების აღწერა (ე. წ. მეფინგი) და რესურსების „რუკის“ შექმნა.

„მუნიციპალიტეტის კულტურის რესურსების აღწერა და ამ პროცესის შედეგად შემუშავებული დოკუმენტი (ე. წ. რუკა) – მუნიციპალური კულტურის პოტენციალის კატეგორიზაციის, კომპლექსური შესწავლისა და სისტემატიზაციის პირველადი, ერთგვარი მონაცემთა ბაზის შექმნას გულისხმობს, რომელიც ამა თუ იმ მუნიციპალიტეტში არსებულ კულტურის მატერიალურ და არამატერიალურ ობიექტებს აღწუსხავს. იგი შეიძლება ემსახურებოდეს გამოყენებით მიზნებს და მკაცრად აღრიცხავდეს მატერიალურ, ხელშესახებ რესურსებს, ანდაც რუკა აერთიანებდეს უფრო სიღრმისეულ, მრავალმხრივ სუბიექტურ გამოცდილებებს, განსხვავებულ სოციალურ აღქმებსა და ინტერპრეტაციებს“.³

კულტურის მეფინგის შედეგების პროცესი ორი განზომილებით ხასიათდება: რესურსებისა და საზოგადოების იდენტობის მეფინგი.

¹ იქვე: გვ. 124

² იქვე: გვ. 124

³ მუნიციპალიტეტის კულტურის რესურსები. სათემო განვითარების ცენტრი, 2014. გვ. 34

1. რესურსების განზომილება გულისხმობს მატერიალური (ფიზიკური) კულტურის რესურსებს, რომლებიც ცნობილია თავისი გეოგრაფიული ადგილმდებარეობით და შესაძლებელია მათი საინფორმაციო სისტემებით იდენტიფიცირება.

2. საზოგადოების იდენტობის აღწერის განზომილება კი არამატერიალური კულტურის რესურსებს მოიცავს, რაც თავის თავში უნიკალურ ისტორიებს, ღირებულებებს, ტრადიციებს, ზეპირ ისტორიებსა და ა. შ. გულისხმობს, რომლებიც საბოლოოდ განსაზღვრავს საზოგადოების იდენტობას და დამოკიდებულებას ადგილის მიმართ.

ადგილობრივი კულტურის რესურსების აღმწერი საბაზისო დოკუმენტის არსებობა სამომავლოდ სისტემური, გრძელვადიანი მუშაობის და მუნიციპალური კულტურის დაგეგმვის საფუძველი ხდება. „კულტურის განვითარების დაგეგმვის პროცესების ამოცანაა, კულტურული შემოთავაზებებისა და არსებული სიტუაციის ანალიზი გაიტანოს კულტურის პოლიტიკის მიზნების განხილვაზე და ამის საფუძველზე, დაასაბუთოს და დაგეგმოს კონკრეტული საქმიანობები, ასევე კულტურის ინფრასტრუქტურის განვითარების შემდგომი პერსპექტივები“.¹

სამეცნიერო და პრაქტიკულ ლიტერატურაში ხაზგასმულია მოსაზრება, რომ კულტურის გეგმის, განვითარების სტრატეგიის და კონცეფციის დოკუმენტის არსებობაზე არანაკლებ მნიშვნელოვანი თავად დაგეგმვის პროცესი და ამ პროცესში რაც შეიძლება მეტი დაინტერესებული პირის მონაწილეობაა. აღწერის და შემდგომ უკვე დაგეგმვის პროცესები უზრუნველყოფს რაც შეიძლება მეტი მოქალაქის, დაინტერესებული ჯგუფების ჩართვას კულტურის სფეროს განვითარებაში, კვლინდება თანამშრომლობის ახალი შესაძლებლობები, საფუძველი ეყრება ქსელურ მუშაობას. ჩართულობა, თავის მხრივ, კულტურის პოლიტიკის შემუშავების

¹ ბერნარდ ვაგენერი, კულტურის დაგეგმვა. კულტურის მენეჯმენტის მოკლე სახელმძღვანელო (Kompendium Kulturmanagement); გამომცემელი არმის ქლაინი. მიუნხენი 2004. გვ. 124

პროცესს უფრო მეტად გამჭვირვალეს ხდის; ჩართულობა და თანამშრომლობა დემოკრატიული თანამონაწილეობის შესაძლებლობაა.

მუნიციპალური კულტურის რესურსი – მუნიციპალურ კულტურის რესურსში შეიძლება მოიაზრებოდეს ისტორიულ-კულტურული რესურსები, რომლებიც მოიცავს არქეოლოგიურ და არქიტექტურულ ძეგლებს, მატერიალური კულტურის საგნებს (შრომის იარაღები, ყოველდღიური ცხოვრების ნივთები, ხალხური რეწვის ნიმუშები, ადგილობრივი სამოსი), ეროვნულ, კუთხურ სამზარეულოს, სასულიერო კულტურის ელემენტებს; მონუმენტური ხელოვნების ნიმუშებს, ტერიტორიის ეთნოგრაფიულ მახასიათებლებს. ასევე მუზეუმებს, თეატრს, გამოფენებს და სხვა.¹ ანუ ის მატერიალური და არამატერიალური რესურსები, რომლებიც მუნიციპალიტეტში კულტურის სფეროს ფუნქციონირებასა და განვითარებას შეიძლება უწყობდეს ხელს;

ლიტერატურასა და პრაქტიკაში ვხვდებით ასევე ისტორიულ-კულტურული და ტურისტული რესურსების ცნებას, რაც გულისხმობს „განსაზღვრულ ტერიტორიაზე, ისტორიული განვითარების პროცესში შექმნილი მატერიალური და სულიერი კულტურის ძეგლების ერთობლიობას, რომლებიც ტურისტული ინტერესის ობიექტს წარმოადგენენ“.²

ესა თუ ის რეგიონი, ქალაქი, მუნიციპალიტეტი საკუთარი კულტურის რესურსების აღწერის პროცესში თავად განსაზღვრავს, თუ რა ობიექტები შეიძლება მოხვდეს კულტურის რესურსების დოკუმენტში. ეს დიდ წილად დამოკიდებულია საზოგადოების იდენტობასა და აღქმაზე საკუთარი გარემოს მიმართ.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, მუნიციპალური კულტურული რესურსების აღწერა გულისხმობს ადგილზე არსებული

¹ http://boycottcreative.com/index.php?option=com_content&view=article&id=457&Itemid=71

² http://uchebnikionline.ru/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug_-_malska_mp/istoriko-kulturni_turistichni_resursi.htm

კულტურის მატერიალური და არამატერიალური რესურსების იდენტიფიკაციასა და აღრიცხვას სოციალური, ეკონომიკური და კულტურული განვითარებისათვის. რესურსების აღწერა არ შემოიფარგლება მხოლოდ ფორმალური, ფაქტობრივი მონაცემებით ამა თუ იმ რესურსის შესახებ, არამედ მოიცავს ნარატიულ ნაწილსაც. კულტურული რესურსების მეფინგის საშუალებით ადგილობრივი თემი და ინტერესთა ჯგუფები მონაწილეობას იღებენ კულტურული პრაქტიკისა და რესურსების აღნუსხვის, ისევე როგორც სხვა არა ხელშესახები კულტურული რესურსების, მაგალითად, ადგილთან დაკავშირებული სოციალური და კულტურული აღქმების აღწერაში.

კულტურის ტურიზმის სტრატეგიების შემუშავებისას, სოციალურ-კულტურული აღქმების გაერთიანებით, შესაძლებელია, უფრო ფართო და მრავალმხრივი ინფორმაციის მოპოვება კონკრეტული ადგილის შესახებ და ამ ინფორმაციის ეფექტურად გამოყენება კულტურის დაგეგმვის პროცესში, რაც ხელს შეუწყობს თემატური ინფრასტრუქტურულ დაგეგმარებასა და კულტურის ინდუსტრიის განვითარებას.

აღწერის პროცესი და მეთოდოლოგია / სიღნაღის მუნიციპალიტეტის მაგალითი

კულტურის რესურსების აღწერის პროცესი და მისი თავისებურებები, მოხსენებაში, განხილულია 2014 წელს განხორციელებული პროექტის „სიღნაღი – კულტურისათვის“¹ გამოცდილებისა და ასევე საერთაშორისო მაგალითების

¹ პროექტი “სიღნაღი - კულტურისათვის“ 2014 წელს, ხორციელდება საზოგადოებრივი ორგანიზაციების: სათემო განვითარების ცენტრი, სათემო კავშირი ნუკრიანი და კონსულტაციისა და ტრენინგის ცენტრი მიერ, EWMI G-PAC / USAID ფინანსური მხარდაჭერით. პროექტის ფარგლებში განხორციელებულ სიღნაღის მუნიციპალიტეტის კულტურის რესურსების აღწერის დოკუმენტის შემუშავებაში ჩართულები იყვნენ როგორც ქალაქ სიღნაღის მაცხოვრებლები, სხვადასხვა კულტურის დაწესებულების თანამშრომლები, მოწვეული ექსპერტი (თამარ ბრეგვაძე), ასევე პროექტის გუნდი (ნინო სანადირაძე, ანა მარგველაშვილი, ირინა ხანთაძე, მაია ბიძინაშვილი).

გათვალისწინებით.

სათემო განვითარების ცენტრი, პარტნიორ ორგანიზაციებთან ერთად, მრავალი წელია მუშაობს სიღნაღის მუნიციპალიტეტში სხვადასხვა და, მათ შორის, კულტურულ-საგანმანათლებლო პროგრამების მიმართულებით. ცენტრის მიერ კულტურის მხარდაჭერის მიმართულებით შეძენილმა გამოცდილებამ ცხადყო, რომ ერთჯერადი პროექტების მეშვეობით მდგრადი განვითარება და შედეგები ძნელად მიიღწევა. მუნიციპალიტეტში კულტურის ცხოვრების განვითარების საკითხი კომპლექსურ მიდგომას, უწყვეტი კულტურის სერვისების დაწესებულებებისა და მიწოდებას საჭიროებს. პროექტი „სიღნაღი – კულტურისათვის“ ამ მიმართულებით გადადგმული ერთ-ერთი ნაბიჯია.

რამდენიმე საზოგადოებრივი ორგანიზაციის მიერ ინიცირებული პროექტი „სიღნაღი – კულტურისათვის“, სიღნაღში საინიციატივო ჯგუფის სურვილის საფუძველზე შეიქმნა, რაც გულისხმობდა მუნიციპალიტეტში კულტურის სფეროში უფრო კონკრეტული სამოქმედო გეგმის არსებობას. მუნიციპალურ დონეზე, ადგილობრივი საინიციატივო ჯგუფის არსებობა კი მსგავსი ტიპის განვითარების პროექტების წარმატების ერთ-ერთი აუცილებელი წინაპირობაა.

სიღნაღის მუნიციპალიტეტის კულტურული რესურსების აღმწერი დოკუმენტი მუნიციპალიტეტში არსებული კულტურული პოტენციალის კატეგორიზაციის, კომპლექსური შესწავლისა და სისტემატიზაციის პირველი მცდელობაა. პროექტი სამი ძირითადი ეტაპისაგან შედგება: კულტურის რესურსების აღწერა და შესაბამისი დოკუმენტის (რუკის, ანგარიშის) მომზადება, საერთაშორისო გამოცდილების ანალიზი და კულტურის რესურსების ძირითად კატეგორიებზე რეკომენდაციების შემუშავება სამომავლოდ მუნიციპალური კულტურის პოლიტიკის შემუშავების მიზნით.

უშუალოდ, კულტურული რესურსების აღწერის მეთოდოლოგია, თავის მხრივ, სამი ძირითადი კომპონენტისაგან შედგება:

1. პირველი კომპონენტი რესურსების კლასიფიკაციის

კონცეპტუალური ჩარჩოს შემუშავებას გულისხმობს. ამ ეტაპზე ძირითად ამოცანას წარმოადგენს კულტურული რესურსების ძირითადი კატეგორიებისა და ქვეკატეგორიების გამოყოფა, რომელთა მიხედვით შემდგომში ხდება იდენტიფიცირებული რესურსების გაერთიანება და სტატისტიკური ანალიზი. შესაბამისად, პროექტის ფარგლებში, კულტურის ადგილობრივი (სიღნაღის) დაწესებულებების წარმომადგენლებთან ერთად განისაზღვრა ის სავარაუდო რესურსები, რომელთა შესახებ ინფორმაციის თავმოყრა და საჭიროებების კვლევა, კულტურის რესურსების აღწერის დოკუმენტში უნდა გაერთიანებულიყო. წინასწარ გამოვლენილი რესურსები, სპეციალისტების მიერ კატეგორიებად და ქვეკატეგორიებად დაჯგუფდა.¹ თითოეული კატეგორია, თავის მხრივ, აერთიანებს რამდენიმე ქვეკატეგორიას.

2. მეორე კომპონენტის ფარგლებში, წინასწარ განსაზღვრული ფორმების მიხედვით, გროვდება ინფორმაცია როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი მეთოდების გამოყენებით. სავსე საშუალებებს წინ უძღვის მონაცემების შეგროვებისათვის ინსტრუმენტების (კითხვარებისა და ანკეტების) შემუშავების პროცესი. მატერიალური რესურსების აღწერისათვის იქმნება სპეციალური საინფორმაციო ველების ნუსხა; ხელშესახები რესურსების აღრიცხვის ანკეტები შესაძლებლობებს უნდა ქმნიდეს რესურსების სივრცითი აღწერისათვის; ხოლო არახელშესახები რესურსების აღწერისათვის იქმნება კითხვარები ჩაღრმავებული ინტერვიუებისათვის. არახელშესახები რესურსების აღწერისათვის მნიშვნელოვანია შთაბეჭდილებებისა და შეხედულებების, ისევე როგორც მათ შესახებ ინფორმაციის წყაროების მრავალფეროვნების უზრუნველყოფა. თვისებრივი კომპონენტის ფარგლებში გროვდება ზეპირი ისტორიები, ხდება სხვადასხვა ისტორიული დოკუმენტების შინაარსობრივი

¹ სქემა № 1 (დანართი) ასახავს სიღნაღის კულტურული რესურსების კატეგორიზაციის კონცეპტუალურ ჩარჩოს (რესურსების ძირითად და ქვეკატეგორიებს)

ანალიზი, ტარდება თემატური ინტერვიუები.

3. რესურსების რუკის შემუშავების კიდეც ერთ მნიშვნელოვან კომპონენტს მონაცემების GIS (გეოგრაფიული საინფორმაციო სისტემა) პლატფორმაში ინტეგრირება წარმოადგენს. კულტურული პოტენციალი მუნიციპალიტეტის ფარგლებში მუდმივად იცვლება და ვითარდება, შესაბამისად, კულტურული რესურსების კარტოგრაფია მოიაზრება როგორც მუდმივმოქმედი პროცესი, სადაც ყველა დაინტერესებულ მხარეს შეუძლია მონაწილეობის მიღება – მონაცემთა განახლება, დაზუსტება და გაფართოება.¹

დოკუმენტის ძირითადი დანიშნულება მუნიციპალური კულტურის განვითარების დაგეგმვისათვის საინფორმაციო ბაზის შექმნაა. ამასთანავე, კულტურული რესურსების რუკა მნიშვნელოვანი ინფორმაციის წყაროა სხვადასხვა დაინტერესებული ადგილობრივი და საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და პირთათვის, – ტურისტებისათვის, რიგითი მოქალაქეებისათვის. რუკის ელექტრონულ ფორმატში არსებობა უზრუნველყოფს მასალის ხელმისაწვდომობას ყველასთვის, ისევე როგორც პირობებს ქმნის რუკის დახვეწისა და განახლების პროცესში ყველა დაინტერესებული მხარისა და საზოგადოების აქტიური ჩართულობისათვის.

დღეისათვის კულტურის რესურსების აღმწერი დოკუმენტი, სიღნაღის მუნიციპალიტეტში არსებულ სამასამდე რესურსს აღწერს, თუმცა რესურსების აღწერა მუდმივი, დინამიკური პროცესია და რუკა მუდმივ განახლებასა და შევსებას საჭიროებს, რამდენადაც შეუძლებელია ერთბაშად ყველა რესურსის მოცვა.

