საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო
უნივერსიტეტი
თინათინ ჭაბუკიანი

საბავშვო ტელემაუწყებლობის საზოგადოებრივი დანიშნულება და ესთეტიკური თავისებურებანი (ქართული ტელეპროგრამების მიხედვით)

დისერტაცია

წარმოდგენილია ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორის (PhD)
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

30 აპრილი 2013

სამეცნიერო ხელმძღვანელები:

ზვიად დოლიძე, ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი, სრული პროფესორი
ელდარ იბერი, ფოლოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი, თ.ს.უ. სოციალური და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ჟურნალისტიკის მიმართულების ასოცირებული პროფესორი

თბილისი - 2013
რუსთაველის 19 თბილისი 0108 საქართველო

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო
უნივერსიტეტი
ჰუმანიტარულ სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და მართვის
ფაკულტეტი
კოდი 004 – 03
ავტორი - თინათინ ჭაბუკიანი

ინდივიდუალური სადოქტორო პროგრამა
სატელევიზიო ხელოვნება

ჩვენ, ქვემორე ხელისმომწერნი ვადასტურებთ, რომ გავეცანით თინათინ ჭაბუკიანის მიერ შესრულებულ ნაშრომს დასახელებით:

საბავშვო ტელემაუწყებლობის საზოგადოებრივი
დანიშნულება და ესთეტიკური თავისებურებანი
(ქართული ტელეპროგრამების მიხედვით)

და ვაძლევთ რეკომენდაციას საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოში მის განხილვას, ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორის (PhD) აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად.

ჰუმანიტარულ სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტის ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის ხელმძღვანელი, ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი, სრ. პროფესორი ნატო გენგიური

სამეცნიერო ხელმძღვანელები:
ზვიად დოლიძე, ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი, სრული პროფესორი
ელდარ იბერი, ფილოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი თ.ს.უ. სოციალური და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ჟურნალისტიკის მიმართულების ასოცირებული პროფესორი

რეცენზენტები:
ნანა დოლიძე - ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი
ლაურა კუტუბიძე - ჟურნალისტიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი

თარიღი: 30. 01.2013.

ფიზიკური პირების ან სხვა დაწესებულებების მიერ შესაბამისი დასახელების ნაშრომის გაცნობის მიზნით მოთხოვნის შემთხვევაში მისი არაკომერციული მიზნებით კოპირებისა და გავრცელების უფლება მინიჭებული აქვს საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტს.
ავტორი ინარჩუნებს დანარჩენ საგამომცემლო უფლებებს და არც მთლიანი ნაშრომის და არც ცალკეული ნაწილის გადაბეჭდვა ან სხვა რაიმე მეთოდით რეპროდუქცია დაუშვებელია ავტორის წერილობითი ნებართვის გარეშე.
ნაშრომში არაა გამოყენებული საავტორო უფლებებით დაცული მასალები, რომლებსაც დასჭირდებოდათ შესაბამისი ნებართვა. გამოყენებულია ციტატები, იმ ფორმით, როგორც ეს მიღებულია სამეცნიერო ნაშრომების შესრულებისას და ავტორი ყველა მათგანზე იღებს პასუხისმგებლობას.
ავტორი - თინათინ ჭაბუკიანი

თინათინ ჭაბუკიანი

საბავშვო ტელემაუწყებლობის საზოგადოებრივი დანიშნულება და ესთეტიკური თავისებურებანი
(ქართული ტელეპროგრამების მიხედვით)

რეზიუმე

სამეცნიერო ხელმძღვანელები: ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი ზვიად დოლიძე
ფილოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი თ.ს.უ. სოციალური და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ჟურნალისტიკის მიმართულების ასოცირებული პროფესორი ელდარ იბერი

კვლევის მოზანია საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის 56 წლის ისტორიის შესწავლა. **ნაშრომის აქტუალობას** განაპირობებს მომავალი თაობის ფორმირების პროცესში საბავშვო დანიშნულების მნიშვნელობის შესწავლა. სადისერტაციო ნაშრომი პირველი ცდაა განხილულ იქნეს საბავშვო ტელემაუწყებლობის წარმოქმნა, განვითარება, იდეოლოგიურ ჭრილში. ქვეყნის სოციალურ–პოლიტიკური პროცესების ფონზე. რაც შეიძლება ნაშრომის **მეცნიერულ სიახლედ ჩაითვალოს.** ეს პირველი ნაშრომია საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობაზე და იგი ისტორიული მასალის როლს შეასრულებს ამ სფეროში, შემდგომი კვლევების ჩატარებისას, სავარაუდოა, რომ ნაშრომის გარკვეული საკითხები აუდიო–ვიზუალური ხელოვნების მიმართულების სტუდენტებმაც გამოიყენონ, რაც **ნაშრომს პრაქტიკულ მნიშვნელობას ანიჭებს**.

პირველ თავში **„საბავშვო ტელემაუწყებლობა კომუნისტური აღზრდის სისტემაში“** განხილულია საქართველოში საბავშვო ტელემაუწყებლობის წარმოშობის, ფორმირებისა და განვითარების პროცესები, რომელიც ეყრდნობოდა კომუნისტური აღზრდის პრინციპებსა და დიდაქტიკურ–პროპაგანდისტულ ხასიათს ატარებდა. თავიდან საბავშვო გადაცემებს სამაუწყებლო ბადეში არ ჰქონდა განსაზღვრული დრო და ადგილი, თუმცა 1970–76წ. ამ მიმართულებით სტრატეგია მნიშვნელოვნად შეიცვალა. განხორციელდა მკვეთრი დიფერე ნციაცია ასაკის მიხედვით. დიდაქტიკურ–პროპაგანდისტული გადაცემების გვერდით გაჩნ და სანახაობითი პროგრამები, შოუს ელემენტებით გაჯერებული გადაცემები და ინტელე ქტუალური თამაშები. შემეცნებითი გადაცემები სამეცნიერო რედაქციაში გადავიდა, გადაცემები ყველაზე პატარებისათვის კინორედაქციას შეუერთდა. საბავშვო თემატიკზე აქტიურად მუშაობდნენ სატელევიზიო თეატრასა თუ ტელეფილმებში, სადაც არა ერთი საინტერესო ნამუშევარი შეიქმნა. 80–იანი წლების შუახანებიდან საბჭოთა კავშირში სტრუქტურული ცვლილებები ხორციელდება. სბავშვო რედაქციაში თვისობრივად და რაოდენობრივად ძლიერდება პროპაგანდისტულ– დიდაქტიკური გადაცემები. მოზარდი თაობა ორმაგი ზეწოლის ქვეშ იმყოფება: ერთი მხრივ, კომუნისტური კლიშეები, სასწავლებლებში , მეორე მხრივ უალტერნატივო ტელევიზიიდან მომდინარე მძლავრი კომუნისტური პროპაგანდარომელიც ყველაზე თავისუფალი აზროვნების მოზარდებსაც კი თავისი იდეოლოგიის წნეხის ქვეშ აქცევს.

მეორე თავი **„საბავშვო ტელემაუწყებლობა პოსტსაბჭოთა საქართველოში“** 1989–1992წ რთული პოლიტიკური ვითარების პირობებშიც კი ეროვნული ხელისუფლება საბავშვო მაუწყებლობას სახელმწიფოებრივ მნიშვნელობას ანიჭებს. ტოტალიტარიზმისგან განთავისუფლების პროცესმა დეიდეოლოგიზაცია გამოიწვია, რამაც მანამდე არსებული იდეურ–აღმზრდელობითი ფუნქციები აბსოლიტურად შეცვალა. ჩნდება კერძო ტელეკომპანიები, ამავდროულად შემოდის ციფრული ტექნოლოგია (BTK), რომელიც თვისობრივად ცვლის ტელეწარმოებას. ამ პერიოდს უკავშირდება „ბასტი–ბუბუს“ დაბადება, რომელიც თავისი სტრუქტურითა დიამეტრალურად განსხვავდებოდა კომუნისტური ტელეპროპაგანდისგან. „ბასტი–ბუბუ“ პირველი საბავშვო პროექტი იყო, რომელიც ერთგვარ ბრენდად იქცა ქართულ სატელევიზიო სივრცესა თუ მის მიღმა, რომელმაც სრულ მონოპოლიას მიაღწია. 2004 წ. სახელმწიფო ტელევიზია საზოგადოებრივ მაუწყებლად გადაკეთდა, რასაც მოჰყვა რეორგანიზაცია და თითქმის მთელი ტელეპროექტების დახურვა. გაუქმდა საბავშვო რედაქცია, გადარჩა მხოლოდ „ბასტი–ბუბუ“.

დღეისთვის მაუწყებელზე ორი ბუნდოვანი იდეის მქონე გადაცემა მზადდება. „რუსთავი–2–ზე' ერთი ამერიკული და ორიც ბრიტანული პროექტი ხორციელდება. საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნებაზე" ბავშვებისათვის ორი გადაცემა მზადდება, თუმცა ისინი ვერანაირ კრიტიკას ვერ უძლებენ. 2011 წ. პირველი საკაბელო საბავშვო არხი 'ერნკი–ბენკი" გაჩნდა, მაგრამ იგი ძირითადად უცხოური ტელეპროდუქციით მაუწყებლობს. შეიძლება ითქვას, რომ ტელეკომპანია „იმედის' პროექტი „ეტალონი"ერთადერთია, რომელიც ქართულ მენტალიტეტზეა მორგებული.

მესამე თავი **„საბავშვო ტელემაუწყებლობის როლი მოზარდი თაობის ფორმირებაში"** თუ თვალს გადავავლებთ საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობას აშკარად დავინახავთ, რომ იგი უშუალოდ უკავშირდება ქვეყნის სოციალურ–პოლიტიკურ ვითარებას.

60 –იან წლებში, როდესაც საბავშვო ტელემაუწყებლობა ყალიბდებოდა იგი დიდაქტიკურ–პროპაგანდისტულ ხასიათის ატარებდა და საბჭოური ცხოვრების წესსა და იდეოლოგიას ნერგავდა და აძლიერებდა.70–80იანი წლების I ნახევარში მცირდება რუსულენოვანი ტელეპროდუქციის პრიმატი, ძლიერდება სასწავლო–საგანმანათლებლო, სანახაობითი პროგრამები. იკვეტება ეროვნული შტრიხები. 80–იანი წლების შუახანებიდან საბჭოთა იდეოლოგები უკანასკნელად გაიბრძოლებენ, ცდილობენ გააძლიერონ პროპაგანდისტული გადაცემები, რაც საზოგადოებაში პროტესტს იწვევს. 1989–2003 წლებში ტოტალიტარიზმის ნგრევის პროცესებში, იმსხვრევა ძველი სტერეოტიპები, თუმცა ახალი ჯერ ბუნდოვანიაირღვევა ტელემედიის საერტაშორისო ნორმები. ვარდების რევოლუციისსემდეგ სახელმწიფო ტელევიზიის ბაზაზე საზოგადოებრივი მაუწყებელი ყალიბდება. ძალაშია „კანონი მაუწყებლის შესახებ".კოდექსში ცალკე თავადაა გამოყოფილი „არასრულწლოვნები და ბავშვები", თუმცა გასათვალისწინებელი სტანდარტები ხშირად ირღვევა, როგორც სახელმწიფო ისე კერძო ტელეკომპანიებში.

მეოთხე თავი **„გლობალიზმი და ახლი ტექნოლოგიები".** ტექნოლოგიურმა პროცესებმა განაპირობა ციფრული ტექნოლოგიების განვითარება, ახალი მიმართულების, ვირტუალური რეალობისა და კომპ. გრაფიკის წარმოშობა. რაც თვისობრივად აისახება და ტელეპროდუქციის ფორმასა და შინაარსზე. 2009–2011 წ. საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და კერძო ტელეკომპანიებში ტექნიკური გადაიარაღება მიმდინარეობს. 2011წ. I არხის ბაზაზე მაღალი გარჩევადობის (HD) სისტემის 12 კამერიანი მ.ს.ს. (მოძრავი სატელევიზიო სადგური) ააწყვეს, თუმცა ტექნიკური პროგრესი მხოლოდ საიმფორმაციო და პოლიტიკური გადაცემების გაძლიერებას ემსახურება. 2007–09 წლებში 16 ანიმაციური ფილმი მომზადდა, თუმცა ვერც ერთმა მათგანმა ისეთი პოპულარობა ვერ მოიპოვა, როგორ გასულ საუკუნეში გადაღებულმა ხელით ნახატმა მულტფილმებმა. („ჩხიკვთა ქორწილი", „წუნა და წრუწუნა" „ბატი ტასიკო", „ჭირი" და სხვ.)მეცნიერები ფიქრობენ, რომ კომპიუტერული გმირები, ნახატ ანიმაციასთან შედარებიტ უსიცოცხლო, უსული პერსონაჟები არიან. ახალი ტექნოლოგიების შემდგომი განვითარება ხელს უწყობს გლობალიზაციის პროცესებს, რომელიც ნებსით თუ უნებლიეთ დაღს დაასვამს ნაციონალურ იდენტობას.

დასკვნა

სადისერტაციო ნაშრომზე მუშაობის პროცესში გამოიკვეთა, რომ საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობას მოზარდი თაობის სოციალური აღზრდის სისტემაში ყოველთვის ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა. ამ ეტაპზე კი იქმნება შთაბეჭდილება, რომ არც სახელმწიფოებრივი დამოკიდებულებაა ჩამოყალიბებული და არც ინსტიტუციურადაა გააზრებული იმ შესაძლებლობების გამოყენება, რასაც საბავშვო ტელემაუწყებლობა ფლობს მომავალი თაობის სოციალიზაციის პროცესში.

საქართველოს ტელევიზიის განვითარების პირველ ეტაპზე ბავშვებისათვის განკუთვნილ გადაცემებს სისიტემური ხასიათი არ ჰქონდა. 60–იანი წლებიდან სკკპ ცენტრალური კომიტეტის დადგენილების საფუძველზე აქტიურად დაიწყო საბავშვო მაუწყებლობის გამოყენება მომავალი თაობის საბჭოურად აღზრდის თვალსაჩინო საშუალებად და მძლავრ იარაღად. დიდაქტიკურ–პროპაგანდისტული გადაცემების ხვედრითი წონა, სხვა გადაცემების ფონზე, იმდენად მეტი იყო, რომ ადვილად ანეიტრალებდა ეროვნული თვითმყოფადობის ფაქტორს.

70–იან წლებში გამოიკვეთა ორი ტიპის პროგრამა დიდაქტიკურ–აღმზრდელობითი და სანახაობითი, ინტელექტუალური თამაშები. ამ პერიოდში განხორციელებულმა სტრუქტურულმა და შემოქმედებითმა ცვლილებებმა საბავშვო რედაქციას განვიტარებისათვის მყარი საფუძველი შეუქმნა.

80–იანი წლების ბოლოს (პერესტროიკა) თვისობრივად და რაოდენობრივად ისევ ძლიე რდება პროპაგანდისტურ–დიდაქტიკური გადაცემები, საბავშვო რედაქცია აშკარად პოლიტი ზირებული გახდა, თუმცა გაძლიერდა სასწავლო–საგანმანათლებლო პროგრამები, რისი დასტურიცაა გადაცემა „ქართული ენა დალიტერატურა“, რომელმაც არა მარტო მოზარდე ბში არამედ ქართულ საზოგადოებაში ეროვნული თვითმყოფადობის შეგრძნება გააღვიძა.

1989 წლის 9 აპრილიდან სახელმწიფო ტელევიზიაში მანამდე არსებული სტრატეგია თვისობრივად გარდაიქმნა. ეროვნული ხელისუფლება საბავშვო მაუწყებლობას სახელმწიფო მნიშვნელობას ანიჭებს და სეზღუდული მაუწყებლობის პირობებში საინფორმაციო გამოშვების სემდეგ პრიორიტეტული იყო სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისატვის განკუთვნილი გადაცემა „ძილისპირული“.

საბჭოთა ცნობიერების შეცვლამ და ახლმა ტექნოლოგიებმა განაპირობეს კომუნისტური ტელეპროპაგანდისაგან დიამეტრალურად განსხვავებული პროგრამის „ბასტი–ბუბუს“ დაბადება. (1992წ.) ფაქტობრივად ‘ბასტი–ბუბუ“ პირველი პროექტიიყო პოსტსაბჭოთა საქართვე4ლოში, რომელიც ერთგვარ ბრენდად იქცა და საბავშვო სეგმენტის სრულ მონოპოლიზაციას მიაღწია.

საქართველოს ტელემაუწყებლობის პოლიტიკისა საბავშვო პროგრამების ანალიზმა ცხადყო, რომ ქვეყნის დამოუკიდებლობის 20 წლიან პერიოდში მედიის განვიტარებისა და მრავალფეროვნებისკენ გადადგმული ნაბიჯებისა და ახალი ტექნოლოგიების პროგრესის პირობებში ამ მიმართულებით არ შეიმჩნევა დროის მოთხოვნების სესაბამისი საბავშვო ტელეპროდუქციის წარმოების ტენდენცია. 2009–11 წლებში საზოგადოებრივ მაუწყებელზე რამდენჯერმე განხორციელდა ტექნიკური გადაიარარება და სეიქმნა ყველაზე მაღალი გარცევადობის (HD) სისტემის 12 კამერიანი მ.ს.ს., თუმცა ეს არანაირად არ აისახა არხის მტავარ საბავშვო გადაცემაზე „პეპეს ზღაპარი“. 2008 წლიდან

ეთერში მაუწყებლობს საქართველოს საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნება“, რომელიც საბავშვო პროგრამებში მართლმადიდებლურ ღირებულებებს ამკვიდრებს, თუმცა მისი პროდუქცია ფორმის თვალსაზრისით ვერანაირ კრიტიკას ვერ უძლებს. ტელეკომპანია „რუსთავი–2“ევროპულსა და ამერიკულ სტანდარტებს ანიჭებს უპირატესობას. 2011 წელს გაჩნდა პირველი საბავშვო არხი „ენკი–ბენკი“, რომელიც ძირითადად უცხოური ტელეპროდუქციის ხარჯზე მაუწყებლობს.

ახალი ტექნოლოგიების შემდგომი განვითარება კიდევ უფრო ხელს შეუწყობს გლობალიზაციის შეუქცევად პროცესებს, რომელიც თავის დარს დაასვამს ნაციონალურ იდენტობას, უკანა რიგებში სწევს ენას, რელიგიას, ისტორიას, ეპოსს და ა. შ. რაც მომავალ თაობაში ეროვნული მენტალობის შესუსტებას იწვევს.საბავშო ტელემაუწყებლობას ახალი გამოწვევის წინასე აყენებს ის გარემოებაც, რომ საინტერნეტო ტელევიზიის პირობებში ტავისტავად ეკარგება აზრი სამაუწყებლო კოდექსებით დადგენილ „საბავშვო დროს’ რამდენადაც ტელემომხმარებელს კომპანიები „სილქნეტი“ და „კავკაზუს ონლაინი“ მაყურებელს აწვდიან მოსამსახურების ინდივიდუალურ პაკეტს, რომელიც შესაძლებელის ხდის, რომ მომხმარებელმა, მათ შორის საბავშვო ასაკისამაც, თავად მოახდინოს პროგრამირება. არსებული ვითარებაში ცალკე კვლევის საგანი უნდა გახდეს საკითხი იმის შესახებ თუ როგორი უნდა იყოს საბავშვო პროექტების ნიშა ტელესივცეში. პირველ რიგში კი, შესაბამის რეაგირებასა და საბავშვო მაუწყებლობის სრულიად ახალი პოლიტიკის შემუშავებას მოითხოვს.

Public function and aesthetic features of children broadcasting (According to the Georgian TV programs)

Thesis consists of an introduction, four chapters, conclusion and references

In the introduction there are examined aim of research, importance of work, scientific news and practical meaning. Aim of research is to study the 56 yrs history of Georgian children television broadcast. Actuality of work is conditioned by the learning importance of children destination in the forming process of future generation. Formation of children TV broadcast development in the context of ideology on the background of socio-political processes is the first experiment in Georgian reality, which can be regarded as an innovation of science work. This is he first work about children TV broadcasting and on the following research it will have the role of historical materials in this sphere.. It is likely that the work in some extent can be used by the students with audio-visual art direction, what gives practical meaning to it.

In the first chapter "children TV broadcast upbringing in the system of communism" there is examined the origin of children TV broadcast in Georgia and forming and development processes, which was based on the principles of communist upbringing and used to have didactic-propagandistic nature. In the beginning, time and place hadn't been defined by the children program **in** the net of broadcasting, though the strategy of children TV broadcasting significaly changes, occurs the sharp differentiation according to the age. Next to the didactic- propagandistic programs there appears spectacular one, saturated with the show elements and intellectual games. Educational programs moves into the science department, but children programs are joined to the film producing. At this time, TV theatre and studio of TV-films exist on the Georgian Television, where are being created many interesting works based on the children theme. Structural changes are organized in the Soviet Union from the middle decades of 80s. Qualitatively and quantitatively are being strengthened the propagandistic- didactic programs in the children department. Adults are under the double pressure: on the one hand, there are communist clichés at school, on the other hand, strong communist propaganda coming from non-alternative television, what makes even most free thinking adults under the ideological pressure.

Second chapter — "Children TV **in** post Soviet Georgia". Even in the condition of difficult political situation, national government gives the governmental priority to the children TV broadcast in 1989-1992 yrs. The process of liberation from totalitarianism causes de-ideology, what absolutely changes the ideal-upbringing functions existing before. Appears private TV companies, digital technologies (BTK), what qualitatively changes TV production. The birth of "Basti-bubu" is connected with this period, what is absolutely differs from the TV propaganda of communism. "Basti-Bubu" is children project, which had become the kind of brand in the Georgian TV space and it reached its monopoly. State television changed into the public broadcasting in 2004 yr., what was followed by the reorganization and closure of almost all TV projects. Children edition was canceled, survived only "Basti-Bubu". Two vague programs are being made for children in public broadcasting TV today. American and British projects are accomplished on Rustavi 2. Patriarchate TV "Unanimity" prepares two programs, which can't stand any criticism. The first cable channel for children was "Enki-Benki" in 2011 yr, but it mainly broadcasted with foreign TV projects. It can be said , that **in** this situation, project "Etaloni" of "Imedi" TV company is the only thing, that is original and fit the Georgian mentality.

The third chapter — The role of children TV broadcasting in the formation of adults. If we view the Georgian children TV broadcast, obviously we could see, that it is directly connected with social-political situation of the country. In 60s, when the children TV broadcasting had been

forming, it used to have didactic- propagandistic nature and it introduced and strengthened the Soviet lifestyle and ideology.

In the first half of 70-80s, primacy of Russian speaking TV production had been reduced ,learning-educational show programs had been strengthened, national features had been revealed. From the middle

80s, Soviet ideologists fought for the last time, tried to strengthen propagandistic programs, what caused the protest of population.

In the collapsing process of totalitarianism, old stereotypes were broken, though a new one is still vague. International norms of TV media is broken. After the "Rose revolution, public broadcast is developed on the base of State Television, which produces the code of behavior or public broadcast. In the code, there is separately singled out the "Minors and Children", though considerable standards are often ruined.

Fourth chapter - "Globalization and new technologies"

Technological processes defines the development of digital technologies, origination of a new direction — virtual reality and computer graphics, what reflects on the form and content of TV production in 2009-2022 yrs.

Technical re-equipment is underway in the public TV broadcasting and private TV companies. High-reading system of 1,2 camera (movable TV station) was set up on the base of I channel in 2011 yr, though technical progress serves to reinforce only informational and political programs unfortunately.

In 2007-09 directors, with the help of new technologies, created 16 animated films. Though they could not achieve such success as the cartoon films ("Chkhikvta Kortsili" ("Wedding of Jaybirds"), "Tsuna and Tsrutsuna", "Bati Tasiko" ("Goose Tasiko"), "Tchiri" ("Plague"), etc.) created with handwork did. According to the researchers, characters created by means of a computer are lifeless and inanimate compared to heroes drawn with a hand.

Further development of technologies will promote processes of globalization which, intentionally or unintentionally, will exert influence on national identity.

Conclusion

In the process of working on the dissertation it was found out that Georgian Children Television Broadcasting has always played one of the most important roles in the system of social education of the generation of teenagers. On this stage, the impression has been created that neither state independence has been formed nor the use of the possibilities, which is possessed by Children Television Broadcasting in the process of socialization of younger generation, have been institutionally thought through.

According to the analysis of the policy of Georgian Broadcasting and children's programs, in the 20-year period of the country's independence, in the conditions of the steps taken towards development and diversity of media and the progress of new technologies, no tendency of making children's television production complying the time requirements can be observed.

Further development of technologies will promote the irreversible processes of globalization which will exert influence on national identity, puts the language religion, history, epos, etc. backwards, and this causes to weaken national mentality in the future generation. Children Broadcasting is put before new challenges by the circumstance that in the conditions of intei-net television "children's time" set by broadcasting codes loses its idea as the Companies S1LKNET, CAUCASUS ONLINE, etc. provide customers with individual packages of service which enables the customer including children to make programming themselves.

შინაარსი

შესავალი 12

თავი I . საბავშვო ტელემაუწყებლობა კომუნისტური აღზრდის სისტემაში: 17

&1. რეგულარული საბავშვო ტელემაუწყებლობის ჩამოყალიბება; 25

&2. საბავშვო ტელემაუწყებლობის განვითარება; 34

&3. საბავშვო თემატიკა ქართულ სატელევიზიო თეატრსა და ქართულ ტელეფილმში;..... 44

&4. ეროვნული სულისკვეთების გამოხატვის მცდელობა მძლავრი კომუნისტური პროპაგანდის ფონზე. 52

თავი II . საბავშვო ტელემაუწყებლობა პოსტსაბჭოთა საქართველოში:

&1. 1989 – 1990 წლების ვითარება და საბავშვო ტელემაუწყებლობის პოლიტიკა; 55

&2. ძველი სტერეოტიპების მსხვრევის პროცესი და ახალი შტრიხები საბავშვო ტელემაუწყებ-ლობაში; 59

&3. BTK–ის ვიდეო აპარატურისა და კომპიუტერული მონტაჟის გამოყენება საბავშვო ტელემაუწყებლობაში; 68

&4. „ვარდების რევოლუციის“ ფაქტორი და საბავშვო ტელემაუწყებლობის პოლიტიკა ახალ ვითარებაში. 80

თავი III . საბავშვო ტელემაუწყებლობის როლი მოზარდი თაობის ფორმირებაში:

&1. ტელემედიის გავლენა და ზემოქმედება აუდიტორიაზე; 92

&2. ტელევიზიის შემეცნებითი და საგანმანათლებლო ფუნქცია მოზარდი აუდიტორიისათვის; 98

&3.სატელევიზიო აუდიტორია და საბავშვო ტელეაუდიტორიის კვლევის ასპექტები; 101

&4. საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის სამაუწყებლო პოლიტიკა ტელევიზიის განვითარების საწყის ეტაპზე (1958 – 1959 წ.წ. სატელევიზიო ბადის მიხედვით);.....110

&5. საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის სამაუწყებლო პოლიტიკა კომუნისტური რეჟიმის ბოლო წლებში; 120

&6. საბავშვო ტელემაუწყებლობის პოლიტიკა თანამედროვე ეტაპზე (საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და კერძო ტელეკომპანიებში).....127

თავი IV. გლობალიზმი და ახალი ტექნოლოგიები:.....145

&1. ახალი ტექნოლოგიები საბავშვო ტელემაუწყებლობაში;.....147

&2. მსს (მოძრავი სატელევიზიო სადგური) და საბავშვო ტელემაუწყებლობა;.....155

&3. კომიქსები, საბავშვო ანიმაციური და სათავგადასავლო ფილმები ტელემაუწყებლობაში;....160

&4. გლობალიზაცია და ეროვნული იდენტობა. 173

დასკვნა 183

ციტირებული და გამოყენებული ლიტერატურა..... 187

შესავალი

თემის აქტუალურობა

საქართველოს ტელევიზია დაარსების დღიდან, საბჭოთა კავშირის სხვა რესპუბლიკების ტელევიზიების მსგავსად, სახელმწიფო კონტროლის ქვეშ იმყოფებოდა და მას შიდა სახელმწიფოებრივი დანიშნულება ჰქონდა. საბავშვო მაუწყებლობაც, ბუნებრივია, იდეოლოგიური წნეხის ქვეშ ყალიბდებოდა და ეფექტურ პროპაგანდისტულ იარაღს წარმოადგენდა. დღეისთვის საბავშვო ტელემაუწყებლობის დანიშნულება პირდაპირაა დაკავშირებული საქართველოში კერძო ტელეკომპანიების, სატელიტური და საკაბელო ტელევიზიების წარმოშობასთან, რაც ტელემაუწყებლობის განვითარების ახალი ეტაპი და ჩვენი ცხოვრების კანონზომიერი მოვლენაა, რადგან უშუალოდ უკავშირდება პოსტსაბჭოთა პერიოდში ქვეყანაში მიმდინარე დემოკრატიზაციის პროცესს. სახელმწიფო სტრუქტურა საბოლოოდ კარგავს ეთერში თავის მონოპოლურ მდგომარეობას და ხდება მაუწყებლის რეალური პლურალიზაცია.