¹ ამ ეტაპზე, პროექტის „სიღნაღი კულტურისათვის“ ფარგლებში GIS სისტემაში მონაცემების გადაყანის შესაძლებლობა არ იყო და პროცესი შემდგომი ეტაპისათვის გადაიდო

შეჯამება

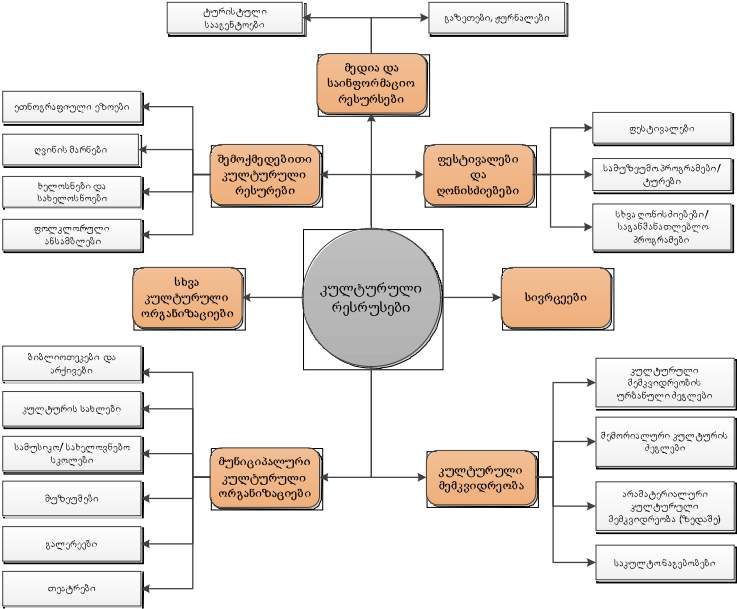
საქართველოში მიმდინარე ბოლოდროინდელ პოლიტიკურ დისკურსში განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ადგილობრივ დონეზე განვითარების სტრატეგიებისა და მართვის ეფექტური მოდელების ამოქმედების საკითხი, მათ შორის კულტურის სფეროში. ადგილობრივი რესურსების იდენტიფიკაციის, აღნუსხვისა და განახლების სისტემის არსებობა მნიშვნელოვანი წინაპირობაა მუნიციპალიტეტის დონეზე კულტურის დაგეგმვისათვის და კულტურის სფეროში, მათ შორის კულტურის ტურიზმის მიმართულებით, სხვადასხვა სერვისის განვითარებისათვის.

სიღნაღის მუნიციპალიტეტის კულტურული რესურსების რუკის არსებობა, ჩვენი აზრით, ხელს შეუწყობს: მუნიციპალურ დონეზე კულტურის განვითარების საკითხის წინ წამოწევასა და კულტურის მიმართულებით მუნიციპალიტეტის განვითარების პოლიტიკის ფორმირებისათვის პრიორიტეტებისა და აქტუალური საკითხების იდენტიფიკაციას. ასევე, სიღნაღის მუნიციპალიტეტში არსებული კულტურული რესურსების მდგომარეობის ანალიზს, მათი განვითარებისა და მართვის სისტემის გაუმჯობესებას, მათ პოპულარიზაციას; კულტურის ტურიზმის მიმართულებით სერვისების განვითარებას და ალტერნატიული ტურების შემუშავებას.

„სამომავლოდ წარმოუდგენელია ქალაქი კულტურის განვითარების დეტალური გეგმის გარეშე, რომლის განახლება უნდა ხდებოდეს დადგენილი სიხშირით. კულტურის სფეროს მნიშვნელოვანი მოთხოვნების განსაზოვრციელებლად სწორედ დაგეგმვაა აუცილებელი პირობა, რათა – ა) უფრო თანაბარი იყოს შანსები ყველასათვის, ბ) თითოეული მოქალაქის ცხოვრების ხარისხის ასამაღლებლად და გ) რაც არ უნდა ხშირად გამოიყენებოდეს ეს ცნება – მეტი დემოკრატიისათვის“.

აღნიშნული მიდგომით მუშაობა არა მარტო სიღნაღის, არამედ ნებისმიერ მუნიციპალიტეტს დაეხმარებოდა საკუთარ ტერიტორიაზე კულტურის რესურსების იდენტიფიცირებას და

სამომავლოდ კულტურის განვითარების გეგმის შემუშავებაში.
სიღნაღის მუნიციპალიტეტის კულტურის რესურსების
კატეგორიების სქემა



გიორგი ფსაკაძე,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ხელოვნების მენეჯმენტის მიმართულების დოქტორანტი
ხელმძღვანელი: პროფ. მირონ ტულუში

**ფანდრაიზინგი - არასამეწარმეო
(არაკომერციული) ორგანიზაციების
ფინანსური უზრუნველყოფის საინტერესო
ინსტრუმენტი**

საქართველოში მიმდინარე პროცესებმა, რომლებიც წინა საუკუნის 90-იანი წლებიდან დაიწყო, სოციალურ, პოლიტიკურ თუ სხვა ჭრილში, საშუალება მისცა ბევრ საერთაშორისო ორგანიზაციას, ემუშავა და დღესაც მუშაობს საქართველოში სხვადასხვა მიხედვით შესასრულებლად, იქნებოდა ეს ჰუმანიტარული, უფლებადამცველი ან სხვა მიმართულება, მაგრამ ყველა ცდილობდა საშუაოები განეხორციელებინა გადამზადებული ადგილობრივი ადამიანური რესურსის გამოყენებით. ამ მიდგომის ხარჯზე საქართველოში მომწიფდა გარემო, შექმნილიყო ორგანიზაციები, რომლებიც იზრუნებდნენ იმ ინდივიდებზე, ვისთვისაც მნიშვნელოვანია დახმარება. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოში ბევრი სფეროა, სადაც მესამე სექტორს ფრიად მნიშვნელოვანი (უფლებათა დაცვა, ეკოლოგია, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების რეაბილიტაცია და სხვა) როლი ენიჭება სამოქალაქო საზოგადოების განვითარებაში. ძალიან დიდი გამოცდილებიდან გამომდინარე, ჩვენ დღეს საქართველოში არ ვიყენებთ იმ რესურსებს, მხოლოდ იმ მიზეზით, რომ საზოგადოებას არ აქვს ინფორმაციული უზრუნველყოფა ამ სექტორის როლის სახელმწიფოს განვითარებაში.

ცნობილია, რომ არასამეწარმეო (არაკომერციული) ორგანიზაცია (ააიპ) სხვა იურიდიული პირებისაგან განსხვავებით, არ არის კომერციული საქმიანობის საწარმოებლად და მატერიალური სარგებლის მიღების მიზნით

შექმნილი ორგანიზაცია. მათი მიზნები ემთხვევა საზოგადოებრივი აზრით განსაზღვრულ მოთხოვნილებებსა და „სოციალურ დაკვეთებს“. მიუხედავად ამისა, არასამეწარმეო ორგანიზაცია უფლებამოსილია განაზოცელოს ნებისმიერი საქმიანობა, რაც კანონით აკრძალული არ არის, მათ შორის დამხმარე ხასიათის სამეწარმეო საქმიანობაც, იმ პირობის გათვალისწინებით, რომ მიღებული მოგება მხოლოდ ამავე ორგანიზაციის მიზნების რეალიზებას მოხმარდება. არაკომერციული ორგანიზაცია სხვა ორგანიზაციებისაგან არსებითად განსხვავდება თავისი მისიითა და საზოგადოების განვითარებაში (განსაკუთრებით კი სოციალური და ინტელექტუალური მიმართულებით) შეტანილი წვლილით. არაკომერციული ორგანიზაციების მეშვეობით პიროვნებას შეუძლია მოაწესრიგოს და დაიცვას თავისი უფლებები. ხშირად ამბობენ, რომ არასამთავრობო სექტორი არის საზოგადოების სული და გული, რადგან იგი კავშირს ამყარებს მოსახლეობის სხვადასხვა ფენასთან და ცვლის მათ ცხოვრებას. ეს სექტორი წარმოადგენს ერთგვარ ფორუმს ახალი იდეების გავრცელებისათვის, ანუ სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, – იგი არის სოციალური სერვისების მიმწოდებელი, აგრეთვე ჩვენი გარემოს, ღირებულებებისა და მემკვიდრეობის დაცვის ერთგვარი ეფექტური ინსტრუმენტი.

გარდა სხვა მრავალი ვალდებულებისა, არასამთავრობო სექტორში მომუშავე ორგანიზაციებს, აქვს უმნიშვნელოვანესი პასუხისმგებლობა – იყოს ანგარიშვალდებული საზოგადოების წინაშე. ანგარიშვალდებულება ნიშნავს – ორგანიზაციის საქმიანობა იყოს ღია, გამჭვირვალე და ყოველთვის შეეძლოს ადეკვატური პასუხი გასცეს მათ, ვინც მოცემულ ორგანიზაციაში მოახდინა თავისი ნდობის, რწმენის და ფულის ინვესტირება. არაკომერციული ორგანიზაციები ანგარიშვალდებულები არიან როგორც დონორებისა და დამფუძნებლების, ასევე მოხალისეების, პროგრამაში ჩართულებისა და ზოგადად, მთელი საზოგადოების წინაშე.¹ ორგანიზაციაში გაერთიანებული ყველა

¹ ჯერარდ ლ. გორდონი, სტრატეგიული დაგეგმვა ადგილობრივი მმართველობისათვის, 2003, ICMA

პირი უნდა იზიარებდეს იმ პასუხისმგებლობას, რომელიც ორგანიზაციის მუშაობის მიზნებისა და შედეგების თანხვედრას უზრუნველყოფს, მათ ყოველთვის უნდა ახსოვდეთ, რომ მეტი სახსრების მოზიდვა მხოლოდ საზოგადოების ნდობის მოპოვებითა და შენარჩუნებით (რომელსაც, ყოველთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება), საქმიანობის მაღალი ეფექტიანობით და მისიის შესრულებაზე ფოკუსირებით შეიძლება. რა თქმა უნდა, ეს ვლინდება მათი ორგანიზაციების მუშაობის სპეციფიკაზე, რომელიც მაღალი მოლოდინებისა და ანგარიშვალდებულებების პირობებში უწევთ. როგორც ყველა სფეროში, განსაკუთრებით ამ სექტორშიც რეპუტაციას ძალიან დიდი როლი ენიჭება, რაც არის ორგანიზაციის სრულფასოვნად მუშაობის გარანტი. მარცხის შემთხვევაში ორგანიზაცია განწირულია ამ სექტორში მოღვაწეობაზე, ხოლო სწორი მენეჯმენტის პირობებში ის ქმნის გარემოს, სადაც ბენეფიციარები სარგებლობენ ამ ორგანიზაციის ინიციატივებით და ქმნიან ერთობლივ მხარდაჭერას მისიის შესასრულებლად. საქართველოს მაგალითზე სხვა მრავალი ორგანიზაციიდან მინდა გამოვარჩიო საქველმოქმედო ფონდი „იანანა“, რომელმაც შეძლო „გალოს ეფექტის“ გამოყენებითა და საქველმოქმედო ღონისძიებების მოწყობით შეექმნა ერთიანი გარემო, სოციალურად დაუცველი მრავალშვილიანი ოჯახების დასახმარებლად.

კულტურა საზოგადოების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სფეროა, რომელსაც მრავალი თავისებურება ახასიათებს. თავისებურებათა მრავალფეროვნების გამო, კულტურა, ერთი მხრივ, გამორჩეულ სფეროდ გვევლინება, მეორე მხრივ კი, აღნიშნული მრავალფეროვნება მისი განვითარების სირთულის განმაპირობებელიც არის. საქართველოში კულტურის განვითარების შემაფერხებელ პრობლემათა შორის უმთავრესია სფეროს კანონმდებლობით განსაზღვრული სახელმწიფო და არასახელმწიფო ფონდებიდან ფინანსური უზრუნველყოფის სისტემა, რომლის შექმნაც, სამწუხაროდ, წლების განმავლობაში ვერ მოხერხდა და ამით კულტურის სფეროს

ბევრ ორგანიზაციას უძნელდება საქმიანობის წარმართვა განვითარების კუთხით.

თანამედროვე მსოფლიოში არ არსებობს კულტურისა და ხელოვნების დაფინანსების უნივერსალური რეცეპტი, არც სახელმწიფოსა და არც ბიზნესს არ აქვს ამომწურავი პასუხი არსებულ კითხვებზე. მამასადამე, ეს პრობლემა აქტუალურია არა მხოლოდ საქართველოს, არამედ მთელი მსოფლიოსთვის. წლების განმავლობაში თითქმის ყველა ევროპული სახელმწიფო კულტურას ფინანსურად სრულად უზრუნველყოფდა. უკანასკნელ პერიოდში, დამძიმებული ეკონომიკური სიტუაციის გამო განვითარებულმა ევროპულმა ქვეყნებმა – ზოგან მნიშვნელოვნად, უმეტესად კი ნაწილობრივ, შეამცირეს კულტურის ფინანსური მხარდაჭერა, პიერ-მიშელ მენჟეს სტატიაში, რომელიც მან ჩრდილოეთ, სამხრეთ და აღმოსავლეთ ევროპაში მიმდინარე პროცესების შესახებ ანალიზში მოიყვანა,¹ აღწერს დეცენტრალიზაციის პოლიტიკას კულტურის სფეროში. თან ბოლო წლებში გაძლიერებული ფინანსური კრიზისი საერთაშორისო მასშტაბით საკმაოდ ართულებს ბიზნესის სფეროდან დაფინანსების მოზიდვას. როგორც ამბობს ბრიტანული საკონსულტაციო სააგენტო „Arts and Business“-ს ექსპერტი ენდრიუ მაკ-ელროი – ხელოვნებად არის ქცეული კულტურის სფეროს ორგანიზაციებისათვის ფინანსური სახსრების მოძიება.

ზემოაღნიშნულ გარემოებათა გამო, გარედან თანხების მოზიდვით, ანუ ფანდრაიზინგით, საქართველოში საგრძნობლად გაიზარდა კულტურის სფეროში განსახორციელებელი პროექტებისა და პროგრამების რიცხვი. ფანდრაიზინგი, როგორც მიმართულება, საქართველოში, ბოლო პერიოდაა ძლიერდება, ბევრი მოწინააღმდეგეც გამოუჩნდა, კულტურის სფეროს ზოგიერთი მკვლევარი მას მეცნიერებად ან სახსრების მოძიების ხელოვნებადაც ასახელებს, რაც, ვფიქრობ, შეცდომაა, რადგან ფანდრაიზინგი, როგორც პროცესი, მასში ჩაღებული

¹ <http://www.socialistinfo.ru/socialXXI/2922.html> - ОТ ГОСУДАРСТВА К ГОРОДУ: ЭВОЛЮЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ В ЕВРОПЕ

პრინციპების გამო, მხოლოდ მაშინ იქნება ეფექტიანი, თუ იგი მეცნიერებისა და ხელოვნების მიღწევებს დაემყარება. ენდრიუ მაკ-ელროისა და ლუგლას ალექსანდერის აზრით, ფანდრაიზინგი არის პროცესი, რომელსაც მისი მწარმოებელი ჯგუფის უნარებისა და გამოცდილების კომბინიცია ქმნის, და რაც ფანდრაიზინგს ერთდროულად მეცნიერებადაც და ხელოვნებადაც წარმოაჩენს.¹

ამჟამად, ისევე როგორც სხვა განვითარებად სახელმწიფოებში, საქართველოშიც აქტიურად ფიქრობენ კულტურის სფეროს დაფინანსების გაზრდის ღონისძიებების შესახებ, რომლის მიზანია აღნიშნული სფეროს ძირეული რგოლების მისიისა და ორგანიზაციული სტრუქტურის სრულყოფა, აგრეთვე ინფრასტრუქტურული განვითარება, თუმცა, შედეგები არცთუ სახარბიელოა. ამჟამად საქართველოში არ არის გამოკვეთილი სახელმწიფო პოლიტიკა კულტურის სფეროში, როგორც ეროვნულ, აგრეთვე რეგიონალურ და მუნიციპალურ დონეებზე.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, კულტურა, როგორც სახელმწიფო მართვის პრიორიტეტული სფერო, საზოგადოების განვითარების მიზნით განსახორციელებელ საქმიანობაში მოსახლეობის მობილიზებასა და ჩართულობაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს და, რაც მთავარია, ამ შემთხვევაში მხოლოდ კულტურის სფეროში მოღვაწე ადამიანების გააქტიურება არ იგულისხმება.