XXI საუკუნეში ელექტრონული კომუნიკაციის სწრაფი განვითარება ცვლის ადამიანთა ურთიერთობებს, სოციალურ–პოლიტიკურ და კულტურულ ყოფას, ხელს უწყობს ახალი აზროვნების დამკვიდრებას. 1982 წელს მეცნიერები ტერმინს – „ახალი ცნობიერების თაობას“, „ინდიგოს თაობას“ იყენებენ, თუმცა ეს ტერმინი 1999 წელს ლი კურილის წიგნის „ინდიგოს თაობა: ახალი ბავშვები მოვიდნენ“[1] გამოსვლის შემდეგ მკვიდრდება. „ინდიგოს თაობა“ ძლიერი ინტელექტითა და ციფრული ტექნოლოგიების ფლობის თანდაყოლილი უნარით გამოირჩევა. მათ მოთხოვნებს მრავალფეროვანი ვირტუალური ტექნოლოგიებით შესრულებული ტელეპროდუქცია აკმაყოფილებს, რაც ჩვენი ქვეყნის ტელეარხების შემოქმედებითი პოტენციალისთვის უმეტეს შემთხვევაში მიუწვდომელია. ამ მიმართულებით განსაკუთრებით გამოირჩევა აშშ–ის მცირე თუ დიდი ეკრანის პროდუქცია, რომელიც აუდიოვიზუალური სამყაროს სრული მონოპოლიზაციისაკენ მიისწრაფვის, ნერგავს და ამკვიდრებს ამერიკულ ღირებულებებს, რაც, შესაბამისად, თანმიმდევრულად ასუსტებს ეროვნულ ფასეულობებს. ამ პროდუქციის ზეგავლენის ქვეშ განსაკუთრებით ბავშვები და მოზარდები ექცევიან.

საქართველოში საბავშვო მაუწყებლობის დანიშნულების მიმართ ინერტული დამოკიდებულება არსებობს, როგორც სახელმწიფოს ასევე, საზოგადოებრივი განწყობილებების თვალსაზრისით. სათანადოდ არ არის გააზრებული საზოგადოების სასიცოცხლო

ინტერესებისთვის საბავშვო მაუწყებლობის გამოყენების მიზანშეწონილობა და შესაძლებლობა, რასაც საბავშვო ტელემაუწყებლობა ფლობს მომავალი თაობის ფორმირების პროცესში. დღევანდელ ქართულ რეალობაში საზოგადოებას არა აქვს სწორი, ობიექტური ინფორმაცია ამ ინსტიტუტის არსზე, გავლენასა და მნიშვნელობაზე. არასათანადოა ამ დარგის სპეციალისტთა მომზადების დონე, კვალიფიკაცია, გამოცდილება. არ არის შესწავლილი და გამოკვლეული საქართველოს საბავშვო და მოზარდი აუდიტორიის ფსიქოლოგია, მისთვის დამახასიათებელი ტენდენციები, მისი მოთხოვნები, რაც უნდა აისახოს ტელეეკრანებზე. საბავშვო ტელემაუწყებლობის დანიშნულების, მომავალი თაობის ფორმირების მისი მნიშვნელობის შესწავლის აუცილებლობა განაპირობებს სადისერტაციო ნაშრომის აქტუალურობას.

კვლევის მიზნები

დისერტაციაში წარმოჩენილია, თუ რამდენად არის დამუშავებული ხსენებული პრობლემატიკა და ის ფაქტი, რომ არსებობს მთელი რიგი შეუსწავლელი საკითხები. კვლევის ძირითადი ორიენტირია ანალიზი იმ სოციალურ–პოლიტიკური პროცესებისა, რომელიც განაპირობებდა ქართული საბავშვო მაუწყებლობის ჩამოყალიბებასა და განვითარებას. კვლევითი ამოცანები დაკავშირებული იყო იმ მეთოდოლოგიური წანამძღვრების და საფუძვლების გამოვლენასთან, რომლებიც დაგვეხმარება თანამედროვე საბავშვო მაუწყებლობის კანონზომიერებებისა და ტენდენციების გარკვევაში. კვლევის ობიექტია საქართველოში ამჟამად მოქმედი საზოგადოებრივი მაუწყებლისა (ყოფილი საქართველოს ტელევიზია, შემდგომში – პირველი არხი) და კერძო ტელეკომპანიების საქმიანობა, რომელსაც განვიხილავთ მსოფლიოს წამყვანი ტელეკომპანიების საბავშვო მაუწყებლობასთან მიმართებაში.

კვლევის მიზანია:

1. იმ ფაქტორების გააზრება, რამაც განაპირობა საბჭოთა პერიოდში უალტერნატივო სახელმწიფო ტელევიზიაში საბავშვო მაუწყებლობის ჩამოყალიბება, ხოლო შემდგომ პოსტსაბჭოთა საქართველოში საკაბელო, სატელიტური და კერძო ტელეკომპანიების წარმოქმნა და, შესაბამისად, ალტერნატიული საბავშვო მაუწყებლობის გაჩენა;

2. საზოგადოებრივ მაუწყებელსა თუ კერძო ტელეკომპანიებში საბავშვო მაუწყებლობის ტიპოლოგიური თვისებების შესწავლა;

3. საბავშვო მაუწყებლობაში არსებული პრობლემების და განვითარების პერსპექტიული მიმართულებების დადგენა;

4. საქართველოში საბავშვო მაუწყებლობის ტელეპროდუქციის პოზიტიური და ნეგატიური მხარეების გაანალიზება;

5. კადრების პროფესიონალიზმისა და კვალიფიკაციის განმაპირობებელი ფაქტორების გამოკვეთა;

6. გლობალიზაციის პირობებში ეროვნული ღირებულებების შენარჩუნების პროცესში საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის დანიშნულების განსაზღვრა.

საკვლევი პრობლემის შესწავლის ისტორია

საბავშვო ტელემაუწყებლობა თანამედროვე მსოფლიოში აქტიურად გამოიყენება, როგორც ეფექტური საშუალება მომავალი თაობის სოციალიზაციაში. დიდი ყურადღება ეთმობა საბავშვო აუდიტორიისა და საბავშვო მაუწყებლობის კვლევას, შესაბამისი სამაუწყებლო პოლიტიკის განსაზღვრასა და განხორციელებას.

საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის განვითარება საკმაოდ რთული პროცესია, რომელიც 56 წელს მოიცავს, თუმცა იგი ჯერ არ გამხდარა სერიოზული მეცნიერული კვლევის საგანი. 1970–იან წლებში მკვლევარმა ნ. ლეონიძემ ჩაატარა ანკეტური გამოკვლევა საქართველოს ტელევიზიის ფუნქციონირებისა და ეფექტიანობის შესწავლისათვის, მაგრამ მის კვლევაში საბავშვო ტელემაუწყებლობის პრობლემებზე ყველაზე მწირი ინფორმაციაა. იშვიათი გამონაკლისია ისეთი ნაშრომი, როგორიც არის 18 წლის წინ გამოქვეყნებული ე. იბერის სტატია „ტელეეკრანის პედაგოგიკა“. ავტორი აანალიზებს საბავშვო მაუწყებლობაში გაჩენილ იმ პრობლემებს, რომელიც წარმოშვა, ერთი მხრივ, ტოტალიტარული რეჟიმის ნგრევამ და, მეორეს მხრივ, დემოკრატიზაციის პროცესებმა. ამდენად, საბავშვო ტელემაუწყებლობის არსისა და დანიშნულების განსაზღვრისთვის მივმართეთ ცნობილ მკვლევართა (უ. შრამი, ვლ. საპაკი, ე. ბაგიროვი, მ. მაკლუენი. ზ. კრაკაუერი, ს. ეიზენშტეინი, დ. კიტზინგერი, ჯ. კორნერი, ა. ბერგერი, რ. საბინი, რ. პატერსონი და ა.შ.) ნააზრევს, რაც ესადაგება ჩვენი კვლევის საგანს. ეს მდიდარი მასალა საშუალება იძლევა საერთო

კანონზომიერების ფონზე გავიაზროთ საქართველოს 56–წლიანი საბავშვო ტელემაუწყებლობის მთელი პერიოდის დინამიკა.

ნაშრომის მეცნიერული სიახლე

სადისერტაციო ნაშრომი პირველი ცდაა თანამედროვე თვალთახედვით იქნას განხილულ საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის წარმოქმნა და განვითარება, რაც რთული პროცესია და პირდაპირ უკავშირდება ქვეყნის სოციალურ–პოლიტიკურ პროცესებს. საბავშვო ტელემაუწყებლობის 56 წლიანი ისტორია გაანალიზებულია იდეოლოგიურ ჭრილში: 1. რა ადგილი ეჭირა საბავშვო მაუწყებლობას კომუნისტური რეჟიმის დროს სახელმწიფო ტელევიზიაში და რა ფაქტორები განსაზღვრავდნენ მის იდეოლოგიას; 2. რა სპეციფიკით ხასიათდება მისი განვითარების საწყისი პერიოდი; 3. რა პრობლემები წარმოქმნა დეიდეოლოგიზაციამ საბავშვო მაუწყებლობაში ტოტალიტარიზმის მსხვრევის შემდგომ; 4. რა სტრუქტურული ცვლილებები განხორციელდა საბავშვო ტელემუწყებლობაში დემოკრატიზაციის პროცესის დასაწყისში; 5. რა ადგილი უჭირავს საბავშვო მაუწყებლობას საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და კერძო ტლეკომპანიებში; 6. როგორია ეროვნული ტელეარხების საბავშვო მაუწყებლობის პროგრამული სტრუქტურა და მისი ფორმირების პრინციპები; 7. რა განაპირობებს პროფესიული, კვალიფიციური კადრების შემოქმედებით კრიზისს; 8. რა დადებითი და უარყოფითი ტენდენციები იკვეთება დღეს საბავშვო ტელემაუწყებლობის საქმიანობაში და როგორია მისი განვითარების პერსპექტივები; 9. რითი უნდა გამოირჩეოდეს კერძო ტელეკომპანიებისგან და რა პასუხისმგებლობა უნდა ეკისრებოდეს საზოგადოებრივ მაუწყებელს მომავალი თაობის აღზრდის საქმეში.

აი, არასრული სია იმ საკითხებისა, რომლებიც პირველად არის გაანალიზებული სადისერტაციო ნაშრომში და განსაზღვრავს მის მეცნიერულ სიახლეს.

მეთოდოლოგიური თვალსაზრისით კვლევა წარიმართა სამი ძირითადი მიმართულებით: 1. სახელმწიფო ტელევიზიაში საბავშვო მაუწყებლობის წარმოქმნასა და ფორმირებასთან დაკავშირებული დოკუმენტების ანალიზით; 2. სახელმწიფო ტელევიზიის თანამშრომელთა გამოკითხვით; 3. საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და კერძო ტელეკომპანიების საბავშვო მაუწყებლობის სტრუქტურისა და პროდუქციის შესწავლით –

როგორც არქივისა და სამაუწყებლო ბადეების მეშვეობით, ასევე პირდაპირ ეთერში პროგრამებზე დაკვირვების გზით.

ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა

ნაშრომში გამოკვლეულია საქართველოში საბავშვო ტელემაუწყებლობის განვითარების ძირითადი ეტაპები და ტენდენციები ტელევიზიის დაარსებიდან მოყოლებული მიმდინარე ეტაპამდე; გაანალიზებულია საბავშვო ტელემაუწყებლობის როლი სოციალური აღზრდის სისტემაში და ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების მნიშვნელობა; აღწერილია საბავშვო ტელეპროექტების (ტელეთამაშები, ტელევიქტორინები, ტელედადგმები, ვიდეორგოლები) მომზადების ტექნოლოგია; სანახაობების პირდაპირი რეპორტაჟები მოძრავი სატელევიზიო სადგურით და სხვ. განხილულია უახლესი High Definition (HD) კამერისა და ვირტუალური სტუდიების შესაძლებლობები. ეს ნაშრომი შესაძლოა გამოადგეთ ტელემოღვაწეებს, მკვლევარებსა და ამ თემით დაინტერესებულ სხვა პირებს. სავარაუდოა, რომ ნაშრომის გარკვეული საკითხები შესაძლებელია გამოიყენონ ტელესარეჟისორო, ტელეჟურნალისტიკისა და ვიზუალური ხელოვნების სხვა მიმართულებების სტუდენტებმა. და ბოლოს, როგორც პირველი ნაშრომი საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობაზე იგი, გარკვეულწილად, ისტორიული მასალის როლს შეასრულებს ამ სფეროში შემდგომი კვლევების ჩატარებისას.

პირველი თავი

საბავშვო ტელემაუწყებლობა კომუნისტური აღზრდის სისტემაში

ბოლო 20 წლის მანძილზე, პოსტსაბჭოთა პერიოდში, საქართველომ ურთულესი სოციალურ-ეკონომიკური რყევები განიცადა (9 აპრილი, სამოქალაქო დაპირისპირება, აფხაზეთის ომი, ვარდების რევოლუცია, 2008 წლის აგვისტოს მოვლენები, რასაც მოჰყვა უმძიმესი შედეგები: დაკარგული ტერიტორიები აფხაზეთსა და სამაჩაბლოში, უამრავი უდანაშაულო ადამიანის მსხვერპლი, დანგრეული ქალაქები და სოფლები, ათასობით დევნილი საკუთარ მიწაზე და ა.შ.). ამ პროცესების მიუხედავად, საქართველოს ტელევიზიას, პრაქტიკულად, არც ერთი დღე არ შეუწყვეტია მაუწყებლობა. ყველაზე კრიტიკული მოვლენების დროსაც კი (კომენდანტის საათი, ენერგოკრიზისი, სახელმწიფო გადატრიალების მცდელობა და სხვ.), იყო შემთხვევები, როდესაც საქართველოს ტელევიზიას მხოლოდ ორი საათი ჰქონდა მაუწყებლობა (19 საათიდან 21 საათამდე), მაგრამ მკაცრად დადგენილ, ლიმიტირებულ დროში ყოველდღიურად გადიოდა საინფორმაციო პროგრამა, სპეციალური რეპორტაჟი და საბავშვო გადაცემა პატარებისთვის.

ეს ფაქტი იმაზე მეტყველებს, თუ რა დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საბავშვო აუდიტორიას. XXI საუკუნეში გლობალიზაციის ურთულესი გამოწვევების წინაშე მდგომ საქართველოს, ისევე როგორც ნებისმიერ პატარა ქვეყანას, ერთდროულად მოეთხოვება გლობალურ პროცესებში ჩართულობაც და საკუთარი იდენტურობის შენარჩუნებაც. ეს, პირველ რიგში, აისახება მომავალი თაობის ცნობიერებასა და მენტალიტეტზე.

საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობას მოზარდი თაობის სოციალური აღზრდის სისტემაში ყოველთვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა. ამ ეტაპზე მისი მნიშვნელობა სათანადოდ არ არის შეფასებული და არც მისი შესაძლებლობებია ამ მიმართულებით სრულად გამოყენებული.

საბჭოთა ტელევიზია თავისი არსებობის პროცესში განიცდიდა ტექნიკურ განვითარებასა და სრულყოფას. მკვლევარ ა. იუროვსკის ვარაუდით, მან განვითარების სამი ეტაპი გაიარა:

1. პირველი პერიოდი – 1939-1945 წლები. ამ დროს ძიება ტექნიკური განვითარების გზით მიმდინარეობდა;

2. მეორე პერიოდი – 1945-1954 წლები. ამ დროს ძიება უკვე იდეურ-მხატვრულ სფეროში მიმდინარეობდა. მწვავედ დაისვა ტელევიზიის საზოგადოებრივი ფუნქციების გამოვლენისა და განხორციელების საკითხი;

3. 1954-1960 წლები ცენტრალური ტელევიზიის ისტორიის მესამე პერიოდი იყო.

1960 წლის 29 იანვარს გამოქვეყნდა სკკპ ცენტრალური კომიტეტის დადგენილება: „საბჭოთა ტელევიზიის შემდგომი განვითარების შესახებ“. ამ დადგენილების მიხედვით, სატელევიზიო გადაცემების საორგანიზაციო საქმიანობა, ფაქტობრივად, ახლებურად უნდა წარმართულიყო, რათა ტელევიზიას მაყურებელი პოლიტიკურად, კულტურულად და ესთეტიკურად აღეზარდა. სწორედ საბჭოთა ტელევიზიის განვითარების მესამე პერიოდში დაიწყო საქართველოს ტელევიზიის ჩამოყალიბება.

საბჭოთა იდეოლოგები ხშირად იხსენებდნენ ვ. ლენინის სიტყვებს: „იდეოლოგი მხოლოდ მაშინ იმსახურებს „იდეოლოგის“ სახელს, როდესაც ის სტიქიურ მოძრაობას უსწრებს, გზას უჩვენებს მასებს, როდესაც მას შეუძლია სხვაზე ადრე გადაწყვიტოს თეორიული, პოლიტიკური და საორგანიზაციო კითხვები” [1].

კომუნიზმის მშენებლობა ითვალისწინებდა სამი ამოცანის გადაწყვეტას:

1. ეკონომიკის განვითარება და გაძლიერება;

2. კომუნისტური საზოგადოების ფორმირება და განმტკიცება;

3. ახალი საზოგადოების ჩამოყალიბება, „ახალი ადამიანის“ აღზრდა;

„ახალი ადამიანი” ყოველმხრივ განვითარებული და კომუნისტური საზოგადოების აქტიური მშენებელი უნდა ყოფილიყო. საბჭოთა იდეოლოგებმა შესანიშნავად იცოდნენ, რომ პირველი ორი საკითხის გადაჭრა უპირობოდ იყო დამოკიდებული მესამეზე, ანუ იდეურ-აღმზრდელობითი ამოცანების შესრულებაზე. ამ ამოცანის განხორციელებაში განსაკუთრებული ადგილი ეკავა მასობრივ-საინფორმაციო საშუალებებს. ამის შესახებ ვ. ლენინი ოქტომბრის რევოლუციის პირველი დღეებიდანვე მიუთითებდა: „საბჭოთა სახელმწიფოს მიღწევები და გაძლიერება უნდა მიმდინარეობდეს ბურჟუაზიასთან ბრძოლაში... სამხედრო, ეკონომიკური, პოლიტიკური, დიპლომატიური და, რაც მთავარია, იდეურ-აღმზრდელობითი გზით” [2].

საბჭოთა ჟურნალისტიკა, როგორც ინფორმაციული სფერო, საზოგადოებრივ-პოლიტიკური მოღვაწეობისას საბჭოთა იდეოლოგიის მქადაგებელი და დამნერგავი იყო. საბჭოთა ჟურნალისტს ცხოვრების მოვლენები იმ მოთხოვნების შესაბამისად უნდა ეჩვენებინა, შეეფასებინა და გაეანალიზებინა, რაც საჭირო იქნებოდა კომუნისტური იდეალების დასანერგად.

საბჭოთა ჟურნალისტიკისთვის უცხო იყო ნაციონალიზმი. ისინი საყრდენად ხშირად იშველიებდნენ კ. მარქსისა და ფ. ენგელსის ციტატებს: „პატრიოტიზმი ნაციონალიზმისგან იმით განსხვავდება, რომ ჭეშმარიტად ნაციონალური იდეები ყოველთვის არიან ჭეშმარიტად ინტერნაციონალური იდეები“ [3]. აქედან გამომდინარე, საბჭოთა ჟურნალისტიკისათვის მიუღებელი იყო ყოველგვარი ნაციონალური გამოვლინება. ეს ითვლებოდა შოვინიზმად, ერთა შორის შუღლის, მტრობის გაჩაღებად და, უფრო მეტიც, ერთიანი სოციალისტური ქვეყნის სიძლიერის დარღვევად. საბჭოთა ჟურნალისტიკას პოზიციებს უმყარებდა ვ. ლენინის მოწოდება: „იმისათვის რომ იყო ჭეშმარიტი სოციალ-დემოკრატი, ინტერნაციონალისტი, არ უნდა იფიქრო მხოლოდ შენს ერზე, არამედ, უნდა იფიქრო საერთო თავისუფლებასა და თანასწორობაზე” [4].

ცხადია, კომუნისტურ ჟურნალისტიკას კომუნისტური საზოგადოების აშენებაზე უნდა ეზრუნა. კომუნისტური აღზრდა კი ნიშნავდა მიზანმიმართულ მოღვაწეობას, რათა სწორად წარმართულიყო „ახალი ადამიანის“ ფორმირება. „ახალი ადამიანი“ უნდა ყოფილიყო ყოველმხრივ განვითარებული, მაღალი სულიერების მატარებელი, კომუნისტური იდეების ღრმა მცოდნე, ფიზიკურად ძლიერი და მიზანდასახული. რაც მთავარია, მას ძალ-ღონე არ უნდა დაეშურებინა კომუნიზმის მშენებლობისთვის.

კომუნისტურ აღზრდაში ყველა იდეოლოგიურ-საზოგადოებრივი ინსტიტუტი მონაწილეობდა: კულტურული დაწესებულებები, სახალხო განათლების ორგანოები, უმაღლესი სკოლები, ადმინისტრაციული და სამეურნეო ორგანოები, საინფორმაციო საშუალებები და ა.შ. პრაქტიკულად, საბჭოთა კავშირში არ არსებობდა სტრუქტურა, ორგანიზაცია და პიროვნება, რომელიც ამა თუ იმ მიმართებით არ მონაწილეობდა ამ უმნიშვნელოვანეს საქმეში. აღნიშნული თვალსაზრისით მასობრივი ინფორმაციის საშუალება ერთ-ერთი ძლიერი იარაღი იყო. სწორედ მას ევალებოდა, კომუნისტური იდეოლოგიის მიზნების გათვალისწინებით, შეეფასებინა მოვლენები, უფრო თვალსაჩინო გაეხადა და წინ წამოეწია რევოლუციური, შრომითი, საბრძოლო ტრადიციები. ამის თაობაზე ჯერ კიდევ 1918 წელს წერდა ვ. ლენინი: „მასების აღზრდისათვის ჩვენ ძალიან ცოტა მაგალითებს ვიყენებთ. ხალხს კონკრეტული მაგალითებით უნდა ვაჩვენოთ ცხოვრება. ეს პრესის მთავარი ამოცანაა. საჭიროა ცხოვრებასთან მიახლოება. მეტი ყურადღება უნდა დაეთმოს მუშასა და გლეხს, იმას თუ როგორ აშენებს ის ყოველდღიური შრომით რაღაც ახალს” [5]. საბჭოთა ჟურნალისტიკის თეორიის სახელმძღვანელოში ზუსტად არის ჩამოყალიბებული საბჭოთა ჟურნალისტის ფუნქციები: „ჟურნალისტიკა თავისი საშუალებებით ჩვენი, თანამედროვე ადამიანის კომუნისტურ აღზრდაში მონაწილეობს. იგი კომუნისტურ

ცნობიერებას აყალიბებს. კომუნისტური ცნობიერება კი ნიშნავს პარტიის გარშემო ხალხის დარაზმვას, შრომისადმი შემოქმედებით მიდგომას. კომუნისტური ცნობიერება ნიშნავს: ამხანაგობას, პატრიოტიზმს, ინტერნაციონალიზმს, მოქალაქეობას, პრინციპულობას, ჰუმანიზმს და, რაც მთავარია, შეურიგებელ ბრძოლას მათ მიმართ, ვინც სოციალიზმს გაემიჯნება“ [6]. უნდა აღინიშნოს, რომ პროლეტარული რევოლუცია მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებს თავიდანვე მასებზე ზემოქმედების იარაღად აღიქვამდა. აქედან გამომდინარე, ინფორმაციის საშუალება მხოლოდ ინსტრუმენტი იყო, რომელიც ექვემდებარებოდა სახელმწიფოს კონტროლს, თანაც, ხალხის სახელით. ცხადია, ყველაფერი მიიღწეოდა მატერიალური წარმოების კონტროლით, რადგანაც კერძო საინფორმაციო საშუალებებმა საბჭოთა ისტორიის დასაწყისშივე შეწყვიტეს არსებობა. მედიის ცნობილი ამერიკელი თეორეტიკოსი და ისტორიკოსი უ. შრამი ზედმიწევნით ზუსტად ახასიათებს საბჭოთა მასმედიის ხასიათს: „ჩვენ საქმე გვაქვს სერიოზულ მისიონერულ მაუწყებლობასთან. ეს მაუწყებლობა მასწავლებელი და ლექტორია. ის ელაპარაკება მილიონებს იმას, რასაც აგიტატორები ეტყოდნენ თითოეულ მათგანს პირადად, თუკი ისინი მათამდე მივიდოდნენ. როდესაც ეს მაუწყებლობა საუბრობს პიროვნებაზე, მაშინ ეს პიროვნება, როგორც წესი, საბჭოთა კავშირის გმირი ან მტერია, ოპოზიციონერი. როდესაც ის საუბრობს ბიზნესსა და ეკონომიკაზე, მაშინ ის გამოხატავს მარქსისტულ მსოფლმხედველობას. როდესაც ის გვესაუბრება მიმდინარე მოვლენებზე, რომლებიც წარმოადგენენ ადგილობრივების ინტერესებს, ანდა რაღაცით არიან მნიშვნელოვანი, ის ყოველთვის შესაბამისობაში უნდა იყოს იმ საზოგადოებრივ პროცესებთან, რასაც მოითხოვს მარქსისტული პროპაგანდა” [7]. დასავლეთის პრესა დაჟინებით ამტკიცებდა, რომ საბჭოთა კავშირი ხშირად იყენებდა საბჭოთა მსმენელების დაშინებისა და დარწმუნების მეთოდებს, მაგრამ თუ საბჭოთა ადამიანი ცდუნებისაგან თავს მაინც ვერ შეიკავებდა და შეეცდებოდა უცხოური რადიოსადგურების მოსმენას, მაინც არაფერი გამოუვიდოდა, რადგანაც საბჭოთა კავშირში მაშინ იყენებდნენ რადიოგადამცემების ფართომასშტაბიან ჩამხშობებს. უ. შრამი მიუთითებდა: „გამოთვლილია, რომ საბჭოთა კავშირში და მის სატელიტებზე არსებობს 1000 ასეთი სადგური, რომლებიც დღე და ღამე მუშაობენ, რათა არ დართონ ნება საზღვარგარეთულ სიგნალებს შეაღწიონ რკინის კარს მიღმა“ [8]. საბჭოთა იდეოლოგები, მასმედიის საშუალებები მუდმივად მოუწოდებდნენ საბჭოთა ადამიანებს სიფხიზლისაკენ, რათა არ მოქცეულიყვნენ „მტრული” პროპაგანდის გავლენის ქვეშ. ამის ერთ-ერთ ტიპური ნიმუშია ამონარიდი საბჭოთა ახალგაზრდული პრესიდან: „დივერსიული რადიოსადგურების უკანასკნელი პერიოდის გააქტიურების უგულვებელყოფა შეცდომა იქნებოდა. სოციალისტური ბანაკის ყველა მოქალაქის, ყველა კომუნისტის ვალია ჯეროვანი

რეაგირება მოახდინოს სოციალისტური იდეოლოგიის დასაცავად, რადგან, როგორც ჩვენი საუკუნის გარიჟრაჟზე ვ.ი.ლენინი აღნიშნავდა, "სოციალისტური იდეოლოგიის ყოველგვარი დამცირება, მისგან ყოველგვარი ჩამოშორება ნიშნავს იმავე დროს ბურჟუაზული იდეოლოგიის გაძლიერებას" [9]. სინამდვილეში, საქმის არსი უფრო რთული და ღრმა იყო, ვიდრე უ. შრამი განმარტავდა. საბჭოთა კავშირი წარმოადგენდა ძლიერ ერთიან სტრუქტურას, სისტემას, სადაც ყველაზე მცირე ჭანჭიკსაც კი თავისი ადგილი ჰქონდა. სისტემის შესანარჩუნებლად უნდა შექმნილიყო „ახალი ადამიანი", ეს კი ნიშნავდა კომუნისტური შემეცნების აღზრდასა და მომზადებას. „ახალი ადამიანი" უნდა ყოფილიყო ფრიად განათლებული, მას უნდა შეძლებოდა როგორც ფიზიკური, ასევე, გონებრივი შრომა, აქტიური მოღვაწეობა სამშობლოს საკეთილდღეოდ ყველა მიმართულებით: სახელმწიფო თუ საზოგადოებრივ საქმიანობაში, მეცნიერებასა თუ კულტურაში, სამშობლოს დაცვასა თუ სპორტში. ეს ყველაფერი არაჩვეულებრივად ჟღერდა, თუმცა მის მიღმა სულ სხვა რეალობა იყო. სინამდვილეში სამშობლოს სიყვარულში იგულისხმებოდა საბჭოთა სოციალისტური რესპუბლიკების კავშირის სიყვარული, ანუ სოციალისტურ სამშობლოში ყველა მოძმე რესპუბლიკა მოიაზრებოდა.

მოზარდი ისეთი სულისკვეთებით უნდა აღზრდილიყო, რომ პატივი ეცა სხვა ერებისა და ხალხებისთვის, მას უნდა ჰქონოდა პასუხისმგებლობა „საბჭოთა სოციალისტური სამშობლოს" წინაშე. ყველაფერი კეთდებოდა იმისათვის, რომ დაგვიწყებინა შენი საკუთარი ქვეყნის თვითმყოფადობა, უნიკალობა, ტრადიცია, ფესვები, რეალური ისტორია. ასეთი ადამიანის მართვა, თავისთავად, უფრო ადვილი იქნებოდა. ამ მიზნების მისაღწევად კომუნისტებმა ტელევიზიაც, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის მძლავრი საშუალება, თავის სამსახურში ჩააყენეს, რადგანაც კარგად გააცნობიერეს ტელევიზიის შესაძლებლობები მომავალი თაობის იდეოლოგიური და ზნეობრივი აღზრდის საქმეში.