ამჟამად, საქართველოში კულტურის სფეროს ორგანიზაციების ფინანსური უზრუნველყოფის წყაროებში (საკუთარი შემოსავლები, საბიუჯეტო და გარედან მოზიდული სახსრები) უმეტესი წილი არის წარმოდგენილი ფანდრაიზინგული საქმიანობის შედეგად, ანუ გარედან

¹ Мак-Илрой Э. Культура и Бизнес. путеводитель по Фандрейзингу. пер. с англ. – издательский дом «Классика XXI», 2010; Дж. Дуглас Александер, Кристина Дж. Карлсон, Основные принципы Фандрейзинга, секреты привлечения денежных средств для неприбыльных организаций. пер. с англ. – balance Business Books. 2007

მოზიდული თანხები (რიგ შემთხვევაში იგი 80 პროცენტსაც კი აღწევს).

ამდენად, სახელმწიფოს მიერ დეკლარირებული კულტურის პოლიტიკა უნდა ასტიმულირებდეს კულტურის სფეროში მომუშავე ორგანიზაციებისა და კერძო პირების საქმიანობას არასაბიუჯეტო სახსრების მოპოვების მიმართულებით. საქართველოში ამ ტიპის საქმიანობას კულტურის სხვადასხვა ორგანიზაცია დღესაც ატარებს, მაგრამ ისმის კითხვა: სად არის ეს დამატებითი რესურსები? როგორ მოვიზიდოთ ფინანსები? რა ფაქტორები შეუწყობს ხელს ან შეაფერხებს ამ პროცესის განვითარებას?

მნიშვნელოვანია, დამატებითი შემოსავლების წყაროდ განვიხილოთ ის ჯგუფი, რომელიც დღეს კერძო სექტორის წარმომადგენელია. იმისათვის, რომ შევძლოთ მივიღოთ დამატებითი ფინანსები, პირველ რიგში, კერძო სექტორს (ბიზნეს ორგანიზაციები, ფონდები, და სხვა წყარო) უნდა ჰქონდეს ამ თანხების გაცემის სურვილი; რა მოტივაცია სჭირდებათ ამ მხარდაჭერის გამოხატვისთვის?

დღეს ფანდრაიზინგი კულტურის ორგანიზაციების საქმიანობის განუყოფელი ნაწილია. კულტურის ორგანიზაციებს სჭირდებათ ახალი მექანიზმების მოფიქრება დამატებითი სახსრების მოსაზიდად. იმისათვის, რომ სახელმწიფოში არ შეიქმნას ფსიქოლოგიური ბარიერები (რაც განვითარებად ქვეყნებში მნიშვნელოვანი პრობლემაა, სხვა ინფრასტრუქტურულ თუ საკადრო პრობლემების ჩამონათვალში), იქმნება ერთიანი დოკუმენტი, სადაც განსაზღვრულია მთავარი პრიორიტეტები. კულტურა, სხვა სფეროების მხრიდან (განათლება, ჯანდაცვა, მოსახლეობის სოციალური დაცვა, ეკოლოგია და ა.შ.) სახელმწიფო ბიუჯეტის ფორმირების პროცესში მნიშვნელოვან კონკურენციას განიცდის. ფინანსების დეფიციტი ყოველთვის იკვეთება, როდესაც მიმდინარეობს კულტურის სფეროს წლიური ბიუჯეტის განსაზღვრა. სახელმწიფო მკაფიოდ ავლენს თავის ნებას კულტურის სფეროს დაფინანსებით, როცა მტკიცდება ცენტრალური და ადგილობრივი თვითმმართველი

ორგანოების ბიუჯეტი.

საერთაშორისო გამოცდილებიდან ჩანს, რომ სახელმწიფო ვალდებულია განსაზღვროს კულტურის სფეროში ალტერნატიული დაფინანსების ხელშეწყობის სტრატეგია. სახელმწიფოს შეუძლია გახდეს უმნიშვნელოვანესი რგოლი კულტურისა და ბიზნესის ურთიერთანამშრომლობაში, იგულისხმება საგადასახადო შეღავათების დაწესების მიზნით განხორციელებული საკანონმდებლო ცვლილებები, წარმატებული თანამშრომლობის გამოცდილების გავრცელება, სპონსორული და თანადაფინანსებადი პროექტების ხელშეწყობა, მაგრამ ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორია ეფექტიანი ფანდრაიზინგული გარემოს შექმნა.¹ პირველ რიგში, მნიშვნელოვანია, სახელმწიფომ ხელი შეუწყოს კულტურის ორგანიზაციების მენეჯმენტის მაღალი და საშუალო რგოლის თანამშრომლებს, შეიძინონ ცოდნა ფანდრაიზინგის მეთოდებსა და ტექნიკაში.

კულტურა და ხელოვნება მნიშვნელოვან როლს თამაშობს თანამედროვე საზოგადოებისა და ეკონომიკის განვითარებაში. კულტურის ორგანიზაციები არიან დამსაქმებლები, იხდიან გადასახადებს, საინტერესოდ და დინამიკურად ზემოქმედებენ ქალაქის, რეგიონის სოციალურ გარემოზე, სადაც ყველა მოქალაქე ცხოვრობს და საქმიანობს. მათი შემოქმედების შედეგები პროდუქტიულად მოქმედებს რეკლამის ინდუსტრიაზე, ღიზაინზე, გაყიდვებზე და ახალი ტექნოლოგიების პოპულარიზაციაზე. რა თქმა უნდა, კულტურა მნიშვნელოვანია, მაგრამ დღითიდღე რთულდება დამაჯერებელი არგუმენტების მოყვანა ამ მნიშვნელობის ფინანსებით გასამყარებლად. განსაკუთრებით იმ ქვეყნებში, სადაც ეკონომიკური და სოციალური სიტუაცია ცვალებადია, საზოგადოების დიდ ნაწილს, განსაკუთრებით, მათ, ვინც გვემავს და აკონტროლებს ფინანსების ხარჯვას, სრულად არა აქვთ გაცნობიერებული კულტურისა და ხელოვნების მნიშვნელობა.

¹ Мак-Илрой Э. Культура и Бизнес. путеводитель по Фандрайзингу. пер. с англ. – издательский дом «Классика XXI», 2010

1999 წლის ოქტომბერში, ფლორენციაში, მსოფლიო ბანკის მიერ ჩატარდა კონფერენცია თემაზე – „კულტურა – მნიშვნელოვანია“, სადაც კულტურის სფერო – სახელმწიფოს განვითარების მნიშვნელოვან ინსტრუმენტად შეფასდა.¹ წარმოგიდგენთ ამ არგუმენტებს მცირე კომენტარებით:

არგუმენტი 1 - განვითარება

კულტურა დიდ როლს თამაშობს ქვეყნის ეკონომიკურ და სოციალურ განვითარებაში. კულტურა და ხელოვნება დადებით ზეგავლენას ახდენენ მოსახლეობის ჯანმრთელობასა და განათლებაზე. კულტურის ძეგლების არსებობა ხელს უწყობს ტურიზმის განვითარებას და ამით რეგიონის ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებას ემსახურება. აქტიური კულტურული ცხოვრება (ფესტივალების, კონკურსებისა და სხვა) გულისხმობს რესტორნების, ბარების გახსნას, იზრდება ღამის გასართობი ადგილების რიცხვი და სხვა. რეგიონებში კულტურული ტრადიციების სრულფასოვნად წარმოჩენა საშუალებას იძლევა მოიზიდონ ვიზიტორები და ამუშავდეს სასუვენრო ინდუსტრია, რომელიც აგრეთვე იმ კუთხის პოპულარიზაციას უწყობს ხელს. კომერციული ორგანიზაციები და ფონდები, რომლებიც აფინანსებენ ამ ტიპის პროექტებსა და ღონისძიებებს, თანხებს აბანდებენ ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში.

არგუმენტი 2 - საზოგადოების გაერთიანება

ეს არგუმენტი ემსახურება სამოქალაქო საზოგადოების ჩამოყალიბებასა და მისი ღირებულებების გაზიარებას. კულტურა იძულებულს ხდის საზოგადოებას, იფუნქციონიროს, ქმნის სივრცეს, სადაც ადამიანები, ეთნიკური განსხვავებების მიუხედავად, ერთმანეთთან ურთიერთობენ სანდო და უსაფრთხო გარემოში. თეატრალური სცენა და ფილმი საშუალებას აძლევს საზოგადოებას, არსებული სატკივარი ათქმევინოს ხელოვანს, მუსიკა და ცეკვა ქმნის მათი თანაარსებობის საფუძველს,

¹ Дж. Дуглас Александер, Кристина Дж. Карлсон, Основные принципы Фандрайзинга, секреты привлечения денежных средств для неприбыльных организаций. пер. с англ. – balance Business Books. 2007

თუნდაც პოლიტიკური დამაბულობის ფონზე. კულტურა და ხელოვნება არა მხოლოდ ბავშვების განათლებას უწყობს ხელს, არამედ ზრდასრულ ადამიანებსაც ეხმარება – შეიცნოს თავისი თავი და მოძებნოს მისი ადგილი საზოგადოებაში. კულტურული პროექტების დაფინანსებით სახელმწიფო, კომერციული სტრუქტურები და ფონდები ხელს უწყობენ ჯანმრთელი და პოზიტიური გარემოს შექმნას.

არგუმენტი 3 - მარკეტინგი

კულტურა და ხელოვნება შესაძლებელია ქვეყნის ნეგატიური აღქმის შეცვლის უძლიერესი ფაქტორი გახდეს, განსაკუთრებით, როდესაც ეს გამოწვეულია ეკონომიკური კრიზისით თუ საომარი მოქმედებით. ევროპულ ქვეყნებს ბევრჯერ მიუძმარათავთ ისეთი ხერხისათვის, როგორიცაა კულტურის საშუალებით თვითრეკლამის კეთება. ბიზნეს საზოგადოება აგრეთვე მიმართავს ისეთ მარკეტინგულ ხერხებსაც, სადაც მათ ავტორიტეტზე იგრძნობა ხელოვნებისა და კულტურის ზეგავლენა. ბიზნესმენები უნდა დარწმუნდნენ იმაში, რომ ამ არასტანდარტული გზით არამხოლოდ სახელმწიფოს იმიჯის განვითარება, არამედ ამ სფეროში სერიოზული წარმატებების მიღწევაც კი შესაძლებელია.

არგუმენტი 4 - განათლების ეკონომიკა

კულტურული მრავალფეროვნება სახელმწიფოს სამომავლო განვითარების უმნიშვნელოვანეს რესურსს წარმოადგენს. მომავლის ინდუსტრიები (ტურიზმი, გართობის ბიზნესი, მაღალი ტექნოლოგიები და სხვა) საჭიროებს საინტერესო და პროდუქტიულ იდეებს, რომელთა წარმოშობაზე ზეგავლენას ახდენს კულტურის სექტორი. სახელმწიფოდან ახალგაზრდების მიგრაციის შეჩერებისათვის (რომლებმაც უნდა უზრუნველყონ ქვეყნის ეკონომიკური განვითარება), საჭიროა მათ ჰქონდეთ შესაძლებლობა, შექმნან ტრადიციული და თანამედროვე, ნაციონალური და უცხოური კულტურული პროდუქტების კომპლექსური ნაზავი. მომავალში საზოგადოების შემოქმედებითი პოტენციალის ამოქმედება ბევრად არის დამოკიდებული დღევანდელ აქტივობაზე კულტურის სფეროში.

მიმდინარე პროცესები ნათლად ასახავენ საქართველოში არსებულ მდგომარეობას კულტურის სფეროს მიმართ, დღითიდღე მიმდინარეობს კულტურის ორგანიზაციების ინფრასტრუქტურული განვითარება. ხელოვნებს, საინიციატივო ჯგუფებსა და კულტურის არაკომერციულ ორგანიზაციებს შეაქვთ პროექტები დაფინანსებაზე სხვადასხვა სახელმწიფო, საერთაშორისო და კომერციულ ორგანიზაციებში, მაგრამ უმეტესი ნაწილი უარს ღებულობს. ზოგჯერ უარს არასრული საპროექტო განაცხადის გამო ღებულობენ, ზოგჯერ კულტურის სფერო არ არის პრიორიტეტი საქართველოში მომუშავე საერთაშორისო ორგანიზაციებში. ფაქტობრივად, საქართველოში ეკონომიკურ-სოციალური პრობლემატიკა ხელს უშლის სახელმწიფოს, სრულად დააფინანსოს კულტურის სფერო, მაგრამ მას აქვს შესაძლებლობა, დაეხმაროს სფეროს ფინანსური სახსრების მოზიდვის გარემოს შექმნით, გადაამზადოს კადრები (თუნდაც მხოლოდ სახელმწიფო კულტურის ორგანიზაციებისათვის) თანამედროვე ფანდრაიზინგული კამპანიის წარმოებისათვის, რათა მათ შეეძლოთ, თვითონ შეიმუშაონ ის სტრატეგიული ხედვები, რომლებიც დაეხმარებათ დასახული მიზნების მიღწევაში.

კულტურის ორგანიზაციები ყოველთვის უნდა ეძებდნენ ახალ გზებს იმის დასამტკიცებლად, თუ რა მთავარი როლი უკავია კულტურას საზოგადოების ფორმირებაში. მათი ამოცანაა – დაარწმუნონ ფინანსური წყაროები, რომ ფინანსები საზოგადოების ფუნდამენტში იდება და არა მის გართობაში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Мак-Илрой Э. Культура и Бизнес. путеводитель по Фандрейзингу. пер. с англ. – издательский дом «Классика XXI», 2010.
- Дж. Дуглас Александер, Кристина Дж. Карлсон, Основные принципы Фандрейзинга, секреты привлечения

денежных средств для неприбыльных организаций. пер. с англ. – balance Business Books. 2007.

- ჯერარდ ლ. გორდონი - სტრატეგიული დაგეგმვა ადგილობრივი მმართველობისათვის - 2003 ICMA;
- <http://mosiashviliblog.wordpress.com/2012/11/27>
- www.socialistinfo.ru/socialXXI/2922.html

საქართველოს რეგიონული პოლიტიკა ტურიზმის სფეროში

თითოეულ ქვეყანაში ტურიზმის სფეროში არსებული სახელმწიფო და სამეწარმეო ორგანიზაციული სტრუქტურები ამ ქვეყნების კონკრეტულ პირობებს უნდა შეესაბამებოდნენ და ვითარების შეცვლის კვალობაზე ისინიც უნდა იცვლებოდნენ. მანამ სანამ შეიქმნება ზემოაღნიშნული ორგანიზაციული სტრუქტურები, რეგიონულ დონეზე პრინციპულად უნდა განისაზღვროს ტურიზმის რეგიონული პოლიტიკა და ასევე, ტურიზმის ეკონომიკის განვითარებასა და მართვაში ქვეყნის მთავრობის და კერძო სექტორის შესაბამისი ფუნქციები.

ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო სტრუქტურები, როგორც წესი, შემდეგ ფუნქციებს ასრულებენ:

1. ტურიზმის პოლიტიკის ფორმირება, დაგეგმვა და მართვა;
2. სტატისტიკა და კვლევითი საქმიანობა;
3. სტუმარმასპინძლობის სექტორის საქმიანობისათვის წესების და ნორმატივების შემუშავება;
4. ინვესტიციური სტიმულების შექმნა;
5. მარკეტინგის განხორციელება;
6. ტურიზმის სფეროს კადრების პროფესიული სწავლების მოწყობა და მათთვის სასწავლო სტანდარტების და პროგრამების შემუშავება;
7. ძირითად ტურისტულ სანაწარმოთა და საბაზო ინფრასტრუქტურის ფუნქციონირების უზრუნველყოფა.