1939 წელს ცენტრალურმა ტელევიზიამ აჩვენა საახალწლო გადაცემა „გილოცავთ ახალ წელს"; პრაქტიკულად, სწორედ ამ გადაცემამ მისცა ბიძგი საბავშვო გადაცემების დასაწყისს საბჭოთა ტელემაუწყებლობის ისტორიაში. თუმცა კარგა ხანს საბავშვო გადაცემები დაუგეგმავად, ქაოსურად მზადდებოდა. თავდაპირველად, გადაცემები ძირითადად დღესასწაულებთან დაკავშირებით: 7 ნოემბერს, 8 მარტს, 1 სექტემბერსა თუ ახალ წელს მზადდებოდა. საბავშვო პროგრამებს ტელეპროგრამების ბადეში გარკვეული დრო და ნიშა არ გააჩნდათ, მაგრამ კომუნისტმა იდეოლოგებმა ტელევიზიის მნიშვნელობას სწრაფად აუღეს ალღო. ისინი მიხვდნენ, რომ საბავშვო მაუწყებლობა აღზრდის საერთო სისტემაში უმნიშვნელოვანეს ადგილს დაიკავებდა.

ელექტრონული ერის „წინასწარმეტყველის", მედიაკრიტიკოს მარშალ მაკლუენის მოსაზრებით, „ტელევიზიის გაჩენასთან ერთად დაიწყო კულტურის განვითარების ახალი ეტაპი. ტელევიზიამ გვერდზე გასწია მედიის ძველი საშუალებები და მოახდინა კაცობრიობის წარმოსახვითი რეორგანიზაცია. ბეჭდვითი სიტყვის მოყვარული ადამიანისთვის დამახასიათებელია რაციონალიზმი, მის ცნობიერებაზე ბრძანებლობს ლოგიკური სტრუქტურები, სტრიქონების თანაბარი მონაცვლეობითა და მათი სწორი განლაგებით ნერგავს მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების შთაბეჭდილებას.

წიგნის კითხვა ანვითარებს ინდივიდუალიზმს, რაც განპირობებულია განმარტოებით, უსიტყვოდ კითხვითა და აღქმით. რაც შეეხება ტელევიზიას, მისი გამოსახულება აუდიოვიზუალურია მედიუმია, რომელიც მოქმედებს ჩვენს გრძნობებზე, ერთვება ჩვენს თანაარსებობაში და იწვევს ურთიერთზემოქმედებას [10]. მაყურებელზე ტელევიზიის ზემოქმედებას განსაზღვრავს არა მხოლოდ ის, რა შინაარსის პროგრამებითაა გაჯერებული ტელემაუწყებლობის ბადე, არამედ, მათი იდეოლოგიური მიზანდასახულება. სოციალისტურ სახელმწიფოში, ცხადია, ტელევიზიის ფუნქციები მთლიანად დამოკიდებული იყო კომუნისტური აღზრდის ამოცანებზე, რათა შექმნილიყო მომავლის ადამიანი. ამიტომაც საბჭოთა ტელესტრუქტურაში შეიქმნა საბავშვო და ახალგაზრდული რედაქციები, როგორც საზოგადოებრივი აღზრდის ინსტრუმენტი. ისინი ხელმძღვანელობდნენ მკაცრად განსაზღვრული ინსტრუქციებით, იდეოლოგიური მიზნებითა და პროგრამით. მათ გადაცემებს ხელი უნდა შეეწყო ახალ თაობაში კომუნისტური მსოფლმხედველობის ფორმირებისთვის. აქედან გამომდინარე, სამი ძირითადი ფაქტორი განსაზღვრავდა და განაპირობებდა საბავშვო და ახალგაზრდული პროგრამების თემატიკისა და ჟანრების თავისებურებას:

- კომუნისტური აღზრდის მიზნები და ამოცანები;
- პიროვნების ფორმირების თავისებურებანი;
- თემატური და ჟანრობრივი ინტერესები და უპირატესობანი სხვადასხვა ასაკობრივ ჯგუფებში.

ამ რთულ პროცესში მეცნიერებიც იყვნენ ჩაბმული. ამის სამაგალითოდ ყურადსაღებია მოსაზრება სსრკ პედაგოგიურ მეცნიერებათა აკადემიის წევრის ვ. ზუბოვის სტატიიდან, რომელიც ეძღვნებოდა ახალი თაობის კომუნისტური აღზრდის პრობლემებს: „საბჭოთა პედაგოგებმა თავის ყოველდღიურ მუშაობაში ნათლად უნდა წარმოადგინონ სამუშაო გეგმები, სადაც გათვალისწინებული იქნება პარტიის ამოცანები, რომელიც ითხოვს საკითხის ახლებურ გაგებას და მიდგომას, რადგანაც მასზეა დამოკიდებული ახალი თაობის ფორმირება. ჩვენს

წინაშე სერიოზული ამოცანაა გადასაწყვეტი, მეცნიერულ-პედაგოგიური პრობლემები, რომლებიც დაკავშირებულია ტელევიზიის განვითარებასა და ზემოქმედებაზე ბავშვებსა და ახალგაზრდობაზე. ამ საკითხების გადაწყვეტისათვის მკაცრად უნდა განისაზღვროს რადიო-ტელევიზიის ამოცანები ახალგაზრდობის აღზრდის საქმეში” [11].

საბჭოთა ტელეინფორმაციის მიზნები და ამოცანები იმ მიზნებისა და ამოცანების ადეკვატური უნდა ყოფილიყო, რომლებსაც საბჭოთა ხელისუფლება პედაგოგების მიმართ იყენებდა. აქედან გამომდინარე, პედაგოგიურ-დიდაქტიკური ფუნქციები ნებისმიერი საბავშვო გადაცემის მთავარი თემა უნდა ყოფილიყო. პარალელურად შეიძლებოდა გადაცემებს გასართობი ან შემეცნებითი ფუნქციებიც შეეთავსებინა. მკვლევარი ა. კარიაგინი ტელევიზიის ფუნქციებიდან გამოყოფდა საგანმანათლებლოს და ესთეტიკურს: „საგანმანათლებლო ფუნქციებში შედის პროპაგანდა, ინფორმაცია და განათლება, რაც ადამიანებს ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში გარკვეულ ცოდნას მისცემს, ესთეტიკური ფუნქცია კი მსოფლმხედველობას, ადამიანის მიერ სამყაროს აღქმასა და დამოკიდებულებას აყალიბებს“ [12]. 1972 წელს ქალაქ ადლერში ჩატარდა კონფერენცია თემაზე: „ტელევიზიის გამოყენება მოსწავლეთა კომუნისტური აღზრდის საქმეში“, სადაც სხვადასხვა სკოლის პედაგოგებმა წარადგინეს კოლექტიური აზრის შექმნის თავისებური მეთოდი. ისინი მოსწავლეებს უჩვენებდნენ ფილმს ან გადაცემას კონკრეტულ თემაზე და შემდეგ საუბრებს წარმართავდნენ სასურველი მიმართულებით. ამ ფაქტის დასტურად მათ ჟურნალები წარადგინეს, სადაც აღნუსხული ჰქონდათ ის საჭირო თემები, რომლებიც მათ მოსწავლეებში დანერგეს.

საბჭოთა სინამდვილეში ეს სასურველი კოლექტიური აზრის დანერგვის ერთადერთი გზა სულაც არ იყო. იმ პერიოდში საბჭოთა კავშირის ყველა მოძმე რესპუბლიკაში სავალდებულო იყო თეატრებში მთელი სკოლის ერთობლივი დასწრება ე.წ. აბონემენტებით. ამ ერთი შეხედვით სასარგებლო საქმეს სინამდვილეში სრულიად სხვა დატვირთვა ჰქონდა. სპექტაკლის ნახვის შემდეგ ბავშვს თავისთავად უჩნდებოდა ემოციები და საკუთარი დამოკიდებულება, მაგრამ საბჭოთა პედაგოგი ვალდებული იყო სპექტაკლის შემდგომ მოეწყო განხილვა და სასურველი მიმართულებით წარემართა მათი შეხედულებები და აზროვნება. ერთ-ერთი რიგითი მასწავლებელი სტატიაში: „ტელევიზია ბავშვების ცხოვრებაში“ წერდა: „აღმზრდელის ამოცანაა, რომ ბავშვის ცხოვრებაზე სრული ზეგავლენა მოახდინოს, უნდა ზუსტად ვიცოდეთ მისი დამოკიდებულება, შეფასება მოვლენებისა, რომელიც მის გარშემო ხდება, ვიცოდეთ, რას ფიქრობენ ისინი მის გარშემო მყოფ ადამიანებზე. ყველაფერი უნდა ექვემდებარებოდეს ერთ ძირითად მიზანს –მოზარდის კომუნისტური სულისკვეთებით აღზრდას... ბავშვებმა ისე უნდა

შეისწავლონ ხელოვნება, დაინახონ და შეაფასონ მოვლენები, როგორც კომუნისტური აღზრდისთვისაა საჭირო“ [13]. თუკი უბრალო მასწავლებელს ასეთი მოსაზრება ჰქონდა, ადვილი წარმოსადგენია როგორ მუშაობდნენ იდეოლოგიური ხელმძღვანელები.

საბჭოთა ტელევიზია აქტიურად მონაწილეობდა მომავალი თაობის აღზრდის საქმეში. იგი არა მხოლოდ აჩვენებდა ხელოვნების სხვადასხვა დარგების ნაწარმოებებს, არამედ ყოველდღიურად თავადაც ქმნიდა იდეოლოგიურ პროდუქციას, რომელიც ზეგავლენას ახდენდა პიროვნების მსოფლმხედველობაზე და იმავდროულად გარკვეულ გემოვნებასა და შეფასებების ნორმატივებს გამოუმუშავებდა. მკვლევარი ვ. კსენოფონტოვი სტატიაში – „ტელევიზია კომუნისტური აღზრდის სისტემაში” წერდა: „ტელეინფორმაციის ეფექტურობა ბევრად არის დამოკიდებული იმაზე, თუ რა ფასეულობებს, გამოცდილებას და ცოდნას წარმოაჩენს იგი, რომლებიც თითქოსდა ერთჯერადია ცალკეულ შემთხვევაში, მაგრამ სინამდვილეში მიზანმიმართული, სისტემური ხასიათისაა და მივყავართ ახალი წარმოდგენების, ახალი შეხედულებებისკენ, რის შედეგადაც იმ საქციელთა რიგს მივიღებთ, რომელიც „ახალი ადამიანისაგან“ გვესაჭიროება. როგორც ვხედავთ, ტელეინფორმაციის მიზნები და ამოცანები იმ ამოცანებისა და მიზნების ადეკვატურია, რომელსაც ჩვენ პედაგოგებს ვუყენებთ“ [14]. საბჭოთა იდეოლოგებმა შექმნეს სქემა, უფრო სწორად კი, მეთოდოლოგია საბჭოთა საზოგადოების ჩამოყალიბებისა და დამორჩილებისათვის. „ახალი ადამიანის“ გამოძერწვაში აქტიურად მონაწილეობდა ცენტრალური ტელევიზია, რომელიც თავის მხრივ მაგალითი იყო საბჭოთა კავშირის ყველა რესპუბლიკის ტელევიზიისთვის. ბუნებრივია, გამონაკლისს არც საქართველო წარმოადგენდა. ყველას უნდა გაეთვალისწინებინა „ცენტრალური” მოთხოვნები, ასეთი იყო საერთო იდეური მიმართულება.

საბავშვო გადაცემების ავტორებს კონკრეტული აღმზრდელობითი ამოცანები უნდა გადაეწყვიტათ გასართობ, სახიერ სატელევიზიო ფორმატებში. საბავშვო გადაცემებს ბავშვებში უნდა გაეღვიძებინა საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმეების კეთების სურვილი სკოლაში, პიონერთა რიგებში, სახლში... ტელევიზია უბრალოდ კი არ უნდა დახმარებოდა პედაგოგებს, არამედ, მუდმივად უნდა ეთანამშრომლა მათთან, წინასწარ უნდა დაეგეგმა ყოველი გადაცემა პედაგოგების, პიონერხელმძღვანელებისა თუ იდეოლოგიური მუშაკების აქტიური მონაწილეობით, ანუ, ფაქტობრივად, უნდა ჩაეტარებინა იდეურ–აღმზრდელობითი სამუშაოები.

საბჭოთა ტელევიზია ბავშვთა იდეური და საზოგადოებრივი აღზრდის ორგანიზაციების მიერ დაგროვილი გამოცდილებით ხელმძღვანელობდა. საბავშვო პროგრამები იდეოლოგიურად შემუშავებულ პრინციპებს ეყრდნობოდა, სადაც უმთავრესი იყო: ყველა სატელევიზიო

ინფორმაციის დაქვემდებარება პედაგოგიური მიზნებისთვის; საზოგადოებრივ-პოლიტიკური, ლიტერატურული, მუსიკალური და სპორტული გადაცემების ჰარმონიული შერწყმა; მოზარდებისთვის საბჭოთა სახელმწიფოს და კომუნისტური პარტიის საშინაო და საგარეო პოლიტიკის სიღრმისეული ახსნა; მოზარდებში საბჭოთა სამშობლოსადმი პატრიოტიზმის ჩანერგვა.

ცენტრალური ტელევიზიის საბავშვო პროგრამების მთავარი რედაქტორი ბ. კრიუჩკოვი წერდა: „დასავლური ტელევიზია გამსჭვალულია კომერციული სულით და ამერიკელი მეცნიერის ფ. ერლდა ბარკუსის თქმით, ისინი აცდუნებენ ბავშვებს, მათთვის ტელევიზია გადაიქცა „თვალის საღეჭ რეზინად“. ტელევიზიით ყოველდღიურად უჩვენებენ ძალადობას, ცდილობენ ყურადღება გადაატანინონ ცხოვრების მნიშვნელოვანი პრობლემებიდან. ჩვენ კი, საბჭოთა ტელევიზიის მუშაკები, ვცდილობთ ბავშვებს გავუღვიძოთ ნათელი და კეთილშობილური იდეალები, მაღალი მოქალაქეობრივი გრძნობები და აღვზარდოთ ისინი საზოგადოების აქტიურ მშენებლებად” [15].