რაც შეეხება კერძო სტრუქტურებს, ისინი პასუხს აგებენ ტურიზმის კომერციულ განვითარებაზე, განთავსების საშუალებათა ექსპლუატაციაზე, ტურისტების კვებაზე,

ტრანსპორტირებაზე და ა.შ. ამასთან, უნდა აღვნიშნოთ, რომ რეგიონებში ტურიზმის კერძო სექტორი იქმნება როგორც უშუალოდ ტურისტულ მომსახურებებში, ისე სასტუმრო, კვებით, სატრანსპორტო და ა.შ. მომსახურებებში. ასე შექმნილი კერძო საწარმოები ერთიანდებიან და რეგიონულ დონეზე ქმნიან ასოციაციებს. თუ რეგიონი ღიღია, იქ რამდენიმე ასოციაციაც კი შეიძლება არსებობდეს. ასოციაციები არსებობენ მათი წევრი საწარმოებიდან მიღებული საწევრო ანარიცხების ზარჯზე. ასოციაციების არსებობის მიზანი არის ტურიზმის კერძო სექტორის უფლებების დაცვა სამთავრობო დონეზე და ზრუნვა მათი პრობლემების ერთობლივად მოგვარებისათვის.

იმ რეგიონებში, კი სადაც ტურიზმი ახლად იწყებს განვითარებას, სახელმწიფო ხელს უწყობს მის ეკონომიკურ განვითარებასაც და რეგიონული პოლიტიკის სრულყოფასაც. კერძოდ, საქართველოში ტურიზმის რეგიონული პოლიტიკა მიმართულია როგორც შემომყვან, ისე გამყვან ტურიზმის განვითარებაზე და ასევე, შიგა ტურიზმის განვითარებაზე. ამ საქმეში დიდი ყურადღება ეთმობა საქართველოს შიგა რეგიონების როლს, განსაკუთრებით კი ველური ბუნების მქონე რაჭას, სვანეთს, თუშეთს, ფშავს, ხევსურეთს და სხვას. ტურიზმის რეგიონული პოლიტიკა საქართველოში მჭიდროდ არის დაკავშირებული საქართველოს ეკონომიკის განვითარების კონცეფციასთან და თამამად შეიძლება ითქვას, რომ იგი მისი ორგანული ნაწილია. საქართველოს ტურიზმის განვითარების რეგიონული პოლიტიკა ითვალისწინებს:

1. ტურიზმის მართვის ისეთი სტრუქტურის შექმნას, რომელიც შეძლებს რეგიონების ეკონომიკისათვის მაქსიმალურად ხელსაყრელი უკუგებით გამოიყენოს მათთან არსებული ტურისტული რესურსები და მატერიალური ბაზა;

2. რეგიონის ბუნებრივ და ისტორიულ-კულტურული პოტენციალის დაცვის პირობებში კონკურენტუნარიანი ტურისტული პროდუქტის შექმნას, რომელიც დააკმაყოფილებს მოსახლეობის ეკონომიკურ, სოციალურ და ესთეტიკურ

მოთხოვნებს;

3. შიგა და გარე ინვესტიციების მოზიდვის მექანიზმის შექმნას;

4. ტურისტულ საქონელსა და მომსახურებაზე მოსახლეობის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას;

5. მსოფლიო სტანდარტების დონეზე ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებას;

6. მოსახლეობის ყველა ჯგუფისთვის სოციალური ტურიზმის განვითარებისათვის ყველა საჭირო პირობის შექმნას.

ყველა ზემოჩამოთვლილი ამოცანების შესასრულებლად ტურიზმის საქართველოს რეგიონულ პოლიტიკაში გაითვალისწინება:

- არსებული ტურისტული რესურსების გამოყენების ეფექტიანობის ამაღლება. ამ მიზნით გადაწყვეტილია გზაში ტურისტების მომსახურე სერვისის (მოტელები, ოტელები, „ბისტროები“ და სუვენირების გასაყიდი ჯიხურები) განვითარება, სანატორიუმ-საკურორტო ორგანიზაციების მომსახურების მოწესრიგება, აგროტურისტული კომპლექსის შექმნა და ამისთვის სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების მატერიალური ბაზის გამოყენება, შემეცნებითი, სპორტული, გამაჯანსაღებელი და აგრო-ეკოტურიზმის განვითარების უზრუნველყოფა, ერთ, ორ, სამ, ოთხ და ხუთვარსკვლავიანი ოტელების განვითარება იმ სასტუმროების რეკონსტრუქციით, რომლებიც საბჭოთა დროიდან დარჩნენ, მონადირეთა და მეთევზეთა ქოხების შექმნა-განვითარება, კვების ობიექტებში მომსახურების მსოფლიო სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანა, გასტრონომიული ტურების მოწყობა, ნაციონალური და მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის კერძების შეთავაზება, ტურისტულ-სპორტული კომპლექსების მოწყობა, ახალი აკვაპარკების, ბოულინგების გახსნა, ხალხური რეწვის ცენტრების და დამზადებული ნაწარმის გამოფენა-გაყიდვების მოწყობა;

- რეგიონებში ტურისტული ზონების მოწყობა (მაგალითად, სვანეთში შეიძლება ორი ტურისტული ზონის

მოწყობა. ერთს შეიძლება დაერქვას ალბინისტური ზონა და იქ შესული ტურისტები იმოგზაურებენ თეთნულდსა და უშბაზე, მეორეს შეიძლება დაერქვას შემეცნებითი ზონა და იქ მოხვედრილი ტურისტები დაათვალიერებენ სვანურ კოშკებს, სვანურ პატრიარქალურ ოჯახებს, გაეცნობიან მათ ადამ-წესებს, დაესწრებიან რელიგიურ ღვთისმსახურებებს და ა. შ;

- რეგიონულ დონეზე საერთაშორისო კავშირების განვითარება, როგორც რეგიონების და ქალაქების დონეზე, ისე ქვეყნების დონეზე, საქართველოს შიგა რეგიონებისათვის განსაკუთრებით ეს მოსახერხებელია მეზობელ ქვეყნებთანაც — აზერბაიჯანთან, თურქეთთან, რუსეთთან, სომხეთთან და ირანთან და ა.შ. განსაკუთრებულად პერსპექტიულად წარმოგვიდგება კახეთის რეგიონის ტურისტული კავშირები ირანთან, კერძოდ, ფერეიდანთან, რადგან ფერეიდნელი ქართველების წინაპრები კახეთიდან გადასახლა შაჰ-აბასმა.

ასევე პერსპექტიულად გვესახება აჭარის რეგიონის ტურისტული კავშირების განვითარება თურქეთთან. ამჟამად ეს კავშირები არსებობს, მაგრამ საქართველოდან თურქეთში გასული ტურისტების რიცხვი 2-3 ჯერ სჭარბობს შემოსულებს. ამით თურქეთი რჩება მოგებული და არა საქართველო.

ასევე პერსპექტიულად გვესახება სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონის ტურისტული კავშირის განვითარება ბულგარეთ-რუმინეთთან. ეს შეიძლება მოხერხდეს ფოთის პორტის გამოყენებით, საბორნე კავშირით.

ასევე პერსპექტიულია ქვემო ქართლის რეგიონის ტურისტული კავშირები სომხეთთან, სამცხე-ჯავახეთის თურქეთთან, მცხეთა-მთიანეთის რუსეთთან, რაჭა-ლეჩხუმის რეგიონის რუსეთთან (მამისონის უღელტეხილის გამოყენებით და ა. შ).

ამ და სხვა ღონისძიებების გატარება გამოიწვევს საქართველოს რეგიონებში ტურიზმის განვითარებას, კერძოდ გაიზრდება შემოსულ ტურისტთა რიცხვი, რომელთაც სჭირდებათ სათანადო ტრანსპორტირება, კვება, ღამის გათევა და ა.შ. ადგილობრივი მოსახლეობა აქტიურად ჩაერთვება ამ საქმეში და ამძლავრებს მათი მატერიალური კეთილდღეობა.

მალხაზ ღვინჯილია,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და
კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია და მისი როლი სამრთაშორისო ტურიზმში

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია წარმოადგენს ორგანიზაციას, რომელიც ემსახურება ტურიზმის განვითარებასა და ტურისტული პოლიტიკის საკითხების განხილვის საქმეს.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის შექმნის ისტორია იწყება 1925 წლიდან ეროვნებათა ლიგის საქმიანობის სფეროში, რომელმაც პირველმა მოგვცა „ტურისტის“ ცნების ოფიციალური განმარტება. 1925 წელსვე ჰააგაში შედგა ტურიზმის პროპაგანდის ოფიციალური ასოციაციების პირველი საერთაშორისო კონგრესი 14 ევროპული ქვეყნის წარმომადგენლობით. 1925 წელს მოწვეულ იქნა ოფიციალური ტურისტული ორგანიზაციების საერთაშორისო კონგრესი. 1930 წელს კი შეიქმნა ტურისტული ორგანიზაციებისა და პროპაგანდის საერთაშორისო კავშირი. 1947 წელს ზემოთ ხსენებული სამი ორგანიზაცია გაერთიანდა და შეიქმნა ოფიციალური ტურისტული ორგანიზაციების საერთაშორისო კავშირი – არასამთავრობო ორგანიზაცია 116 ქვეყნის მონაწილეობით.

უნდა აღინიშნოს, რომ უკვე 1946 წლიდან ანუ გაეროს დაარსებისთანავე, გაეროს საქმიანობაში ტურისტული გაცვლის საკითხებს, საკმაოდ განსაზღვრული ადგილი უკავია, რასაც იგი ძირითადად ეკონომიკური და სოციალური საბჭოს დანმარებით ასორციელებდა. გაეროს ეგიდით, 1963 წელს, რომში ჩატარდა გაეროს პირველი კონფერენცია ტურიზმისა და მოგზაურობის შესახებ. კონფერენციამ განიხილა ტურიზმთან დაკავშირებული საკითხები და დაამუშავა მისი განვითარების რეკომენდაციები. რომის კონფერენციის მნიშვნელოვანი შედეგი იყო ცნებების – „დროებითი მომსვლელი“, „ტურისტი“,

„ექსკურსანტი“ ოფიციალური განსაზღვრების მიღება განსაზღვრული უნიფიკაციისა და ტურიზმის სფეროში სტატისტიკური აღრიცხვის უზრუნველსაყოფად. კონფერენციის მუშაობაში მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა სასაზღვრო და საბაჟო ფორმალობების გამარტივებასთან დაკავშირებულ საკითხებს. განიხილეს, აგრეთვე, ტურიზმის განვითარების საერთო მიმართულებები, შესაბამისი მატერიალური ბაზის, კადრების მომზადების სისტემის განვითარების საკითხები.

1966 წელს გაერომ დაიწყო ტურიზმის სფეროში განვითარებადი ქვეყნებისადმი ტექნიკური დახმარების გაწევა. 1967 წელს გაეროს გენერალური ასამბლეის მიერ 1967 წელი გამოცხადდა საერთაშორისო ტურიზმის წელიწადად. 1968 წელს ბერნში ჩატარდა ტურიზმის განვითარების საკითხებისადმი მიძღვნილი გაეროს რეგიონთაშორისი სემინარი, განვითარებად ქვეყნებში ტურიზმის პრობლემების შესახებ. 1969 წელს სოფიაში მოიწვიეს ტურიზმის სამთავრობათაშორისო კონფერენცია, რომელზეც მიიღეს რეზოლუცია ტურიზმის სამთავრობათაშორისო ორგანიზაციის შექმნის შესახებ, რომელსაც შემდგომში მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია ეწოდა. ამგვარად 1947 წელს არასამთავრობო ორგანიზაცია „ოფიციალური ტურისტული ორგანიზაციების საერთაშორისო კავშირი“ გარდაიქმნა „სამთავრობათაშორისო მსოფლიო ტურისტულ ორგანიზაციად“.

საერთაშორისო ტურიზმის საკითხებში შედის აგრეთვე გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონცეფციები. მის მესამე სესიაზე, რომელიც 1972 წელს ჩატარდა, მიიღეს რეზოლუცია „ტურიზმის განვითარება“, სადაც აისახა საერთაშორისო ტურისტული გაცვლის სტატისტიკის სახელმძღვანელო პრინციპები.

გაეროს ფარგლებში მოქმედი ყველა რეგიონული ეკონომიკური კომისია, განსაკუთრებით კი ეკოსოსის ევროპული კომისია, დიდ ყურადღებას უთმობს ტურიზმის განვითარებას. მაგალითად: 1975 წელს იუგოსლავიის ქალაქ დუბროვნიკში ჩატარდა დიდი კონფერენცია ევროპული საერთაშორისო

ტურიზმის განვითარების შესახებ. განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო დიდი ტურისტული კომპლექსების შექმნისას გარემოს დაცვის პრობლემებს.

მსოფლიოში ამჟამად მოქმედებს რამდენიმე ათეული საერთაშორისო ორგანიზაცია, რომელიც ამა თუ იმ სახით დაკავებულია საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების პრობლემებით. და მაინც, მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია წარმოადგენს სამთავრობათაშორისო ორგანიზაციას, რომელიც ემსახურება ტურიზმის განვითარებისა და ტურისტული პოლიტიკის საკითხების განხილვის საქმეს. მისი მთავარი მიზანია ტურიზმის განვითარება საერთაშორისო მშვიდობისა და ურთიერთგაგების, ეკონომიკური განვითარების, სიღარიბის მინიმუმამდე დაყვანის და მსოფლიო ვაჭრობის უზრუნველსაყოფად.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციაში მუშაობა ხორციელდება მადრიდში ორ წელიწადში ერთხელ ჩატარებული გენერალური ასამბლეის სახით და ექვსი რეგიონული კომისიის: აფრიკის, ამერიკის, ევროპის, შუა აღმოსავლეთის, აღმოსავლეთ აზიისა და ოკეანეთის ფარგლებში.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის რეგიონული წარმომადგენლები თანამშრომლობენ თავიანთი რეგიონების ტურიზმის დარგის მუშაკებთან, რომ გამოავლინონ, გააანალიზონ, აღმოფხვრან პრობლემები და მონახონ გზები ტურიზმის განვითარებისათვის. მონაწილეობენ ტურისტული პროექტების შემუშავებაში, ატარებენ პრაქტიკულ სემინარებს სხვადასხვა ქვეყნის ტურიზმის აქტუალურ საკითხებზე, წარმოადგენენ მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის ინტერესებს ტურიზმის რეგიონულ და ეროვნულ დონის დიებებში, წევრ ქვეყნებს ეხმარებიან კონტაქტის დამყარებაში, ტურისტული სექტორის ხელმძღვანელობასა და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან.

მტო-ს ძირითად მიზანს წარმოადგენს ტურიზმის, როგორც საერთაშორისო ურთიერთობებისა და მშვიდობის ხელშეწყობის განსაკუთრებული რეჟიმის ჩამოყალიბება, საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარება, ადამიანის უფლებათა დაცვა და

პატივისცემა.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია თავის პრაქტიკაში ნერგავს ე.წ. ტურიზმის „გლობალურ-ეთიკურ კოდექსს“, იმისთვის, რომ უფრო ნათელი გახადოს, წვერი ქვეყნების და დაწესებულებების მუშაობა ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული განვითარებისთვის.

„ტურიზმის გლობალურ-ეთიკური კოდექსი“ კანონთა კრებულია. ეს დოკუმენტი შექმნილია მრავალი მარტივი დეკლარაციის შთაგონებით, რომელიც იყო წინათ და რომელსაც დაემატა ახალი მოსაზრებები.

„ტურიზმის გლობალურ-ეთიკური კოდექსი“ განეკუთვნება თანამედროვე დოკუმენტს. „წაიკითხე და მონაწილეობა მიიღე მის შესრულებაში,“ მხოლოდ მასთან თანამშრომლობით შეგიძლიათ ტურიზმის ინდუსტრიის და სექტორის გაფართოებაში დახმარება, მისი მომავლის უზრუნველყოფა და მსოფლიოს ხალხთა შორის ურთიერთგაგება.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის პროგრამას წარმოადგენს:

დახმარება განვითარებისთვის. მტო-ში არის ე.წ დახმარების დეპარტამენტი, რომლის მისია არის ტურიზმის სექტორის განვითარება, ეკონომიკის ზრდა და სიღარიბის შემცირება სამუშაო ადგილების შექმნის წყალობით.

კონკურენციისა და ვაჭრობის გაუმჯობესება:

მსოფლიო ბაზარზე, რომელიც სწრაფად იცვლება კონკურენციის დაძლევის უნარი არის დიდი ძალისხმევა ქვეყნებისთვის, იმისთვის, რომ მოიზიდონ საკუთარი თუ სხვა ქვეყნის ტურისტი.

საწარმო და კომერცია ქმნის ტურისტულ გამოცდილებას და პროდუქტს და ხელს უწყობს განვითარებას, რაც ბოლოს სიღარიბის წინააღმდეგ ბრძოლის საუკეთესო საშუალებაა. უნდა ითქვას, რომ ტურიზმის განვითარება დაკავშირებულია უშუალოდ პროგრესის ევოლუციასთან სოციალური მიზნებისთვის.

მტო-ს პირველი რიგის ამოცანებია:

ტურიზმის სფეროში ურთიერთთანამშრომლობის გაღრმავება და გაფართოება მსოფლიოს რეგიონებისა და ქვეყნების განვითარებისთვის.

ტურისტული კადრების პროფესიული მომზადებისა და სწავლების ხარისხის ამაღლება. იგი ახორციელებს პროგრამებს მეცნიერებისა და განათლების განვითარებისთვის. სპეციალურად მისთვის განკუთვნილი განყოფილება ემსახურება სტუდენტთა დაფინანსებას გარკვეული სახის სტიპენდიებით.

გარემოს დაგეგმვა:

გარემოს რაციონალურად გამოყენებისა და დაცვის ზომების შემუშავება, რეალიზაცია და დაგეგმვა. კონკურენცია დამოკიდებულია ინვესტიციებზე, რამდენად კარგი გარემოს დაგეგმვა შეუძლია ტურისტულ დაწესებულებას ტურისტისათვის.

ტურისტული მომსახურების ხარისხის ამაღლება და სერვისის უსაფრთხოების უზრუნველყოფა.

სტატისტიკა და მარკეტინგული კვლევები. ტურისტული ბაზრის შესწავლა, სტატისტიკური მონაცემების შეკრება, სისტემატიზაცია და ანალიზი. მსოფლიოში ტურიზმის განვითარების პროგნოზირება.

კომუნიკაცია და დოკუმენტაცია. ტურიზმის განვითარებაში მონაწილე ქვეყნებისა და რეგიონებს შორის კავშირის უზრუნველყოფა. ტურისტული დოკუმენტაციის შემუშავება და გავრცელება. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია მსოფლიოს ყოფს რეგიონებად: უცხოელი ტურისტების მიღების რაოდენობის მიხედვით ლიდერი ევროპაა. მსოფლიო ტურიზმში, ევროპის წილი შესამჩნევად ეცემოდა. ტურისტთა რაოდენობის მიხედვით 63.5-დან 58.7%-მდე, ხოლო შემოსავლები 51.6-დან 50.7%-მდე. მიუხედავად ამისა, ამ პერიოდში ევროპაში შემოსულ ტურისტთა რიცხვი 174-დან 347 მილიონამდე გაიზარდა. საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსულმა შემოსავლებმა კი დაახლოებით ორჯერ მოიმატა.

საერთაშორისო ტურიზმიდან მსოფლიო ბაზარზე ევროპის

წილის შემცირების მიუხედავად, რეგიონში შემოსავლები და, შესაბამისად, ტურიზმიდან შემოსული შემოსავლები იზრდება. ტურისტული ნაკადები ძირითადად მიმართულია დასავლეთ და სამხრეთ ევროპის დასასვენებელი ცენტრებისაკენ.

უცხოელ ტურისტთა მიღების რაოდენობის მიხედვით, ამერიკის რეგიონი მეორე ადგილზეა. რეგიონში შედის: ჩრდილოეთ ამერიკა, ცენტრალური ამერიკა, სამხრეთ ამერიკა და კარიბის აუზის კუნძულები. 1996 წელს ეს რეგიონი მოინახულა 115.5 მილიონმა ადამიანმა, რაც შეადგენს მსოფლიო რეგიონების ტურისტთა 19.5%-ს, შემოსავლებმა კი საერთაშორისო შემოსავლების 25% შეადგინა.

ჩრდილოეთ ამერიკიდან ტურიზმით პოპულარული ქვეყნებია: აშშ, კანადა და მექსიკა, რომლებიც წარმოადგენენ ყველაზე მიმზიდველ ტურისტულ ცენტრებს, სადაც საერთაშორისო ტურიზმის გარდა, განვითარებულია შიდა ტურიზმიც.

კარიბის კუნძულები ყოველწლიურად 12 მილიონ ტურისტს ღებულობს. 1993 წელს საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავლებმა საერთო საექსპორტო შემოსავლების 11.5% შეადგინა, რაც ყველაზე დიდი მაჩვენებელია მსოფლიოში.

აღმოსავლეთ აზიისა და წყნარი ოკეანის რეგიონი, ტურიზმის განვითარების დონის მიხედვით, ევროპისა და ამერიკის რეგიონების შემდეგ ადგილზე დგას. ამ რეგიონების ზოგიერთმა ქვეყანამ სულ ახლახან დაიწყო ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება. ძირითადად ესენი არიან რეგიონის ახალი ინდუსტრიული ქვეყნები — საქონლის ექსპორტიორები: ჰონკონგი, მალაიზია, სინგაპური, სამხ. კორეა, ტაილანდი, ინდონეზია და ტაივანი. ამ ქვეყნებში საქონლისა და მომსახურების ექსპორტი ერთმანეთს ავსებენ, მათი განვითარება კი ტელეკომუნიკაციების, საერთაშორისო ტრანსპორტის და საბანკო მომსახურების სფეროების სწრაფ განვითარებას ეყრდნობა. ამ ქვეყნებში საქონლის ექსპორტი საქმიანი მოგზაურობების რიცხვს ზრდის, რომელიც მასტიმულირებლად მოქმედებს სასტუმრო ბიზნესსა და გასართობ ინდუსტრიაზე. საბოლოო ჯამში კი შემომყვანი

ტურიზმის განვითარებაზე. შესაბამისად, ქვეყანაში ხელი ეწყო ეკონომიკის განვითარებას.

ბოლო წლებში რეგიონში შემოვიდა 90 000 000 ტურისტზე მეტი, შემოსავლების წილმა მსოფლიოში ტურიზმიდან შემოსავლების 15.2% შეადგინა.

ახლო არმოსავლეთის რეგიონში, ბაჰრეინში, ეგვიპტეში, ერაყში, იორდანიაში, ლიბანში... ლიბანში კონფლიქტის მიუხედავად, 70-იან წლებში, იზრდებოდა საერთაშორისო ტურიზმის ხვედრითი წილი. 1970-1980 წლებში ტურისტთა რიცხვი 3-ჯერ გაიზარდა 1.8-დან 6 მილიონამდე, შესაბამისად, მათგან მიღებული შემოსავლები – 0.4-დან 3.5 მილიარდ დოლარამდე, მაგრამ ეს შემოსავლები არასტაბილური იყო, რაც რეგიონში პოლიტიკური არასტაბილურობით აიხსნება.

ტურიზმის მიმართ ინტერესის შესუსტება განსაკუთრებით შეეხო ეგვიპტესა და იორდანიას, რომელიც რეგიონში მთავარ ტურისტულ ცენტრებს წარმოადგენს.

აფრიკის რეგიონში შემსვლელი ტურისტების რაოდენობა და შესაბამისად – ტურიზმიდან შემოსავლები დაბალია და შეადგენს მსოფლიო 1.8%-ს. 1996 წელს შემოსულმა რიცხვმა შეადგინა 19.5 მილიონი ადამიანი ანუ გაიზარდა ტურისტების რაოდენობა, შესაბამისად შემოსავლებიც.

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებას რეგიონში ტურისტულ ბაზარზე აფრიკული ტურისტული პროდუქტის მაღალი ფასები აშუშრუჭებდა. რეგიონი ბოლო წლებში, განსაკუთრებით კონტინენტის ჩრდილოეთში, იაფფასიან, მასობრივ ტურიზმზეა ორიენტირებული.

ბოლო 10 წლის განმავლობაში, ექსპორტი საერთო შემოსავლებში, აფრიკის რეგიონის ტურიზმიდან შემოსავლის წილი თითქმის გაორგუდა (80-იან წლებში 5% იყო, 90-იანში – 10%). მიუხედავად ასეთი მონაცემებისა, აფრიკას, ეკონომიკურად ნაკლებად განვითარებული ქვეყნების სიმრავლის გამო, საერთაშორისო ტურიზმში მცირე ხვედრითი წილი აქვს.

სამხრეთ აზიის რეგიონი, მოსახლეობის რაოდენობის

მიხედვით, მსოფლიოში ერთ-ერთი უდიდესი რეგიონია (1 მილიარდი ადამიანი). მისი ქვეყნებია: ავღანეთი, ბანგლადეში, პაკისტანი, ბუტანი, ინდოეთი, ირანი, მალის რესპუბლიკა, ნეპალი და შრი-ლანკა.

სამხრეთ აზიაში ტურიზმი ნელი ტემპით ვითარდება. ამ რეგიონში ტურისტთა შემოსავლები და შესაბამისად შემოსავლები საერთო მსოფლიო დონეს საკმაოდ ჩამორჩება. მიზეზი კი რეგიონის ხშირი პოლიტიკური და ეკონომიკური კრიზისებია. ევროპა რეგიონისათვის ყველაზე დიდი ბაზარია, საიდანაც 12% ბრიტანელ ტურისტებს უჭირავთ. რეგიონში შიდა ტურიზმი სუსტადაა განვითარებული. მეზობელი ქვეყნებიდან შემოსული ტურისტები მთელი შემოსავლების 28% შეადგენს.

ზრდის ტენდენციის მიუხედავად, სამხრეთ აზიის ქვეყნებს, რეგიონში, ჯერ არ გამოუყენებიათ მთელი პოტენციალი ტურიზმის განვითარებისთვის. ხელისშემშლელ ფაქტორებთან უპირველესია ცუდი ინფრასტრუქტურა და არასაკმარისი განვითარებული სატრანსპორტო სისტემა.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია გამოყოფს კრიტერიუმებს, რომლებიც ხელს შეუწყობენ ტურიზმის განვითარებას რეგიონში, რაც უშუალოდ სიღარიბის წინააღმდეგ ბრძოლის საუკეთესო საშუალებაა.

რეგიონში ტურიზმის განვითარებით:

1. ადგილობრივი მოსახლეობისთვის შეიქმნება ახალი სამუშაო ადგილები.
2. განვითარდება ადგილობრივი ინდუსტრია (სასტუმროები, რესტორნები, სატრანსპორტო სისტემა და სხვ.).
3. მოხდება როგორც შიდა, ისე გარე ინვესტიციების მოზიდვა.
4. მრავალფეროვანი გახდება ადგილობრივი ეკონომიკა, მაღალმთიან რეგიონებში შეიქმნება ახალი სამუშაო ადგილები. რეგიონში ტურიზმის განვითარება შესაძლოა საჩვენებელი გახადოს კონკრეტული რეგიონი,

აქედან გამომდინარე, მთავრობა ეცდება დამატებითი რესურსი გამოყოს ამ და მიმდებარე ტერიტორიების განვითარებისთვის.

5. ხელი შეეწყობა იმ მიწების პროდუქტიულად ათვისებას, რომლებიც ნაკლებად ვარგისიანია სოფლის მეურნეობისათვის.

6. რეგიონი შეძლებს თვითდაფინანსებას.

7. შეიქმნება რეკრეაციული ობიექტები, რომლებითაც სარგებლობის საშუალება ექნებათ არა მარტო ტურისტებს, არამედ მოსახლეობასაც.

8. ადგილობრივი მოსახლეობის საერთო კულტურული დონე ამაღლება.

მტო ცხადყოფს მოსალოდნელ უარყოფით შედეგებსაც, ტურიზმის არასწორად და ქაოტურად განვითარების შემთხვევაში. ამას შეიძლება მოყვეს:

1. პოტენციური ეკონომიკური მოგების კარგვა.

2. უარყოფითი განწყობა ადგილობრივ მოსახლეობაში.

3. დისპროპორცია ეკონომიკასა და დასაქმებაში.

4. ობიექტების კონცენტრაცია შეიმჩნევა მხოლოდ ცალკეულ ადგილებში.

5. ეკონომის სხვა დარგებიდან ადგილობრივი მოსახლეობის გადასვლა ტურიზმის სფეროში.

6. ადგილობრივი მოსახლეობის გადასახლება სხვა რაიონებში.

7. კულტურის ჭეშმარიტი თვითმყოფადობის კარგვა ზედმეტი კომერციალიზაციის პირობებში.

8. სხვადასხვა სოციალური პრობლემის – ნარკომანიის, კრიმინალური დანაშაულის და სხვათა წარმოშობის შესაძლებლობა.

უნდა აღინიშნოს, რომ საერთაშორისო ტურიზმის როლი მკვეთრად იზრდება ქვეყნების ეკონომიკურ განვითარებაში.

ტურიზმის, როგორც სავალუტო შემოსავლების წყაროს, საერთაშორისო კონტაქტების გამფართოებლის, მოსახლეობის დასაქმებულობის უზრუნველყოფის მნიშვნელობა დღითიდღე

იზრდება. ბოლო წლების მონაცემების საფუძველზე, მსოფლიო მომსახურების ექსპორტი შეადგენდა 54,2 მილიარდ აშშ დოლარს. ხოლო საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავლები 15.9 მილიარდ აშშ დოლარს, რაც მთლიანი მომსახურების შემოსავლების 12% შეადგენს. 1996 წელს საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავლები 7.6%-ით გაიზარდა და შეადგინა 401 მილიარდი დოლარი. წინა წლებთან შედარებით, შემოსავლები 1996 წელს 25-ჯერ გაიზარდა, რაც შეესაბამებოდა საშუალო წლიური ტემპების 12.7%-ით ზრდას. ამასთან წლიური ტემპები 1970-1980 წლებში შეადგენდა 18.1%-ს, 1981-1996 წლებში – 9.1%-ს, შემოსავლებმა 2000 წელს 621 მილიარდი დოლარი შეადგინა, საშუალო წლიური ზრდის ტემპები შესაბამისად 1996-2000 წლებში იყო 10.7%. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის უკანასკნელი პროგნოზების მიხედვით, საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავლები 2010 წელს 1500 მილიარდი დოლარი იქნება. საშუალო წლიური ზრდის ტემპები კი შესაბამისად 2001-2010 წლებში – 9.2%.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ბერიშვილი ხ. საერთაშორისო ტურიზმის ბიზნესი. თბ., 2012
- ქათამაძე დ. ქათამაძე გ. საერთაშორისო ტურიზმი. ბსუ., 2013
- Александрова А.Ю. Международный Туризм. М., 2000
- www.unwto.org

დოღო ჭუმბურიძე,

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ხელოვნების მეცნიერების მიმართულების დოქტორანტი
ხელმძღვანელი: ასოც. პროფ. ნინო სანადირაძე

წარმოშობის პროცესები და კულტურის სფეროს თავისებურებები

ნებისმიერი ორგანიზაციის თუ მწარმოებლის ერთ-ერთი უმთავრესი მიზანი ეკონომიკური ზრდაა, რაც უფრო მეტი რაოდენობისა და უკეთესი ხარისხის საქონლისა და მომსახურების წარმოებას – ანუ ცხოვრების უფრო მაღალ დონეს გულისხმობს. თავისთავად ეკონომიკური ზრდა მიიღწევა არსებული რესურსების მაქსიმალურად ეფექტიანად გამოყენების გზით. ეკონომიკური ზრდის ფენომენი კარგადაა ცნობილი და იზიდავს არა მხოლოდ ეკონომიკური სფეროს ექსპერტებსა და წარმომადგენლებს, არამედ სხვადასხვა სფეროს სპეციალისტების ინტერესსაც იწვევს. ამიტომ ეკონომიკის სფეროს მკვლევრებმა უფრო სრულყოფილი ზრდის პროცესების მოდელების შესამუშავებლად სხვა სფეროებშიც გადაინაცვლეს ახალ-ახალი იდეების გენერირებისათვის. მათ შორის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ადგილს კულტურის სფერო იკავებს, რასაც თავისი საკუთარი წარმოება და წარმოების თავისებურებები ახასიათებს.