&1. რეგულარული საბავშვო ტელემაუწყებლობის ჩამოყალიბება

ცენტრალურმა ტელევიზიამ რეგულარული საბავშვო მაუწყებლობა 1951 წლიდან დაიწყო, როდესაც ეთერში სატელევიზიო ჟურნალი „საბჭოთა პიონერი“ გავიდა. ეს ცენტრალურ ტელევიზიაში პირველი საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ჟურნალი იყო. შემდეგ გაჩნდა: „ორლიონოკი“, სატელევიზიო კლუბი „მაძიებელნი“, გასართობი გადაცემა „მაღვიძარა“, „მხიარული შეჯიბრი“, „ბურატინოს გამოფენა“, „ხელმარჯვე ოსტატი“, „ზღაპრის დასაწყისი“, „ძილი ნებისა, პატარებო“, „სპორტული რეპორტაჟები“ და საკონცერტო ნომრები.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, საბჭოთა კავშირის ყველა მოძმე რესპუბლიკის ტელევიზიის საბავშვო ტელემაუწყებლობას ცენტრალური ტელევიზის საბავშვო პროგრამების მიხედვით უნდა ემუშავა. გამონაკლისი არც საქართველოს ტელევიზიის საბავშვო პროგრამების რედაქცია იყო. თუ ყურადღებით გადავხედავთ იმდროინდელ ქართულ საბავშვო გადაცემებს, თვალნათლივ დავინახავთ მსგავსებას ცენტრალური ტელევიზიის საბავშვო გადაცემებთან - სათაურებითაც და შინაარსითაც. 1957 წლის 24 თებერვალს გადაიცა სატელევიზიო ჟურნალი „საქართველოს პიონერი“. ეს პირველი სატელევიზიო გადაცემა იყო, რომელიც საქართველოს ტელესტუდიამ მოამზადა. ჟურნალი პოპულარობით სარგებლობდა არა მხოლოდ ბავშვებში, არამედ, უფროსებშიც, რადგან აქ პირველად გამოიყენეს დოკუმენტური კადრები. სატელევიზიო ჟურნალი მრავალსიუჟეტიანი იყო და ფართოდ ასახავდა სკოლების ცხოვრებას. ხშირად

მზადდებოდა თემატური ჟურნალებიც, ისეთები, როგორიც იყო: „პიონერული საამქრო“, „ბათუმის სახელოსნო სასწავლებელში“, „თეთრიწყაროს სკოლა-ინტერნეტში“ და სხვ. ტელევიზია პროპაგანდას უწევდა პროფესიულ ხელობებს. მზადდებოდა გადაცემები პროფესიული სასწავლებლების მოსწავლეებზე, ხელმარჯვე ბავშვებზე, პიონერთა სასახლის აღსაზრდელებზე.

სატელევიზიო ჟურნალი „საქართველოს პიონერი” თავდაპირველად იყო მოსკოვის ცენტრალური ტელევიზიის საბავშვო გადაცემის „საბჭოთა პიონერის“ ზუსტი კალკირება. „ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ სათაური ტიტრების დასახელება, რუბრიკები და ციკლები მოკლებული იყო ეროვნულ სულისკვეთებას, შეიმჩნეოდა მოსკოვური გადაცემების გადმოქართულების ხშირი ცდები, ვიდრე ცოტა მოგვიანებით არ გამოჩნდა სატელევიზიო ჟურნალის სათაურები: „მერცხალი“, „ჯეჯილი“... [16]. მოგვიანებით ჟურნალმა სახელწოდება შეიცვალა და „მერცხალი“ ეწოდა. 1957-60 წლებში 60 გადაცემა მომზადდა. სატელევიზიო ჟურნალი „მერცხალი“ დროთა განმავლობაში აზრობრივად მოსკოვურ გადაცემას სრულიად დაშორდა და ქართული პრობლემებითა და ტენდენციებით გაჯერდა. პროგრამის მიზანი იყო მაყურებლისთვის გაეცნო ქვეყანაში მომხდარი მნიშვნელოვანი მოვლენები - ყველაფერი, რაც შეეხებოდა პატარების სწავლასა და საქმიანობას. „მერცხალში“ თანამშრომლობდნენ პედაგოგები, პიონერხელმძღვანელები, მწერლები, საქართველოს გამოჩენილი ადამიანები, თუმცა გადაცემის ყველაზე აქტიური მონაწილეები თავად ბავშვები იყვნენ.

ტელეჟურნალი „მერცხალი“ ცდილობდა არ ყოფილიყო დაშტამპული. საქართველოს ტელევიზიის ისტორიაში პირველი კრიტიკული სიუჟეტი საბავშვო ჟურნალ „მერცხალში“ გაჩნდა. გადაცემის ავტორებმა თავისი სათქმელის გამოსახატად საინტერესო ხერხს მიაგნეს. მათ შექმნეს პერსონაჟი - კორესპონდენტი, სახელად „ანკესა“, რომელიც ფოტოაპარატით „მამხილებელ” ფოტოებს იღებდა. მაგალითად, „ანკესას“ თვალს არ გამოეპარებოდა ბავშვი, რომელიც გაქანებული ტრამვაიდან ხტებოდა, ან გადასასვლელზე არ გადადიოდა და თავის და სხვის სიცოცხლესაც საფრთხეს უქმნიდა. „ანკესას“ გამოჩენას დიდი გამოხმაურება მოჰყვა: რედაქციამ უამრავი წერილი მიიღო. შეიქმნა „ანკესას“ კლუბი“, რომლის წევრებიც გახდნენ ამ წერილების ავტორები - პატარა მაყურებლები. ისინი ხვდებოდნენ საბავშვო რედაქციის შემოქმედებით კოლექტივს და აქტიურად მონაწილეობდნენ ტელეგადაცემების მომზადებაში. ასე შედგა დიალოგი მაყურებელსა და გადაცემის წამყვანს შორის.

იმდროინდელ ტელევიზიაში „დიალოგი“ პირობითი ცნება იყო. ჯერ რედაქციაში მიდიოდა წერილები, იყო სატელეფონო ზარებიც, შემდეგ ხდებოდა მაყურებლების შეხვედრები

გადაცემის შემოქმედებით ჯგუფთან, რის შემდეგაც მიმდინარეობდა სტუდიური ჩაწერები. დღევანდელი გადასახედიდან, პირდაპირი ჩართვებისა და მაყურებლის ინტერაქტიურობის ფონზე, „ანკესასთან“ დიალოგი გულუბრყვილოდ გამოიყურება, მაგრამ ტელევიზიის განვითარების იმ ეტაპზე „დიალოგის” თუნდაც ასეთი ფორმა ეკრანიდან საზოგადოებისთვის მეტად მნიშვნელოვან ფაქტად აღიქმებოდა.

ცნობილია, რომ თავდაპირველად, თეატრისა და კინოსაგან განსხვავებით, პრესა ნაკლებ ყურადღებას ანიჭებდა ტელევიზიას და, მით უფრო, საბავშვო გადაცემებს, თუმცა, ზემოთ ნახსენები „ანკესა” ჟურნალ „საბჭოთა ხელოვნებას“ შეუმჩნეველი არ დარჩა: „საბავშვო ტელეგადაცემებში ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი უკავია გადაცემებს საშუალო ასაკის მოსწავლეთათვის. საკმარისია ჩამოვთვალოთ პიონერებისთვის განკუთვნილი ციკლები - „ვისი რაზმია უკეთესი“, „უფროსების მხარდამხარ”, „ანკესა“ მოგზაურობს სკოლებში“, “ჩვენ მეგობრები ვართ” და სხვ., რომ ნათელი წარმოდგენა შეგვექმნას მათ მუშაობაზე. პიონერებს შესაძლებლობა აქვთ თვეში ერთხელ გადაფურცლონ სატელევიზიო ჟურნალი „მერცხალი“, რომელიც მათ მოუთხრობს რესპუბლიკის პიონერთა საინტერესო ცხოვრებაზე” [17]. “ანკესას” მიერ ნათქვამმა მართალმა სიტყვამ სათავე დაუდო კრიტიკულ მასალებსა და სიუჟეტებს. სავარაუდოა, რომ ტელევიზიის ცენზურა საბავშვო პროგრამებზე ნაკლებად ამახვილებდა ყურადღებას. ალბათ ეს იყო ერთ-ერთი მიზეზთაგანი, რის გამოც საბავშვო რედაქცია, შემდგომში საბავშვო პროგრამები და სტუდია, როგორც მას უწოდებდნენ, საქართველოში ყოველთვის ითვლებოდა ექსპერიმენტების „ოაზისად“. საქართველოს ტელემაუწყებლობაში იმ დროისთვის საბავშვო გადაცემებს სამაუწყებლო ბადეში არ ჰქონდა განსაზღვრული დრო და ადგილი. ხშირი იყო ერთჯერადი, შემთხვევითი გადაცემები. არც სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფების ინტერესები იყო გათვალისწინებული. თუმცა, ეს არ ეხებოდა სკოლამდელი ასაკის ბავშვებს. მათთვის სისტემატურად მზადდებოდა გადაცემათა ციკლი „გაცოცხლებული ნახატები“. ეს იყო ზღაპარი, რომელიც შედგებოდა ფოტომასალის, ფერადი ტიტრებისა და ცნობილი მულტფილმების ფრაგმენტებისაგან. მეორე გადაცემა, რომელიც იმ დროისთვის გამოირჩეოდა, იყო “აბა გამოიცანი“ (გადაცემა მიჰყავდა ცნობილ დიქტორს ლ. მიქაძეს).

განსაკუთრებული წარმატება და გამოხმაურება ჰქონდა გადაცემას „ჩხირკედელას სახელოსნო“, რომელიც მხატვარ ნელი ოქროპირიძეს მიჰყავდა. მისი მეშვეობით ბავშვები ეკრანიდან სწავლობდნენ ხელმარჯვეობას, მათ უვითარდებოდათ შემოქმედებითი ფანტაზია და შრომისადმი ინტერესი. .“ჩხირკედელას სახელოსნო“ იმდენად წარმატებული გახდა, რომ ამ

გადაცემით ცენტრალური ტელევიზიაც დაინტერესდა და რამდენჯერმე თავის ეთერშიც კი გადასცა, როგორც საუკეთესო ნიმუში.

იმ პერიოდის საბავშვო რედაქციის აუცილებელი თემები იყო: სკოლა, ოქტომბრელებისა და პიონერების სასკოლო საქმიანობა, თუმცა, კვირაში ერთხელ კინოფილმებსაც უჩვენებდნენ, რომელთა თემატიკა იყო მეგობრობა, გმირობა, სიმამაცე და კიდევ ერთი პირობა - მთავარი მოქმედი პირი აუცილებელად საბჭოთა ადამიანი უნდა ყოფილიყო. ჯერ კიდევ 1923 წელს „კინოგაზეტა“ მოწინავე წერილში წერდა: „რუსეთის კინემატოგრაფია ექვსი წელია მუშათა სახელმწიფოს ხელშია, ექვსი წელია ველოდით მისგან რევოლუციურ ფილმებს და მხოლოდ ახლა გვაქვს პირველი დიდი და შესანიშნავი რევოლუციური ფილმი „წითელი ეშმაკუნები“. მისმა ავტორებმა ბრმად როდი გამოიყენეს ისტორიული ფაქტები, შექმნეს მხატვრულად გამომსახველი სახეები... კინემატოგრაფი თავის წარმატებას იმ კინოსურათებს უნდა უმადლოდეს, რომელთაც პირველებმა დაამკვიდრეს საბავშვო კინოში სოციალისტური რეალიზმის პრინციპები“ [18]. სწორედ საბავშვო კინოში, და არა მარტო მასში, დამკვიდრებული სოციალისტური რეალიზმის მეთოდი რამდენიმე ათეული წლის შემდეგ გახდა ასახვის მთავარი ფორმა საქართველოს საბავშვო რედაქციისთვისაც, რომელიც ყველა საბავშვო გადაცემას, მათ შორის სატელევიზიო დადგმებს, საგანმანათლებლო გადაცემებსა და კინოფილმებსაც თავად უკეთებდა ორგანიზაციას. იმხანად გადაღებული საბავშვო სატელევიზიო ფილმებიდან განსაკუთრებით აღსანიშნავია „მეტოქეები“ (სცენარის ავტორი ე. ყიფიანი, რეჟისორი ა. ნინუა), რომელიც ზუსტად პასუხობდა სოციალისტური რეალიზმისა და მოზარდთა კომუნისტური აღზრდის პრინციპებს. ფილმმა მაშინდელი საკავშირო პრესის ყურადღებაც დაიმსახურა.

“მეტოქეების” ფაბულა შემდეგნაირად ვითარდება: პიონერთა ბანაკში სპორტული ასპარეზობაა. გაიმარჯვებს ბაკური. დამარცხებული ბუბა ამხანაგებსა და პიონერთა ბანაკს განუდგება. პინერხელმძღვანელი ბუბას სთავაზობს დათანხმდეს ახალ შეჯიბრში – ჯართის შეგროვებაში მონაწილეობას. ბუბას და ბაკურის რაზმები იწყებენ შეჯიბრს, ბუბას რაზმი მეტ ჯართს შეაგროვებს, მაგრამ ბუბა ჩუმად შეიტყობს, რომ მოწინააღმდეგე რაზმის ჩამორჩენის მიზეზი ბაკურის ავადმყოფობაა. აქ ხდება ბუბას ხასიათში გარდატეხა – ის ბაკურის სახელზე აგროვებს ჯართს, რის გამოც მისი რაზმი დამარცხდება. ბაკურის რაზმი ტურისტული საგზურით დაჯილდოვდება, ბუბას კი თანარაზმელები გაუწყრებიან, მაგრამ მას გული არ წყდება, რადგან თავის თავში ახალი ადამიანი აღმოაჩინა.

ამასთან დაკავშირებით ჟურნალი “საბჭოთა ხელოვნება” წერდა: „რეჟისორის დამსახურებაა ისიც, რომ ფილმში შრომის პროცესი გაშიშვლებულად, პირდაპირ როდია

ნაჩვენები, შრომა აქ პირადი, სულიერი მოთხოვნილების ნაყოფად გვევლინება. საქართველოს ტელევიზიის საბავშვო რედაქციის მიერ გადაღებული ფილმი „მეტოქეები“ კარგად მიიღო მაყურებელმა. მას დიდი წარმატება ხვდა მოსკოვში... საქართველოს მწერალთა კავშირის პლენუმზე, რომელიც საბავშვო ლიტერატურის საკითხებს მიეძღვნა, მწერლებს მოუწოდეს, რომ შექმნან ისეთი სცენარები ბავშვების ცხოვრებაზე, რომელიც „მეტოქეებს“ მეტოქეობას გაუწევენ“ [19].

კომუნიზმის “დიად იდეას” ისეთი ძლიერი ბერკეტები ჰქონდა, რომლითაც შესაძლებელი იყო “ძველი სამყაროს” “მოძველებული“ წყობისა და წეს-ჩვევების გადაგდება და ახალი, რევოლუციური, „პროგრესული“ სახელმწიფოებრივი წყობილების დამკვიდრება-განმტკიცება. მისმა იდეოლოგებმა შესანიშნავად იცოდნენ, რომ რევოლუციური მონაპოვარი დაცვის გარეშე ვერ შენარჩუნდებოდა. კომუნიზმის “დიადი შენობის” აგებაში მონაწილეობა უნდა მიეღო ყველას: მუშებს, კოლმეურნეებს და, როგორც მაშინ უწოდებდნენ, ინტელექტუალური შრომის ადამიანებს. აქედან გამომდინარე, საბჭოთა ხელოვნების მუშაკებიც საკმაოდ რთული ამოცანის წინაშე იდგნენ: მათ უნდა შეექმნათ ეპოქის შესატყვისი ქმნილებანი, ეჩვენებინათ საბჭოთა ხალხის გმირული, კეთილშობილური ცხოვრება და შრომა.