ზოგადად ორგანიზაციის მიერ წარმოებული პროდუქტების რაოდენობა დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორ არის ბაზარზე დაბალანსებული მოთხოვნა და მიწოდება. არსებობს თუ არა მნიშვნელოვანი სხვაობა წარმოებული და რეალიზებული საქონლის რაოდენობას, ასევე თვითღირებულებასა და ფასს შორის.

კულტურის სფეროს პროდუქტის თავისებურება იმაში მდგომარეობს, რომ იგი თავად ქმნის მოთხოვნას. იგი ვერ დაექვემდებარება საზოგადოების უმრავლესობის მოთხოვნას

და დამოკიდებულებებს, – კულტურის სფეროს ფასეული პროდუქტები მას-კულტურის ელემენტებს შეიცავენ.

შეუძლებელია კულტურის სფეროს ფასეული პროდუქტების ფასის განსაზღვრა და თვითღირებულების სტანდარტული წესით გაანგარიშება. კულტურის სფეროს პროდუქტი – ესაა არა მარტო სულიერი საზრდო, არამედ ღირებულებების მატარებელი საზოგადოების ჩამოყალიბებაშიც იღებს მონაწილეობას.

„გასათვალისწინებელია ისიც, რომ კულტურას რამდენიმე თვისება გააჩნია: კულტურა ადამიანების სოციალური დახასიათებაა და მისი მიზანია საზოგადოების წევრების მოთხოვნილებებს ემსახუროს. იგი აკუმულაციურია (დაგროვების ეფექტი), რადგანაც თაობიდან თაობაში გადადის და ხშირად ისტორიული დასაბუთება მოეპოვება. თუმცა ეს არ ნიშნავს, რომ კულტურა უცვლელი რჩება. კულტურა ადაპტირებადია, მხოლოდ მისი რამდენიმე ინსტიტუტი არის უცვლელი. დანარჩენი ფასეულობები: რელიგია, პოლიტიკა, კანონები და სხვა შეიძლება შეიცვალოს საზოგადოების მოთხოვნილების შესაბამისად.¹ კულტურის სფეროს მენეჯმენტი, გარდა სხვადასხვა სპეციფიკური მახასიათებლებისა, ერთი განსაკუთრებული ნიშნითაც ხასიათდება – მატერიალური წარმოების პროდუქტები გამოყენების პროცესში ცვდება, კულტურის სფეროში წარმოებისას მიღებული პროდუქტები გამოყენებისას სულ უფრო მეტ ღირებულებას (ფასეულობას) იძენს.

„ბიზნესისა და კულტურის ურთიერთთანამშრომლობას საზოგადოების განვითარებისა და გარდაქმნისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს და სამოქალაქო საზოგადოების რეალიზაციის საშუალებას წარმოადგენს, რომლის გათვალისწინებითაც შესაძლებელია გამოყვით კულტურისა და ხელოვნების ზეგავლენის რამდენიმე ასპექტი თანამედროვე საზოგადოების განვითარებაზე: კულტურის

¹ რაისი ქ. შვეიცნოთ მომხმარებლი (მომხმარებლის ქცევა), თბ., 2001, გვ. 79

უშუალო გავლენა ეკონომიკაზე გამოიხატება შემდეგში:

- კულტურისა და ხელოვნების სფერო ქმნის კონკრეტულ სამუშაო ადგილებს, აქვს საკუთარი ავტონომიური გასაღების ბაზარი და საინვესტიციო პოტენციალი, უშუალო წვლილი შეაქვს კონკრეტული რეგიონის ეკონომიკის განვითარებაში;

- კულტურა და ხელოვნება განათლების, მასმედიის, ტურიზმის, გართობის ინდუსტრიის განვითარების ძირითად წყაროს წარმოადგენს¹.

კულტურის სფეროში შექმნილმა „პროდუქტმა“ წარმატებით რომ გაართვას თავი ღირებულებათა ნაკრების ფორმირების (ბრენდად) ქცევის ურთულეს ეტაპს, საჭიროა მიზნობრივი ჯგუფებისათვის იყოს გასაგები და შეძლოს უკუკავშირის გამოწვევა.

ზოგადად წარმოების პროცესის შემადგენლობა შემდეგნაირად განისაზღვრება – შენატანი პროცესი და შედეგი. კულტურის სფეროს პროდუქტის შემთხვევაში პროცესი და შედეგი ერთიანდება, რაც გარკვეულწილად კულტურის სფეროს სპეციფიკურობით და მომსახურების სფეროს თავისებურებით აიხსნება.

კულტურის სფეროში მოღვაწე ორგანიზაციის მენეჯერებს საჭიროა ჰქონდეთ პასუხი შემდეგ კითხვაზე: როგორ გავზარდოთ გაყიდვები და როგორ აღვზარდოთ მაყურებელი? უფრო ზუსტად კი – როგორ დავხვეწოთ მომხმარებლის, დამთვარიელების და ა.შ. გემოვნება, რათა ორგანიზაციის არსებობა მხოლოდ ბიზნეს ინტერესებით არ შემოიფარგლებოდეს და უწყვეტად გაგრძელდეს ღირებულებათა ნაკრების ფორმირების პროცესი.

კულტურის სფეროს მართვისას უმთავრეს ამოცანას კულტურის სფეროს პოპულარიზაცია წარმოადგენს. სწორედ ამ საკითხის გადაჭრის ეფექტური საშუალებაა სხვადასხვა ღონისძიების დაგეგმვა და მართვა. კულტურის სფეროს პროდუქტის განსაკუთრებულობა იმაშიც გამოიხატება,

¹ სანადირაძე ნ. კულტურის სფეროს პროექტების მენეჯმენტი და დაგეგმარება, თბ., 2011, გვ. 46

რომ მისდამი ინტერესი და მასზე მოთხოვნა წლების პირდაპირპროპორციულად იზრდება მაშინ, როცა პროდუქტის ხარისხი ეჭვგარეშეა. „დღეს, როდესაც პროდუქტები და მომსახურებები სულ უფრო და უფრო ფართოდ გამოიყენება, ბევრი კომპანია საკუთარი მომხმარებლისათვის ახალ ფასეულობებს ქმნის, რათა მათი შეთავაზებები განსხვავებული იყოს, მაშინ, როდესაც პროდუქტი მატერიალურია, ხოლო მომსახურება – არამატერიალური (შთაბეჭდილება, მოგონება), რომელიც იმავდროულად პერსონალურია და მომხმარებლის გონებაში ინდივიდუალურად მკვიდრდება. პროდუქტი – ეს არის რაღაც, რაც შეიძლება ბაზარს მიეწოდოს ყურადღების მისაქცევად, შესაძენად, გამოსაყენებლად ან მოხმარებისათვის, რომელიც სურვილს ან საჭიროებას აკმაყოფილებს. პროდუქტი მოიაზრებს უფრო მეტს, ვიდრე რეალურ საქონელს. იგი მოიცავს ფიზიკურ ობიექტებს, მომსახურებებს, მოვლენებს, ადამიანებს, ადგილებს, ორგანიზაციებს, იდეებს ან ამ ყველაფრის სხვადასხვა კომბინაციას. მომსახურება არის პროდუქტის ფორმა, საქმიანობა ან სარგებელი, რომელსაც ერთი მხარე მეორეს სთავაზობს. ასეთი გარიგება რაიმე მატერიალურის ფლობას არ გულისხმობს“¹.

კულტურის სფეროს პროდუქტის აღქმის პროცესი ქმნის სიტუაციას, სადაც ცალკეულ ინდივიდებს შორის მყარდება ფსიქოლოგიური კავშირი. იგი განაპირობებს მსგავს განცდებს. სწორედ ამის შემდგომ იქმნება გარკვეული ერთიანი სისტემა. აღნიშნული სოციალური ჯგუფი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც კულტურის სფეროში შექმნილი პროდუქტების მომხმარებლები. ამ ჯგუფისათვის დამახასიათებელია მსგავსი ინტერესები, მოლოდინი და განცდა. საგულისხმოა ისიც, რომ „ხელოვნების ყოველი ნაწარმოები თავისთავში ორ ძირითად მომენტს – ნაწარმოების შექმნისა და აღქმის მომენტს შეიცავს. ყოველი ხელოვანი, იქნება ის მხატვარი თუ მუსიკოსი, მწერალი თუ მსახიობი, ქმნის არა თავისთვის,

¹ Котлер Ф., - Маркетинг менеджмент (9-е международное издание), Санкт-Петербург, 1999, стр. 39

არამედ სხვისთვის, მაყურებლისთვის, მკითხველისთვის. ამიტომ ნაწარმოების შექმნის პროცესი თავისთავში აღქმის პროცესსაც ითვალისწინებს¹. „აღქმა, ეს არის გადამწყვეტი კონცეფცია, რომელიც თან სდევს მომხმარებლის შეცნობის ნებისმიერ მცდელობას, რადგანაც ვიცით, რომ ჩვენი ქცევა შეიძლება საქონლის, მომსახურების ან მოქმედების აღქმული ფასეულობისა და ჩვენ მიერ აღქმული დაკმაყოფილების ალბათობის კომბინაციით იმართებოდეს“².

კულტურის სფეროში შექმნილი „პროდუქტი“ ხელოვნების ნაწარმოები მომხმარებლის (მაყურებლის/დამთვალიერებლის და ა.შ.) ქვეცნობიერში ილექება და მათ ფიქრებს წარმართავს გარკვეული მიმართულებით. მაგალითად – „თეატრი ადამიანის არსების მთლიანად შთანთქმელი ძვირი სიამოვნებაა. ამიტომ დასანანია, იგი დანიშნულებისამებრ რომ არ გამოვიყენოთ. დიახ, თეატრი უსათუოდ უნდა იყოს სანახაობა და რაკი ეს ასეა, იგი „წარმოდგენის გამართვის“ უბრალო მიზნით ვერ შემოიფარგლება. მან უნდა გარდაქმნას ადამიანი და, უპირველეს ყოვლისა – საკუთრი თავი“³. „ხელოვანმა იცის, რომ მისი პროდუქტის მაძიებელი გონების შედეგია. მუდმივად ის არასდროს იქნება ერთი და იგივე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ – შემოქმედებითი სამყარო ინოვაციურია. ამის გამო, მენეჯმენტსა და შემოქმედებით სამყაროს შორის განსხვავება თვალსაჩინოა“⁴.

„შემოქმედება მხოლოდ ნიჭსა და ინტუიციას არ ეფუძნება, მასში ცნობიერებაცაა ჩართული, იქაა მიზანდასახულობა, ასეთი მხატვრული ნაწარმოები აღრმავებს სამყაროს ცოდნას, გარკვეულად წარმართავს, ზოგჯერ ცვლის კიდევ წარმოდგენებს ცხოვრებაზე. ნიჭი მუდამ ინდივიდუალურია და თვითმყოფადი,

¹ სანადირაძე ნ. კულტურის სფეროს პროექტების მენეჯმენტი და დაგეგმარება, თბ. 2011, გვ. 76

² რაისი ქ. შევიცნოთ მომხმარებელი (მომხმარებლის ქცევა), თბ., 2001, გვ. 53

³ თუმანიშვილი მ. სანამ რეპეტიცია დაიწყება, თბ. 2008, გვ. 25.

⁴ ჰაგორტი ჰ. სახელოვნებო მენეჯმენტი“ თბ., 2013, გვ. 29

ამიტომ ნიჭიერს შეუძლია იფიქროს, ილაპარაკოს და აკეთოს ის, რაც მიაჩნია აუცილებლად. ამგვარი შინაგანი თავისუფლება მცირეთა ზვედრია, არც ადვილია, რადგან მოითხოვს მთელი არსების, სულიერ ძალთა სრულ მობილიზაციას. უნდა გქონდეს დანახულისა და ნაგრძნობი შინაგანი ფიქსირების უნარი და დახვეწილი მოთხოვნილება ჰარმონიისა. ჭეშმარიტი მუსიკოსისთვის ორკესტრის ოდნავი შეცდომაც კი აუტანელია. ასეა ეს ყველა სხვა ხელოვანისთვისაც, რადგან ჰარმონიის, ნაწილთა შეხმატკბილების გარეშე არ არსებობს მხატვრული ნაწარმოები. ჰარმონიას ითხოვს ხელოვანის მთელი არსება და არა მხოლოდ ყური ან თვალი. მაგრამ, ჰარმონიული მთლიანობის შექმნა ნიჭის გარდა, საკუთრივ ამ შემოქმედებისათვის აუცილებელ ცოდნას საჭიროებს. ცოდნა შრომით შეიძინება. შრომა კი თავისთავად ბრძოლაა, რადგან ის მუდამ არცოდნის წინააღმდეგობის გადალახვაა. ამიტომ, ნიჭისთვის ბრძოლის უნარიც დამახასიათებელია, გამძლეობაც და სიმტკიცეც“.¹

ორგანიზაციამ უწყვეტად უნდა განახორციელოს მისივე პროდუქტის ხარისხის ანალიზი, ეს დაეხმარება მომხმარებელს პროდუქტის ხარისხის უკეთ აღქმაში. ხშირ შემთხვევაში ჭეშმარიტი ხარისხი და მომხმარებლის მიერ აღქმული ხარისხი ერთი და იგივე არ არის. ძნელია იმის გარკვევა, თუ რაზეა დამოკიდებული ეს ყველაფერი. შესაძლოა ბრენდის პრესტიჟის თუნდაც მცირეხნიანი ვარდნა „მყარად“ ჩაიბეჭდოს მომხმარებლის ცნობიერებაში და აისახოს მის შეფასებაზე. „პროდუქტზე ორიენტირებული კონცეფცია ამტკიცებს, რომ მომხმარებელი უპირატესობას ანიჭებს პროდუქტს, რომელიც მომხმარებელს ჰპირდება და სთავაზობს მაღალ ხარისხს, საჭიროა მენეჯერმა მოახდინოს მთელი ძალების კონცენტრირება, რათა შექმნას მაღალხარისხიანი პროდუქტი და მუდმივად იზრუნოს მის სრულყოფაზე“.²

¹ ურუშაძე ნ. სახლი სათამაშო, 1999, თბ., გვ. 12

² Котлер Ф. Маркетинг менеджмент (9-е международное издание), Санкт-Петербург, 1999, стр. 49

კულტურის სფერო წარმატებულ მართვას საჭიროებს, ამისათვის კი საჭიროა პროფესიონალი მენეჯერები მოტივირებულ და შემოქმედ ადამიანებით დაკომპლექტებულ გუნდთან ერთად მუშაობდნენ. მენეჯერები წარმატებით უნდა ახდენდნენ კულტურის პროდუქტის პოზიციონირებას, როგორც მომხმარებელთა წინაშე, ასევე დონორებისა და სპონსორების გარემოცვაში. მათ უნდა ჰქონდეთ დამარწმუნებელი კომუნიკაცია, რათა მოიძიონ საჭირო დაფინანსების წყაროები და რაც ძალიან მნიშვნელოვანია – კარგად უნდა იცნობდნენ დარგობრივ თავისებურებებსაც.

წარმატებაზე ორიენტირებული მენეჯერის ძალისხმევა მიმართულია იმისკენ, რომ კულტურის სფეროს პროდუქტის მიმართ მომხმარებელს ჩამოუყალიბდეს ჩვევა, რაც შემდგომში ლოიალურ დამოკიდებულებაში გარდაიქმნება.