საქართველოს სახელოვნებო კოლექტივების ამოცანა იყო მთელი ძალებით ჩაებათ ამ საზოგადოებრივ-პატრიოტული მისიის განხორციელებაში შემოქმედი ადამიანები. ჟურნალ “საბჭოთა ხელოვნებაში” დაიბეჭდა სტატია სათაურით „იდეურობა ცხოვრებაში, იდეურობა ხელოვნებაში“, რომლის ავტორიც პათეტურად განსჯის ხელოვანთა პასიურობას და მათ დროის შესაფერი ქმედებისკენ მოუწოდებს: „მარტო კლასიკის იმედით თეატრი ვერ დარჩება. ამასთან კლასიკურ ნაწარმოებსაც საშიშროება მოელის, თუ შემოქმედებით კოლექტივში იგნორირებულია რეალისტური ხედვა, სოციალისტური რეალიზმის მეთოდი; თეატრებში უნდა მომრავლდეს ორიგინალური და თარგმნილი ნაწარმოებები, რომლებიც მოგვითხრობენ კომუნიზმის მშენებლობაზე, კომუნისტური მორალის ცხოველმყოფლობაზე... მოსაწონი როდია, როცა გალერეის კედლები ივსება მხოლოდ პეიზაჟებით, ნატურმორტებით, ცოტას მთქმელი უღიმღამო პორტრეტებით, რომელთა ავტორები ჩვენდა გასაკვირად მხატვართა კავშირის აქტიური და წამყვანი წევრები არიან“ [20].

კომუნისტური იდეოლოგიის საფუძველი მარქსიზმ-ლენინიზმის იდეების პროპაგანდა იყო. პარტია ლიტერატურის, სახვითი ხელოვნების, თეატრის, კინემატოგრაფისა თუ ტელევიზიისგან მოითხოვდა მასებში გაეღვიძებინათ და განემტკიცებინათ საბჭოთა ქვეყნისადმი პატრიოტიზმისა და ინტერნაციონალიზმის გრძნობები. ამ მიზნის განხორცილებას

ემსახურებოდა უმნიშვნელოვანესი თარიღების აღნიშვნასთან დაკავშირებული პროპაგანდისტული ღონისძიებებიც, მაგალითად ისეთი, როგორიც იყო 1960 წელს ვ. ლენინის დაბადების 90-ე წლისთავის გრანდიოზული აღნიშვნა მთელი სსრკ-ის მასშტაბით. საქართველოშიც მოეწყო მასშტაბური და მრავალფეროვანი სამხატვრო გამოფენა, შეიქმნა სიმღერები, დაიდგა სპექტაკლები, გადაიღეს ფილმები... ტელევიზიაც, თავისთავად, აქტიურად აშუქებდა ამ მოვლენებს და თავადაც ქმნიდა პროდუქციას ამ თემატიკაზე. ცენტრალურ ტელევიზიაში განსაკუთრებით დიდი მოწონება დაიმსახურა ბელორუსიის საბავშვო რედაქციის მიერ მომზადებულმა გადაცემათა ციკლმა „ხალხი ლენინური გვარდიიდან“, სადაც გადმოცემული იყო ძერჟინსკის, სვერდლოვის, კალინინისა და სხვათა გმირული რევოლუციური ცხოვრება და პროპაგანდას უწევდა ლენინის მიერ დაწყებულ საქმეს. გადაცემათა ციკლი ეყრდნობოდა უნიკალურ საარქივო მასალას, ფაქტებს, რომელთაც უნდა აეღელვებინა მომავალი თაობა. კომპარტიამ და ცენტრალურმა ტელევიზიამ ამ ციკლს უმაღლესი შეფასება მისცეს და იგი, როგორც საუკეთესო ნიმუში, ყველა მოძმე რესპუბლიკის ტელემაუწყებლობის ეთერით გადაიცა.

საქართველოში უშუალოდ ამ გადაცემის გავლენით შეიქმნა გადაცემათა ციკლი სახელწოდებით „მამათა ნაკვალევზე“, რომელიც ეთერში გადიოდა 1965 წელს. გადაცემის მიზანი იყო ქართველი გმირების საფლავების მონახულება, მათი გმირული ცხოვრების გამოკვლევა. საქართველოს კომკავშირის ცენტრალური კომიტეტი აწყობდა მოგზაურობებს წარჩინებული უფროსკლასელებისათვის საბჭოთა კავშირის გმირ ქალაქებში. მათი მოგზაურობისა და შთაბეჭდილებების ფონზე იქმნებოდა ქართველი გმირების (1941-45 წლების სამამულო ომის გმირების) ისტორია. ავტორებმა გადაცემის წარმატებისთვის ზუსტად მოიფიქრეს საჭირო მოტივაცია; ყველა წარჩინებული უფროსკლასელისათვის გადაცემაში მოხვედრა ნიშნავდა მოძმე რესპუბლიკაში მოგზაურობას, ეკრანზე გამოჩენას, პოპულარობას. ეს ისეთი მიმზიდველი აღმოჩნდა, რომ რედაქციაში არ წყდებოდა სატელეფონო ზარები. საქართველოს ბევრი უფროსკლასელი ოცნებობდა ამ გადაცემაში მოხვედრაზე.

იდეურობა თეატრში, იდეურობა მუსიკაში, იდეურობა მხატვრობაში, იდეურობა კინემატოგრაფში და იდეურობა ახლადშექმნილ ტელევიზიაში. კომუნისტური პარტიის ამ მოთხოვნას კარგად ასახავს მისი ცენტრალური კომიტეტის 1960 წლის 29 იანვრის დადგენილება, რომელშიც ხაზგასმით იყო აღნიშნული ტელევიზიის საგანგებო როლი: „ტელევიზიას აქვს შესაძლებლობა მოიცვას და ზეგავლენა მოახდინოს მოსახლეობის იმ ნაწილზეც, რომლებიც სხვა საინფორმაციო პროპაგანდის საშუალებებით არ დაიპყრობა” [21].

ცხადია, აქ იგულისხმებოდა ტელევიზიის სპეციფიკური - აუდიო-ვიზუალური გამოსახვის ძალა და გავლენა... როგორც ცნობილია, ნაბეჭდი სიტყვა მიმართულია ადამიანის მხედველობისკენ, ხოლო რადიო - სმენისკენ. სატელევიზიო ეკრანზე, ისევე როგორც კინოში, არ არსებობს ადამიანის გამოსახულება გარკვეული მასშტაბის, რაკურსის, განათების გარეშე. აქედან გამომდინარე, სატელევიზიო შეტყობინება მრავალფეროვანი და ეფექტურია. პრესისგან განსხვავებით, ტელეეკრანიდან მიღებული ინფორმაცია პერსონიფიცირებულია. ამასთან, ტელევიზიაში სიტყვას დიდი მნიშვნელობა აქვს, ის ხშირად დომინირებს. აქედან გამომდინარე, ტელევიზიაში გამოსახულებისა და ხმის შერწყმისას მაყურებელზე ზემოქმედება ორმაგდება.

1960 წლის 29 იანვრის დადგენილება საბავშვო ტელემაუწყებლობასაც შეეხო. ამ დადგენილების მიხედვით, საბავშვო პროგრამებს სატელევიზიო მაუწყებლობაში განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო და სამაუწყებლო ბადეში ყოველდღიურად, განსაზღვრულ დროს, ერთი საათი გამოეყო. საბჭოთა კავშირის ყველა რესპუბლიკაში სავალდებულო გახდა ცენტრალური ტელევიზიის რამდენიმე გადაცემის ჩვენება.

უნდა მომხდარიყო გადაცემების დიფერენციაცია სამი ასაკობრივი ჯგუფისთვის: სკოლამდელი, უმცროსი და უფროსი კლასებისათვის. გამოიკვეთა პრიორიტეტული თემებიც: შრომითი ჩვევების განვითარება, ინიციატივა, თვითშემოქმედება. დაიწყო სერიოზული სატელევიზიო აგიტაცია-პროპაგანდა საზოგადოებრივ საქმიანობაში ბავშვების ჩასაბმელად. აქცენტები კეთდებოდა პროფესიულ სწავლებაზე, მომავალ მუშათა კლასზე. მაგალითად, ცენტრალური ტელევიზიის მოთხოვნით, ეთერში სისტემატურად გადიოდა ისეთი გადაცემები, როგორებიც იყო: „ნორჩი ტექნიკოსები“ (1962 წელს გადაცემა ეხებოდა რესპუბლიკურ ტურნირებში გამარჯვებულ გამომგონებელ ბავშვებს) და „ვისაუბროთ პროფესიაზე“ (დიალოგი მოწინავე შრომის გმირებთან, რომლებიც მოსწავლეებს თავიანთ ცხოვრებასა და საქმიანობაზე ესაუბრებოდნენ და ეხმარებოდნენ მომავალი პროფესიის არჩევაში).

აქედან გამომდინარე, რეფორმები საქართველოშიც დაიწყო. ამ პერიოდში საბავშვო რედაქციის მთავარ რედაქტორად ა. გაჩეჩილაძე დაინიშნა, რომელმაც თავისი ენთუზიაზმითა და პროფესიონალიზმით საბავშვო რედაქციას საკმაოდ მყარი საძირკველი ჩაუყარა. ახალი დადგენილების შესაბამისად, საქართველოს ტელეეთერში გადიოდა ცენტრალური ტელევიზიის რამდენიმე გადაცემა: „მაღვიძარა“, „ვარჯიში ბავშვებისათვის“, „გააკეთეთ ჩვენთან ერთად, ჩვენსავით და ჩვენზე უკეთ“ (გერმანული სპორტული გადაცემა).

ამასთან ერთად, დაიწყო გადაცემების მომზადება ყველა ასაკობრივი ჯგუფისათვის – სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის: „ცეროდენას ეკრანი“, „ჩვენი კინოდარბაზი“, „გაბედული

ფოტომონადირე“, „რატომ, საიდან, რისთვის“, „ჩვენი ბაღი“; უმცროსკლასელთათვის: „მუსიკალური საათი“, „ვიმოგზაუროთ დედამიწის გარშემო“, „ჯადოსნური საღებავი“, სატელევიზიო დადგმა – “იყო და არა იყო რა“; უფროსკლასელთათვის: „ვისაუბროთ პროფესიაზე“, „ჩხირკედელას სახელოსნო“, სატელევიზიო ჟურნალი „საპოვნელა“, „წიგნის თარო“, „ჩვენი სახელოვანი წინაპრები”, “შესანიშნავი ადამიანების ცხოვრება”, “შევისწავლოთ ხალხური სიმღერა”, “თქვენზე ფიქრებში” (გადაცემა საბავშვო მწერლებზე).

ცალკე უნდა აღინიშნოს გადაცემათა ციკლი “ცეროდენას ეკრანი”, რომლის ფორმატი ცენტრალური ტელევიზიის გადაცემის “ღამე მშვიდობისა, პატარებო” ანალოგი იყო, მაგრამ კარგად გადმოქართულებული. პროგრამა ყოველდღიურად ერთსა და იმავე დროს, საინფორმაციო გადაცემის წინ გადიოდა. “ცეროდენას ეკრანის” ქუდი ცნობილი მულტფილმებიდან აღებული კოლაჟისაგან იყო აწყობილი. გადაცემა მიჰყავდათ დიქტორებს ლ. მიქაძესა და მ. მაჩაბელს. ბავშვებში განსაკუთრებული პოპულარობითა და სიყვარულით მანანა მაჩაბელი სარგებლობდა, რაც გარკვეული ფაქტორებით იყო გაპირობებული. ყოველ საღამოს, ტრადიციული მისალმების შემდეგ, “მანანა დეიდა” თოჯინებს - ფისუნიასა და ყურშას მულტფილმებიდან ეპიზოდებს უჩვენებდა, რომელიც კრიტიკულ მომენტში წყდებოდა, რის შემდეგაც თოჯინებს შორის იწყებოდა კამათი. „მანანა დეიდა” კამათში ერთვებოდა, ბავშვებისათვის გასაგებად ხსნიდა სიტუაციას, ლოგიკურად ასაბუთებდა სიკეთის უპირატესობას ბოროტებაზე, დასადასტურებლად კი ისევ მულტფილმს იშველიებდა.

გასაგები მიზეზების გამო, ხშირად რუსულ მულტფილმებს უჩვენებდნენ, მაგრამ კლასიკურ მულტფილმებს, ისეთებს, როგორიცაა: “ვინი პუხი”, „ნიანგი გენა”, “აბა, დამაცადე”, „ძია სტიოპა”, „კუზიანი კვიცი”, „ბრემენელი მუსიკოსები”; თუმცა, მაშინ არც ქართული მულტფილმების ნაკლებობას განვიცდიდით (“ჩხიკვთა ქორწილი”, “წუნა და წრუწუნა”, “ბულბულის იუბილე”, “ხელმარჯვე ოსტატი”, „მტრობა”..). ხშირად ბავშვებს უოლტ დისნის უკვდავი შედევრების ნახვის საშუალებაც ჰქონდათ („ფიფქია და შვიდი ჯუჯა”, „კონკია”, „ბემბი”, „პლუტო”, „ტყის სიმფონია”...).