„ჩვევა – ეს გადაწყვეტილების მიღების კიდევ ერთი მექანიზმია, რომლითაც სარგებლობს მომხმარებელი. ნაწილობრივ ისევე, როგორც დამოკიდებულება, ჩვევა საშუალებას აძლევს მომხმარებელს, სწრაფად მიიღოს გადაწყვეტილება პროდუქტთან დაკავშირებით. დამოკიდებულებისაგან განსხვავებით, ჩვევას ჩართულობის უფრო დაბალი ხარისხი აქვს. ჩვევა მომხმარებელს აძლევს პროდუქტის ან მისი კატეგორიის არჩევის მსუბუქ და რუტინულ შესაძლებლობას“.¹

„კულტურის სფეროს ორგანიზაციები მით უფრო პერსპექტიულნი იქნებიან, რაც უფრო მეტად შეეცდებიან დააკმაყოფილონ მრავალფეროვანი აუდიტორიის მოთხოვნები. საჭიროა მეტი ყურადღების გამახვილება მოთხოვნაზე, ე. ი. ფართო აუდიტორიასთან მუშაობაზე. ასევე საჭიროა იმ პროექტების მხარდაჭერა, რომლებიც შედიან სპეციფიკური

¹ Consumer's Behaviours: What Any Manager Should Know by Jacques Nantel <http://neumann.hec.ca/pages/jacques.nantel/notes/Marketing/textes/CONSUMER.pdf>

სეგმენტის აუდიტორიის ინტერესებში“¹

„მაღალეფექტური ორგანიზაციის მენეჯერები ისწრაფვიან შეესაბამებოდნენ და ალემატებოდნენ დაინტერესებული ჯგუფების მოლოდინებს, კოორდინირებას უწევენ და ეფექტურად იყენებდნენ შიდა და გარე წყაროებს. ორგანიზაციული კულტურა მსგავსი ტიპის ორგანიზაციებში ორიენტირებულია წარმატებაზე“.²

მენეჯერმა, ერთი მხრივ, უნდა უზრუნველყოს შემოქმედები იდეების გარდაქმნა კონკრეტულ მიზნად და მეორე მხრივ, უნდა უზრუნველყოს მიზნობრივ ჯგუფებთან შეთავაზების სტრატეგიის ეფექტიანად წარმართვა. მან უნდა შეძლოს ორგანიზაციის წევრებს მოსთხოვოს გუნდური მუშაობის პრინციპების დაცვა და დაისახოს კონკრეტული, მიღწევადი და დროში გაწერილი მიზნები.

„მიზნები გასაგებად უნდა იყოს წარმოდგენილი და უნდა გულისხმობდეს ე. წ. ჭკვიანურ პრინციპს, რომელიც კონკრეტულია, გაზომვადია, ჰარმონიაშია გარემოსთან და დაფუძნებულია დროზე.

კონკრეტული: ზუსტად უნდა ვიცოდეთ, რისი მიღწევა გვსურს.

გაზომვადი: ეს მეთოდი თუ პროცედურა მოითხოვს ღონისძიების ან ქმედების მონიტორინგს და აღრიცხვას, თუ რა მიზნებზეა ორგანიზაცია ფოკუსირებული.

შესაძლებელი: მიზნებმა, რომლებიც უნდა იყოს მიღწეულნი, არ უნდა გადააჭარბონ შესაძლებლობის (მიღწევადის) ფარგლებს. თუ დასახული მიზანი არ შეესაბამება რეალობას, მაშინ ორგანიზაციის წარმატებაც შეუძლებელი იქნება“.³

¹ Котлер Ф., Шефф Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств, 2004, <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3755299>

² Котлер Ф. Маркетинг менеджмент (9-е международное издание), Санкт-Петербург, 1999, стр. 162.

³ A reference for event planning and production in Scotland <http://www.aofeonline.com/uplds/EventScotlandGuide.pdf>

კულტურის სფეროს პროდუქტების სპეციფიკურობა იმაში მდგომარეობს, რომ თავად ქმნის მოთხოვნილებას. მოთხოვნილება რომ გარდაიქმნება მოთხოვნად, ეს კულტურის სფეროში მოღვაწე მენეჯერის მხრიდან, საჭიროებს საბაზრო ეკონომიკის პრინციპების ცოდნას, ბაზარზე ამჟამად არსებული მდგომარეობის შეფასებისა და ორგანიზაციის რესურსების ოპტიმალურად გადანაწილების უნარს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- მ. თუმანიშვილი. სანამ რეპეტიცია დაიწყება, გამომცემლობა „კენტავრი“, თბ., 2008.
- ნ. სანადირაძე. კულტურის სფეროს პროექტების მენეჯმენტი და დაგეგმარება, გამომცემლობა „კენტავრი“, თბ., 2011
- ქ. რაისი. შევიცნოთ მომხმარებელი (მომხმარებლის ქცევა), გამომცემლობა „ტექნიკური“, თბ., 2001
- ჰ. ჰაგორტი. სახელოვნებო მენეჯმენტი, თბ., 2013
- ნ. ურუშაძე. სახლი სათამაშო. თბ., 1999
- Ф. Котлер. Маркетингменеджмент (9-е международное издание). Издательство «Питер», Санкт-Петербург. 1999
- Котлер Ф., Шефф Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств, 2004, - <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=3755299>
- Consumer's Behaviours: What Any Manager Should Know by Jacques Nantel - <http://neumann.hec.ca/pages/jacques.nantel/notes/Marketing/textes/CONSUMER.pdf>
- A reference for event planning and production in Scotland - <http://www.aoifeonline.com/uplds/EventScotlandGuide.pdf>

**FREE SECTION MATERIALS OF
SCIENCE CONFERENCE № VII**

FILM STUDIES

Davit Gujabidze,

The doctor of Art study,

An associated professor at Shota Rustaveli Theatre and Film

Georgian State University

CONDITIONALITY OF THE OPTICAL IMAGE

Summary

The word “Conditionality” itself means semantic replacement and a filtration. It is applied when there is a need of underlining and emphasis of a certain set of traits of an object or the phenomenon. The fine arts, as well as any other form of art, are the product of artistic creation. (Irrespective of a genre and style), in which presence of conditionality is a must. Each individual image – will be it a rock painting of the cavemen, the Egyptian bas-reliefs, painting of the European book miniature, medieval Chinese or Japanese painting, artwork in style of classicism, an impressionism or the postimpressionism – demands from the viewer recognition of sets of certain semantic prerequisites without which it is impossible to comprehend the meaning of the artwork.

The optical image – the photo and a cinema (e.c. television) – despite the technical basis of their creation and the compelled naturalism which is put in them from the beginning, also contain some conditionality, the main thing from which is the fact that the analogue of three dimensional space is created on the two-dimensional plane. In this sense the optical image is the successor of traditions of the European painting of renaissance era the main tool of which is the perspective creation of composition.

As well-known British Film-Tele cameraman Peter Ward – writes, each image is a certain visual information (e.c. visual message). The meaning of these messages is delivered by a choice of focal length of a lens, height of its arrangement and a tilting angle; and also – by the choice of a form of light drawing, color accents, movement in the scene, camera movement, etc. Cameramen manipulate with these tools while creating their products. But, despite the standard equipment,

some cameramen manage to create the unique works of motion picture art, which are highly distinguished from general background of mass film production.

Oftentimes the main task of a cameraman is to construct the depth of the space in two dimensional screen according to the scenario and the director's vision. In this unity, the unique screen space is created, which differs from other films and which is based on unity of conditional prerequisites. –

Modern film production is headed towards creation of a “3D - a stereo” movies in which the principles of spatial construction differ from traditional “2D” cinematography. On the example of the movie “Gravity” we try to define the difference and outline the requirements of this type of optical image to the cinema-creators...

Ilia Natroshvili,

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University,

Performing Creative Art,

Audio-Visual Directing (TV Directing)

PhD student,

The head: Prof. Sandro Vakhtangov

TRIANGLE HAS CHANGED THE WORLD

Summary

Any political social and cultural phenomenon and as an eyewitness is a person who uses the Internet technology for rapid development of multimedia tools in parallel with the flow of information more accessible.

Along with the rapid development of Internet technology, the flow of information becomes more accessible to all people in any letter to take roots in the virtual sites, network or social web sites such as: Google, Face book, Yandex, etc.

It can be said that the fight against “internet or television” internet wins and the crowd gathers at this point in social networking sites and powerful Internet conglomerates.

TV is a powerful tool for transformation in the political process of

transforming the social and cultural reality in which all of us live.

The world's most common and easily accessible multimedia tools are more portative and requires no special skills to explore them. Multimedia refers to content that uses a combination of different content forms. This contrasts with media that use only rudimentary computer displays such as text-only or traditional forms of printed or hand-produced material. Multimedia includes a combination of text, audio, still images, animation, video, or interactivity content forms. Multimedia is usually recorded and played, displayed, or accessed by information content processing devices, such as computerized and electronic devices, but can also be part of a live performance. Multimedia devices are electronic media devices used to store and experience multimedia content. Multimedia is distinguished from mixed media in fine art; by including audio, for example, it has a broader scope. The term "rich media" is synonymous for interactive multimedia. Hypermedia can be considered one particular multimedia application. Multimedia devices are applicable. The universal multimedia technology management processes which facilitates the spread of information and dissemination of information we get the picture schematically. If we imagine a hypothetical circle of three units: 1. Software (Microsoft, Linux); 2. Social Networks (FB, Twitter, Google); 3. Multimedia technical support (Apple).

Television or Internet? Today, it is too early to answer this question clearly but without the rapid integration of multimedia tools into television it's very difficult to imagine future perspectives of TV.

MEDIA STUDIES

Revaz Tchitchinadze,

PhD student of Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State
University, The Humanitarian and Social sciences,
Business and Management Faculty
The head: Prof. Giorgi Chartolani

INDEPENDENCE AND THEN DEMOCRACY

Artists, who were perceived as the agents of KGB, and
countered journalists

Summary

- The main aim of the first President was to get rid of the Soviet mentality. For the president Z. Gamsakhurdia it wasn't enough just to declare the independence of state. The leader of the liberation movement was expecting for the worst, and perceived the biggest part of the intellectuals, celebrities, as KGB agents. By the opinion of the researchers, confrontation with celebrities was one of the most significant mistakes made by Z. Gamsakhurdia.

- Against 'Red Intelligentsia', (that's how Z. Gamsakhurdia called the biggest part of the celebrities and TV journalists), the first president of Georgia decided to set propaganda machine. New government has its own opinion, view, about the media news policy, which was too far from the principals of the democracy. This kind of point of view was unacceptable for the one part of journalists, but for other part it was acceptable and conceivable.

- Firstly independence or democracy? Why one excludes another? In early 1990th those questions were the most actual. New government, by the help of ideological propaganda, would like to make 'mental revolution'. Their aim was to unify the public around one idea – absolute independence of Georgia.

Z. Gamsakhurdia also was trying to set one of the propaganda methods 'classifier', to make his own enemies, the enemies of the nation. For setting these kinds of propaganda methods, new government needed media, which has to be backed by devoted, staunch professionals. Priority of Z. Gamsakhurdia was that by that time it was easy to control broadcasting media, because there was

just one state TV broadcaster. Also Gamsakhurdia has staunch people around like T. Kvantaliani (head of State TV broadcaster); But the biggest problem was unprofessional stuff and countered journalists.

ART STUDIES

Nino Goderdzishvili,

PhD student of Art study direction at Shota Rustaveli Theatre
and Film Georgia State University

The head: Prof. Nato Gengiuri

THE SCENE OF HUNTING OF THE RELIEF OF SAPARA BELL TOWER

Summary

“Scenes of Hunting” due to Georgian mentality have occupied an important place both in pagan and Christian arts of Georgia since the ancient times.

Hunting scenes and hunters were often depicted on the facades of cathedrals, steles and iconostasis (Hunting of St. Eustathios, Hunting of Evagre and others) during the Middle Ages. They were attached different meanings at the different periods. But in all epochs hunting compositions were interpreted as the conversion into the true belief, the idea of obtaining of spiritual salvation.

Hunting scene of the west façade of Sapara bell tower of the XIII century is worth of noting. It is distinguished from the compositions of early period reliefs by its location, form and stylistic characteristics. Unlike earlier scenes, here geometric figure, ornament is depicted next to figures of a hunter and deer. Composition is located next to the entrance door as the decorative element of the façade.

Comparing relief of Sapara bell-tower to revealed relief compositions (stele of John the Baptizer (VI-VIII centuries), the western façade of Ateni Sioni (VII c.), the western façade of Martvili Sioni (VII c.), plate of iconostasis of Tsebelda (VI-VIII c.), relief of the window of Oshki (X c.) and plate of iconostasis of Shiomghvime (XI c.)), we will try to pick out its artistic and related to content peculiarities by means of artistic-stylistic analysis.

Shorena Pkhakadze,
PhD student Art study direction at Shota Rustaveli Theatre and
Film Georgian State University
The head: Prof. Irine Abesadze

**DUAL CODE IN GEORGIAN POSTMODERNISM:
IRAKLI PARJIANI**

Summary

Postmodernism is difficult, multidimensional, and contradictory direction in art, which in all countries have developed a national basis. Theorists outline two major modifications: a) Western , which has a close connection with the post-modern theory and philosophy, which is transformed to simulacra hybrid-quote language, optimistic tone, and b) Eastern which formed new tendencies in Western Literature information vacuum conditions. It has developed and acquired obviously epatage character of the `state of the art~ norms of social realism.

For postmodernism is characteristic the so-called double coding, that means two different code inappropriate discussion, stylistic coherence and merge. The term belongs to British architect and art critic Charles Jenks.

After the collapse of the Soviet Union in the ruins and emergence of Post-soviet Georgia started modernization of Georgia and thoroughly established in Georgian culture.

It should be noted that postmodernism revealed during the Soviet Union's existence a number of paintings. Among the first to be named Avto Varazi and Irakli Parjiani. Double coding of postmodernism clearly establishes the creative works of Irakli Parjiani. The main feature of the artist is distinctly individual style of handwriting which has not progressed but it was form from the very beginning. A painter expanded one of the limits of the genre and for example he gave style life elements of landscape.

Ekaterine Jokhadze,
PhD student of Art study direction at Shota Rustaveli Theatre
and Film Georgia State University,
The head: Nato Genguri

A RELIGIOUS TOPIC ON GEORGIAN METAL SCULPTURE OF THE SOVIET PERIOD

Summary

In the 50-70s of the 20th century sculptors of fine arts such as : Irakli Ochauri, Guram Gabashvili, Koba Guruli reestablished a forgotten field of Georgian art – forged art with absolutely new characteristics, quality, also with new problems and artistic methods, despite the soviet ideological censorship and difficult political – historical conditions.

The reestablishment of the ancient art during the epoch of the cult of personality and stone leadership was vowed not only by the creative investigation, but by the “ideological culture” refusal. Especially, when there was an aggravation of the interest towards the artistic inheritance in all the genres of the Georgian art and also in painting. The aspiration for the European modernist art also increased. In the painters’ opinions, contemporary Georgian art must have been “both modern and national”. In spite that an iron curtain was hung over between the Georgian and European artistic world, Georgian national artistic inheritance as well as the elements of the European modernism paved the way for developing metal sculptors’ creative work.

In the art of the Soviet period, a study of work of the religious forged art hasn’t been occurred yet. The Christian unstudied examples in forged art of the Soviet period will be discussed in the report and their artistic originalities will be shown. The painters, who create works of art on religious subject, like metal sculptors of the middle centuries, they preferred Christian images of Saints: Our Savior, Our Lady, Saint George, archangels, Saint Nino and others. All of them are defined by the clear originalities, which are not only in the choice of iconography subjects, but also in their artistic-technological processing.

CHOREOLOGIST

Anano Samsonadze,

An associated professor at Shota Rustaveli Theatre and

Film Georgia State University

Doctor of Art study

SOURCES TO STUDY CHOREOGRAPHIC FOLKLORE

(According to Georgian materials)

Summary

1. Art of choreography as process spread in time and space is defined by special signs. First of all, it's non-materialized, ephemeral character of choreography. This creates difficulties during ethno choreographic study. Dance only exists during the process of dancing and disappears after final moves. So, this means it's impossible to study it with direct observation. It gets even more complicated because there is no universal form to give us any means for reconstruction and analyzing of ancient dances. Thus it's more important for choreological studies to consider choreographic art and its ancient forms in the context of historic research.

2. Studying process of folklore dance is based on choreographic scenes from adjacent fields. During differentiating actual materials and considering its main characteristics, we can acquire main branches for research choreographic folklore, which are:

- Archeological materials;
- Literature materials;
- Musical materials;

For research objects we consider only those materials, which contain static-dynamic scenes of dance and thus gives means for its chronologic, stylistic, structural and functional research. Studying subjects differ according to ethnic groups. Semantic of ethnic group contains concrete ethno-folklore signs.

3. Archeological materials, which are one of the ancient means to study choreographic folklore, include initial information about ancient dance traditions. Our findings about history of Georgian

folklore dances are based on archeological materials found in Georgia. Among them there are individual figures of ritual dancers or prayers and also collective ritual scenes. Objects of Georgian archeological-choreographic research are:

- Anthropomorphic figures of Imeri and Arkhulo hill (VI-IV millennium BC)
- Figurative symbols of Ozin's clay tile (IV-III millennium BC)
- Silver bowl of Trialeti (first half of II millennium BC)
- Bronze girdle of Satovle Nabagharebi, clay and bronze statues of Itipali (IX-VII BC)
- Dancing monster portrayed on Rekhi stone (IV-III BC)
- Pitcher of Samadlo and Isarna of Samadlo (IV-I BC)
- Dancer portrayed on Kavtiskhevi's ring (IV-III BC)

4. Description of dance rituals with the language of literature is approached to inner nature of dance. In contrast with static archeological materials, descriptions are dynamic, because they give schematic image of composed structure of dancing. Literature materials as means of choreographic folklore is diverse and can be grouped by ways they describe dance scenes;

- Historic and literature materials, contain dance traditions or distinct dance terminology described by foreigner and Georgian authors: Xenophon's *Anabasis* (IV c. BC), Strabon's *Geography* (IV c. BC), Arcangelo Lamberti "Description of Samegrelo" (XVII c), Sulikhan-Saba Orbeliani "Sitkvis Kona (Tales of words)" (XVII-XVIII c), Teimuraz II "Mirror of spoken" (XVIII), Archil the King "The Manners of Georgia" (XVII c) etc.

- Literature materials found during expeditions or ethnographic (S. Makalatia, V. Berdavelidze, T. Sakhokia, V. Itonishvili etc.) and direct choreographic folklore (D. Javrishvili, A. Tataradze etc.) materials.

- Texts of Pherkhuli – materials left as poetry, which contains full information about Pherkhuli's content and its functional reasons.

5. Musical materials are different means for researching choreographic folklore. Music as well as dance is spread in time. Ethno musical researches have better means because written musical notes are wonderful way to conserve musical materials. Choreographic art is characterized by synthesize nature and musical rhythm is inseparable

part of dance and describes metro-rhythmic and melodic side of dance. Musical materials are fitted for research of dance folklore when musical folklore keeps names of those lost dances, “sapherkhulo”, `satsekvao~. Sometimes it’s possible to restore dance folklore patterns using musical materials.

CREATIVITY PEDAGOGICS

Natalia Digmelashvili,

Lecturer of Actor's Mastery at Shota Rustaveli Theatre and
Film Georgia State University

VALUE OF INTERDISCIPLINARY TIES IN TEACHING STUDENTS

Summary

We have already talked about that in high School Theater, in teaching students actor department of considerable importance is well-established and interconnected work of all creative teachers. Since learning the acting profession has always been and remains a complex process. This includes items such as: acting, speech, plastic discipline and vocals.

Today we talk about the plastic, which includes dance, stage movement, rhythm, Georgian dance, etiquette and fencing.

We believe that programs in these subjects must be consistent and in the curriculum must be taken into account that students come to the university basically not prepared for the physical strain. When on them in the first year "falls" several items dvizhencheskogo cycle, their body can not withstand that leads to injuries and other unpleasant consequences.

Therefore, in our opinion, the load should be introduced gradually and "smart", taking into account all the above factors.

Totally unacceptable, when, instead of teaching students to listen and hear the music, learn the stage space to develop his coordination, gradually accustom his muscles and ligaments to physical activity, develop endurance and breath, and so on, it would merely "train" on a spectacular performance or that number, movement or dance. The result is that students are not taught, but simply entertain, just that he had not been bored in class.

Each object has its dvizhencheskogo goals and objectives on the "Bologna process" is mandatory and there is that necessary minimum to which every student should come. Therefore, the program for each subject and rasspisanie lectures should take into account the passage

of the complex as a whole, a reasonable and measured load on the young and not yet fully formed articular - muscular system students.

Teachers primarily need to think about, that “show yourself “, and about how and what baggage they will give the student on his long creative life on stage.

Giorgi Savaneli,

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian state University

PhD student of the Creative Pedagogics direction

The head: Davit Kobakhidze

**ELEMENTS OF TEACHING IN ACTING BY BRECHT’S
THEATRICAL METHOD – ACQUIRE OF THE
“DEMONSTRATIVE” METHOD**

Summary

On the first step, of the teaching Acting, we can say that the classical model is The Method of Stanislavski. Though, I consider, it is necessary to add to the existing acting teaching program of the teaching course by Brecht’s method. It must be added on the concrete step during the teaching period. Adding of this method will be guaranty of actor’s diverse excretion, in the future. In my opinion, all of aforesaid is very important and priority in our reality.

While teaching acting by Brecht’s method, it is necessary to transform the program which is already known by “Method of Stanislavsky” for students. Also, will be important to learn to students additionally acting nuances, which is clearly characterizes Brecht’s Theatrical Method. One of this components is “Demonstrate” which is one of the crucial detail for the Brecht’s method. Generally, principle of the “Demonstrate” – is explained as – “How I saw a human being, who said something”, “How I saw a human being, who did some kind of act”.

While learning the “Demonstrate” principle it is needful for young actors: to describe and study principle of the “street theatre”, to ignore the principle of Stanislavsky’s “fourth wall” and major, concrete theatrical exercises. These will be guaranty that students will

be able to learn the major element (“Demonstrate”) to act by Brecht’s Method.

In my work will be discussed and presented: main points of these issues, the methods of teaching and for all of these needful specific exercises.

MANAGEMENT

Dilavardisa Davituliani,

Academic Doctor of Economics, Professor

Visiting Lecturer of

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgia State University

GLOBALIZATION AND GEORGIA

Summary

- Globalization appeared to be a counter-fragmentation term in the eighties of twentieth century and the above term has been used to express the unity of countries and peoples of the world and different civilizations and cultures in order to interpret the process of merger of separate markets. Currently Globalization means unification of ongoing social-economic, political, cultural, scientific and technological and other processes, e. i. to gather them in single system according to the requirements as they are set forth.

- The birth of the term “Globalization” was preceded by initiation of the process itself. This, as a process, showed up since the beginning of the sixties of the twentieth century, when substantial changes started in political, social-economic and science-technological fields throughout the world. However, the preceding factors for originating of Globalization conceived in the era of great geographical discoveries, when the trade relations between the different continents were spread all over the world.

- In modern conditions Globalization is mostly thought of as a negative thing than positive. Globalization can't be assessed definitely in a negative or in a positive way. It contains both of the above factors; in the same time it is impossible to step back from Globalization _ this means isolation of a country. Globalization is related to formation of the new world order the civil society; it brings the countries closer to each other and destroys closed economics, supports partnerships, effective usage of resources, introduction of scientific achievements in short term, free movement of capital, promotion of intellectual capital. In such cases competition goes beyond the country's borders, etc.

- Georgia is in the group of most backward countries according

to the level of economic intellectualization. It failed to become export oriented country. The problem of unemployment is still acute, 59% of economic active population is employed only; more than half from them are self-employed in agrarian field. The quarter part of the population is immigrant gone abroad to earn a living. In Georgia we talk not about social orientation of the economics, but the biological survival of the population, the nation.

-The strong trends of the globalization are inevitable. It has as positive, as well as negative results. First it poses danger to small countries and nations. It has a negative effect on local cultures; it is already difficult to manage economics independently in small and developing countries. It is less autonomous. At the same time the economics and politics of the small countries remains without attention. They too much lack investments and financial flows; it is delayed to transit the above countries to market economy. Globalization is to be developed not according just one of the models, as it has general regularities, which are specific for certain countries. In this regard, Georgia is not exceptional country, which is facing many difficult problems, but attracts worldwide attention through its originality.

- In the difficult processes of the global international economic relations and the growth of integration Georgia must maintain the state independence on the basis of development of its economics, culture, traditions and history and build European civilization on grounds of nationality.

Nino Sanadiradze,

An associated professor at Shota Rustaveli Theatre and Film
Georgian State University

ECONOMICAL AND SPATIAL FORMS FOR THE CULTURAL INDUSTRY - THE EXAMPLE OF REGIONAL RESOURCES

Summary

Culture, a system of values, understandings and creative production includes the protection and promotion of cultural-historical heritage, material and non-material culture, education and the inculcation of

civic values and or management of art and culture. The state is at the pinnacle of the culture management system. The State is responsible for the coordination and regulation of cultural activities, the management and care of historical and cultural heritage, the accessibility of culture for all citizens, the support of all other types of art and creativity, as well as exporting culture to other countries leading to cultural influence on them. The State provides the financial (budgetary) administrative, legal and moral support in all the fields of cultural activity.

Besides creativity, culture implies the involvement of artistic approach in economics, law, finance or fundraising, management, awareness, preparation and training of professional staff, material or technical development others factors.

The role of economic development in the developing world has for many years been the starting points for various policy discussions. At the same time, we – from the cultural field – have always demonstrated that the countries with less-developed economies can be also rich. It all depends on how you assess levels of development. While there are many indicators to measure economic achievements, there is no conformity on appropriate indicators to measure cultural development and to map the (economic) potential of the cultural field. Without these indicators it can be hard to design projects that will focus on the use of culture as a main instrument for economic development and guarantee that culture becomes an integral part of development programs. All of the definitions and concepts in the following discussion about the creative economy paradigm are driven by the pragmatic concern of delivering useful policy tools for effective intervention; they thus tend to be normative, sometimes strategic, but quite inclusive analyses of the economic studies.

Ana Margvelashvili,
Shota Rustaveli University of Theatre and Cinema
Doctoral Program–Art Management
The head: Nino Sanadiradze

MAPPING OF MUNICIPAL CULTURE RESOURCES -FOR THE DEVELOPMENT OF CULTURAL SERVICES

(An example provided by Signagi Municipality)

Summary

The strategy of accounting municipal cultural resources, the so-called cultural resources mapping (description, fixation, and visualization), is based on international methodology. The mapping of culture resources is widely used in the culture management sector. There can be observed numerous examples of it at municipal level in the West, as a precursory activity of culture policy development or individual services development related to the culture tourism. The map of the municipality culture resources provides for the creation of primary document aimed at the categorization, integrated study and systematization of the existing potential of culture.

The mapping process is rather interesting in terms of methodology and practical use by the municipalities of Georgia, and in generality is important means for planning the field of culture, including the culture tourism planning, research and management.

The availability of local culture resources' mapping primary document becomes a basis for the systematic, long-term work in the future and supports identification of municipal cultural potential through cooperation between the civil community and municipal services for the progress of the municipality.

The topics to be reviewed:

1. Municipal culture resource–definition of culture resource; review of tangible and non-tangible resources that can be considered as culture resource at municipal level. Review of current problems based on Signagi municipality example;
2. Mapping of culture resources: what is the meaning of mapping; review of international experience, in particular of town of Hamilton;

3. Mapping process and methodology based on the example of international experience and “Signagi for Culture” project. This chapter will touch upon the goal, structure and main components of the “Signagi for Culture” project implemented at Signagi municipality, without which the culture resources mapping process would be fragmentary. The mapping process will be reviewed individually: from the idea to the policy document and review of the culture resources sample scheme; description of the project results and of the opportunity for their multiplication.

4. Culture resources mapping and municipal culture (including culture tourism) services: how the municipality can use the culture resources map: the mapping document as a basis – which develop.

George Pkhakadze,

PhD student at Shota Rutaveli Theatre and Film Georgia State

University

Humanitarian, Social Studies, Business and management faculty's

Art management II semester

The head: Miron Tugushi

FUNDRAISING – INTERESTING TOOLS FOR NON PROFIT (NON- COMMERCIAL) ORGANIZATIONS FOR FINANCIAL PROVIDING

Summary

Non-profit organization, apart from other Legal entities, is not aimed at bringing any commercial or financial profit. Despite the fact it has legal right to carry commercial activities as a supporting measure. It is often stated, that non-profit sector is heart and soul of any society, as it involves large part of society and in many cases defines their way of life. On top of that, it is usually, quite an effective measure for sustaining our social values and historical legacy.

The paper discusses the goals and objectives of cultural non-profit organizations. We discuss how can organizational self-development been achieved, based on international experience and how important it is for such organizations to look for new ways of financing in the

framework of new economical environment of contemporary world.

We will also be discussing how fertile soil for fundraising can be created by local government, against the background of international experience in given field.

The major issues, still remain the same: How can we persuade the part of society responsible for financial support, that Art and Culture is worth investing?

How can Art and Culture be exploited in fundraising campaigns?

As a conclusion, 4 arguments are given in support of importance of culture and art for social development:

1. Development
2. Social unification
3. Marketing
4. Educational Economics

Naira Ghvedashvili,

Associated professor of Shota Rustaveli Theatre and Film
Georgian State University

REGIONAL POLITICS OF GEORGIA IN THE FIELD OF TOURISM

Summary

Regional politics of tourism in Georgia is focused on development of as incoming as outgoing tourism and also, on development of internal tourism. In this case, the great attention is paid on the role of internal regions of Georgia, especially on Racha that has a wild nature, on Svaneti, Tusheti, Pshavi, Khevsureti and using all the resources that has Georgia. Regional politics of tourism in Georgia is closely related to the concept of economic development of Georgia and is the organic part of it. A number of taken measures in this field will lead to the development of tourism in the regions of Georgia, the active involvement of the local population in this activities and increasing their material welfare.

Malkhaz Gvinjilia,
Shota Rustaveli Theatre and Film Georgian State University
Professor

WORLD TOURISM ORGANIZATION AND ITS ROLE IN INTERNATIONAL TOURISM

Summary

The World Tourism Organization (WTO) is the introduce organization, which serves Tourism develop and discussion of tourism politics. For development of Tourism The main goal is International peace and understanding to develop economic, to minimized poverty and ensuring trade.

WTO discernment introduce: Tourism's sphere deepening cooperation and expansion of the world's regions and countries for the development of. Tourism personal training and improving the quality teaching; Environmental planning; Quality of service in Tourism and safety to ensure service.

Georgia gets collaborates with dente organization, implement international projects, implementation of directives and recommendations provided by the WTO as the country's general tourism politics as tourism business.

Dodo Tchumburidze,
PhD student of Art management direction at Shota Rustaveli
Theatre and Film Georgian State University
The head: Prof. Nino Sanadiradze

PRODUCING PROCESSES AND FEATURES OF CULTURAL SPHERE

Summary

In this article is discussed the features of cultural sphere. Whether he must be subordinated to the demand of the most part of public and whose efforts must create an attitude towards him.

In the article is discussed also what are differences between the organization of cultural sphere and the ordinary organization. In general, the number of products produced by the organization depends on how is balanced a demand and supply in the market. If there is any significant difference between the amount of produced and sold products, and production costs and price.

In the article is presented a vision, that it is impossible to determine the price of cultural product and the calculation of cost in standard procedure. Because, the product of cultural sphere is not only spiritual food, but it also takes part in the forming the system of values.

The main reason of any organization or the manufacturer is economic growth that means the production of the better-quality goods and services in more quantity. The economic growth will be achieved by the efficient use of available resources.

The article deals with successful activities of the manager in cultural sphere, particularly how should manager of this field provide transformation creative ideas into specific goals, as well as what role the effective realization of the offer strategy plays to the target groups. The manager must provide to establish effective communication space with target groups, that is helpful factor for audience in ideal-aesthetic education

In the final part is discussed how important is for the manager in the cultural sphere have the knowledge of market economy principles, the ability of assessment of market conditions and of the optimal allocation of resources. The managers in this field must be able to create a demand for cultural products.

დაიბეჭდა სტამბაში „კენტავრი“

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი
0102, თბილისი, დავით აღმაშენებლის გამზ. № 40