საბჭოთა რესპუბლიკებში არ არსებობდა ტელეგადაცემათა რეიტინგების დადგენის სისტემა და გადაცემათა პოპულარობასა და ეფექტურობას აუდიტორიის გამოხმაურების მიხედვით საზღვრავდნენ. ამ თვალსაზრისით „ცეროდენას ეკრანი” უდავოდ იყო ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული და „ყურებადი” გადაცემა მრავალრიცხოვანი მაყურებლისთვის. თავისი ფორმით ეს გადაცემა მარტივი იყო, მთავარი დატვირთვა სიტყვაზე მოდიოდა. დისკურსი – რა არის ტელევიზიაში მთავარი – ხმა თუ გამოსახულება, არაა ახალი. თუმცა, ყველანაირი განსჯა

მიდის დასკვნამდე, რომ სატელევიზიო პროგრამა მეტად რთული სტრუქტურაა, რომელიც სხვადასხვა თემისა და ფუნქციის მქონე ფაქტორებისაგან შედგება. ამასთან დაკავშირებით საინტერესო მოსაზრება აქვს მეცნიერ ე. ბაგიროვს: „ტელეინფორმაციის გადაცემისას ერთ შემთხვევაში დომინირებულ როლს სიტყვა ასრულებს, სხვა შემთხვევაში კი გამოსახულება“ [22]. ასევე საგულისხმოა მოსაზრება ცნობილი ტელემოღვაწის, ტელეთხრობის ოსტატის ი. ანდრონიკოვისა და კინომცოდნე მ. ანდრონიკოვას ერთობლივი სტატიიდან: „ტელევიზიის საფუძვლად ხედვითი რიგი ითვლება. ჩვენ გთავაზობთ არსებითი კორექტივის შემოტანას: სატელევიზიო ხელოვნების საფუძველი, მისი „ბერკეტი”, მისი „შემობრუნების წრე”, არის მაყურებლისადმი მიმართული სიტყვა“ [23]. ზემოაღნიშნული კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ ტელენაწარმოებს საფუძვლად უდევს სიტყვისა და გამოსახულების ურთიერთმოქმედება, შეთავსება, რომ ცალკეულ გადაცემაში შეიძლება წინა რიგში წამოიწიოს ხან სიტყვამ, ხან კი გამოსახულებამ. „ცეროდენას ეკრანში“ მთელი დატვირთვა სწორედ სიტყვის მნიშვნელობაზე მოდიოდა და ამ ფაქტორის გამოყენებით დიქტორი მ. მაჩაბელი სხვა დიქტორებისაგან გამოირჩეოდა. იგი ტელევიზიაში დამკვიდრებულ და მიღებულ თეატრალურ ხერხებს (დეკლამაცია, უტრირებული თამაში) გაემიჯნა და ზუსტი სატელევიზიო თამაშის ხერხი მოძებნა. მისი ხმა, ინტონაცია უფრო ინტიმური, ზომიერი იყო, მისი სამსახიობო „შეფასებები“ ზუსტად იყო გამიზნული ყოველი კადრისთვის. მანანა მაჩაბელი თოჯინებს ისე ექცეოდა, როგორც სულიერ, თანასწორ არსებებს, რაც ბავშვებში ნდობის ფაქტორს ზრდიდა და, აქედან გამომდინარე, მათ არც დიქტორის დიდაქტიკურ–აღმზრდელობითი ტონი აღიზიანებდათ.

ყოველ საღამოს პატარა ტელემაყურებლები მოუთმენლად ელოდებოდნენ „მანანა დეიდას” და ტელეეკრანებთან მოკალათებულები მოჯადოებულივით უყურებდნენ მას. გადაცემა სულაც არ იყო გაჯერებული ვიზუალური მასალით, როგორც აღვნიშნეთ, აქ მთავარი სიტყვის ფაქტორი იყო. სიტყვა კი, როგორც კომუნიკაციის საშუალება, ისტორიულად ყველაზე ადრე ჩამოყალიბდა. იგი აზრს გამოხატავს ისეთი სისრულით, როგორიც არც ერთ სხვა გამოსახვით საშუალებას არ ძალუძს. ფსიქოლოგების მოსაზრებით, გამოსახულება ქვეცნობიერზეა მიმართული, სიტყვა კი – ცნობიერებაზე. „ცეროდენას ეკრანში” დიქტორის სიტყვას თან ახლდა ჟესტი და მიმიკა, რომელიც „მანანა დეიდას” ნათქვამს განსაკუთრებულ გამომსახველობას ანიჭებდა. აქვე საგულისხმოა ირაკლი ანდრონიკოვის მოსაზრება: „მთელი ქცევა მოსაუბრე ადამიანისა – პაუზები მეტყველებისას, დაუდევრად წამოსროლილი ფრაზები, ღიმილი, სიცილი, გაოცებული გამომეტყველება, მოღუშული წარბები - ყველაფერი ეს ზრდის ხმიერი სიტყვის ტევადობას, ავლენს ახალ და ახალ რეზერვებს, ანიჭებს მას არაჩვეულებრივ

თვალსაჩინოებას, ემოციურობას“ [24]. ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით შეიძლება აიხსნას, რით იყო განპირობებული „ცეროდენას ეკრანის» წარმატება და წარმატებული რომ იყო ეს გადაცემა, ამაზე ის ფაქტიც მეტყველებს რომ მან (შემდგომში მას „ძილისპირული” ეწოდა) ქართულ ტელესივრცეში 30 წელი იარსება.

&2. საბავშვო ტელემაუწყებლობის განვითარება

50-60-იან წლებში ბავშვებისათვის მრავალფეროვანი გადაცემები მომზადდა. ამავე პერიოდს უკავშირდება ტელევიზიით პირველად უცხო ენის სწავლების დაწყება. „ 1960 წ. 10 იანვრიდან დაიწყო ინგლისური ენის გაკვეთილების გადაცემა, რამაც ხელი შეუწყო ტელემაყურებლის მიზიდვას და უცხო ენით დაინტერესებას“ [25], მაგრამ საბავშვო ტელემაუწყებლობას საერთო ბადეში ჯერ კიდევ არ ჰქონდა სტაბილური დრო და ადგილი, არ იყო ზუსტად განსაზღვრული საბავშვო პროგრამების დიფერენციაცია ასაკის მიხედვით და არც საბავშვო თემატიკა იყო სრულყოფილად ჩამოყალიბებული.

ამავე დროს, მოთხოვნები ტელევიზიის მიმართ სულ უფრო და უფრო იზრდებოდა. კომპარტია განსაკუთრებულ როლს ანიჭებდა მასმედიის საშუალებებს. საქართველოს კომპარტიის ცენტრალური კომიტეტის მდივანი დ.სტურუა ასე უპატაკებდა საქართველოს კპ თბილისის კომიტეტის მეორე პლენუმს: „გაზეთებმა, ჟურნალებმა, რადიომ და ტელევიზიამ რამდენადმე გაუმჯობესეს მუშაობა იდეოლოგიური პროპაგანდის დარგში... შემოღებულია ახალი რუბრიკები და გადაცემათა ციკლები, რომლებიც ხელს უწყობენ საბჭოთა ადამიანების მეცნიერული მსოფლმხედველობის, კომუნისტური მორალის ჩამოყალიბებას... მაგრამ ეს ჯერ კიდევ არ არის საკმარისი. ჯერჯერობით არ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ჩვენი პრესის, რადიოს და ტელევიზიის მუშაობა სავსებით შეესაბამებოდეს იდეოლოგიური მუშაობის დღევანდელ მოთხოვნებს“ [26].

პლენუმის მონაწილენი მიუთითებდნენ, რომ სოციალისტურ და კაპიტალისტურ სამყაროს შორის ბრძოლა უაღრესად იყო გამწვავებული, რომ საჭირო იყო სოციალისტური მიღწევების გააზრებული პროპაგანდა. ამ საქმეში პარტიულ ორგანიზაციებთან ერთად უდიდესი პასუხისმგებლობა ეკისრებოდათ: კულტურის სამინისტროს, ბეჭდვით სიტყვას, კინემატოგრაფს, თეატრს, რადიოსა და ტელევიზიის სახელმწიფო კომიტეტს.

პლენუმმა საჭიროდ მიიჩნია ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოებების დასაბუთებული, საქმიანი კრიტიკა. კრიტიკის ქარცეცხლში მოჰყვა გაზეთი „ლიტერატურული

საქართველო“, რომელიც, პლენუმის მონაწილეთა აზრით, „ხშირად ბეჭდავდა ბუნდოვან, მხატვრულად სუსტ, უიმედობის, სევდის გამომხატველ ლექსებს“ [27].

როგორც იმ პერიოდში იყო მიღებული, ლიტერატურისა და ხელოვნების დაშორებას ცხოვრებისაგან, სოციალისტური რეალიზმის პრინციპებიდან გადახვევას პარტიულ ყრილობებსა და პლენუმებზე ხშირად აკრიტიკებდნენ მუშათა კლასისა და კოლმეურნე გლეხობის მოწინავე წარმომადგენლები. პარტიული იდეოლოგების გათვლით, მათი კრიტიკა უფრო დამაჯერებელი და „ბუნებრივად“ აღსაქმელი უნდა ყოფილიყო შემოქმედებითი ინტელიგენციისათვის. საქართველოს კპ თბილისის კომიტეტის II პლენუმზე ეს მისია ვ. ლენინის სახელობის ელმავალსაშენებელი ქარხნის მუშას გ. აბიაშვილს დაეკისრა: „რას აძლევს ადამიანს პროზის ისეთი ნიმუშები, როგორიც არის თ. ჭილაძის „აჰა, მიიწურა ზამთარი“, ნ. წულეისკირის „ბარკლაი დე ტოლის სიზმრები“, რ. ჭეიშვილის „ჩემი მეგობარი ნოდარი“... საჭიროდ მიგვაჩნია შემოქმედებითი მუშაკები ხშირად გვეწვიონ, გაეცნონ ჩვენს მოწინავე ადამიანებს, დაგვეხმარონ უკეთ ცხოვრებასა და შრომაში. შემოქმედი ყურმოკრული ამბებით არ უნდა საზრდოობდეს და მაშინ ასე ცოტა არ იქნება გმირული მუშათა კლასისადმი მიძღვნილი მაღალმხატვრული ნაწარმოები“ – აცხადებდა იგი [28].

პლენუმმა ლიტერატურისა და ხელოვნების მუშაკებისაგან მოითხოვა, იდეური აღზრდის ყველა საშუალება გამოეყენებინათ, რათა აღუდგნენ წინ გახრწნილი ბურჟუაზიული იდეოლოგიის ზეგავლენის ყოველგვარ ცდას... განსაკუთრებით ხაზი გაესვა პრესის, რადიოსა და ტელევიზიის მუშაობის მკვეთრად გაუმჯობესების აუცილებლობას: „პრესა, რადიო, ტელევიზია, კინოს პროპაგანდა უნდა დაემორჩილოს მშრომელთა სწორად აღზრდის ინტერესებს“ [29]. ზემოაღნიშნული პლენუმის შემდეგ საქართველოს ტელემაუწყებლობაში რეფორმები დაიწყო, რაც საბავშვო რედაქციასაც შეეხო. ამ პერიოდში, საბავშვო პროგრამების მთ. რედაქტორად თ. ნაცვლიშვილი მუშაობდა, რომელიც 1976 წლის მაისში ე. იბერმა ჩაანაცვლა (იგი მანამდე საქართველოს ტელემაუწყებლობის პროგრამების დირექტორი იყო). მისმა პროფესიონალიზმმა სასიკეთო გავლენა იქონია საბავშვო ტელემაუწყებლობის განვითარებაზე. ე. იბერმა მნიშვნელოვანი კორექტივები შეიტანა არა მხოლოდ საბავშვო რედაქციაში, არამედ, ზოგადად საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის სტრატეგიაში. მან პირველმა მოითხოვა საბავშვო პროგრამების რამდენჯერმე გამეორება, რადგანაც ზუსტად განსაზღვრა გამეორების მნიშვნელობა. ამერიკელი ტელემკვლევარი ა.ალექსანდრისი სტატიაში „ბავშვები და ტელევიზია“ წერს: „პარტნიორები - ამ შემთხვევაში ვინც ყიდულობს და ქმნის პროგრამებს, ითვალისწინებენ ბავშვების სულიერ მოთხოვნილებებს და ანგარიშს უწევენ მათ. პარტნიორები

თვლიან, რომ გამეორება გართობისა და განათლების საფუძველია, რაც მრავალგზისაა გამოცდილი და დადასტურებული“ [30].

ე. იბერის მოსვლის შემდეგ საბავშვო რედაქციაში დაიწყო მკვეთრი დიფერენციაცია ასაკის მიხედვით. შეიქმნა სამი მიმართულება:

1. უმცროსკლასელთათვის გადაცემების განყოფილება;

2. უფროსკლასელთათვის გადაცემების განყოფილება;

3. პროფტექნიკური განათლების გადაცემათა ჯგუფი (1976 ოქტომბრიდან).

უშუალოდ ე. იბერის ხელმძღვანელობით განხორციელდა გადაცემათა ციკლი „ჯანმრთელობა და ხუთიანი”. გადაცემების გადაღებები თბილისის სხვადასხვა სკოლების კლასებში მიმდინარეობდა. წამყვანები: გ. არსენიშვილი, კ. გაბაშვილი, პ. მარგველაშვილი, ჰ. მელაშვილი ცდილობდნენ ბავშვებისათვის საინტერესო თემებზე უშუალოდ ესაუბრათ და გადაცემები დიალოგის ფორმატში წარემართათ. პროექტს მანამდე არსებული საბავშვო გადაცემებისგან განსხვავებით მეტი დამაჯერებლობა ჰქონდა, რასაც ორი ფაქტორი განაპირობებდა: ერთი მხრივ ზემოთაღნიშნული წამყვანების პიროვნული თვისებები და მეორე მხრივ ზუსტად შერჩეული გადასაღები ობიექტი. სასკოლო კლასებში ის განწყობა, ატმოსფერო სუფევდა, რომელშიც ბავშვები თავს კომფორტულად და ორგანულად გრძნობდნენ, რის გამოც წამყვანებს მათთან ურთიერთობა უადვილდებოდათ და მოსწავლეებიც ბოლომდე იხსნებოდნენ. ამის მაგალითად გამოდგება ამ ციკლის ერთ-ერთი გახმაურებული გადაცემა, რომელიც ი.ჭავჭავაძის 40 წლის იუბილეს მიეძღვნა (1977). გადაცემა მიჰყავდა მწერალ ა. სულაკაურს, რომელიც ბავშვებს პოემა “განდეგილზე” ესაუბრებოდა. გადაცემის ჩაწერისას მოსწავლეები თავისუფლად ჩაერთვნენ მსჯელობაში და მოულოდნელად წამყვანს თამამად განუცხადეს, განდეგილის დაღუპვის მიზეზი მისი მცირედ მორწმუნეობა იყო და სხვა არაფერიო (მას რწმენა შეერყა და ღმერთის არსებობაში ეჭვი შეეპარა). მოსწავლეების განაცხადმა ერთგვარად შეარყია სკოლებში მიღებული სწავლების კლიშეები, რამაც ქართული საზოგადოების დიდი ინტერესი გამოიწვია. ეს იყო ტელევიზიით რეალური ცხოვრების ასახვის მცდელობა. ამ დროისთვის საბავშვო გადაცემების ნაწილი, კონკრეტულად კი – „ცეროდენას ეკრანი”, „მულტპანორამა” და „ჯადოსნური ეკრანი”, კინორედაქციაში მზადდებოდა. ფორმისა და შინაარსის თვალსაზრისით დაიხვეწა გადაცემათა ციკლი „სკოლების დასახმარებლად”. ეს იყო გაკვეთილების ფორმით გადაწყვეტილი შემეცნებითი პროგრამა, შესატყვისი ვიზუალური გამოსახულებით, დადგმითი ელემენტებით, შეჯიბრითა და სახალისო თამაშებით. სწორედ ამ გადაცემის ფორმამ განაპირობა სამეცნიერო რედაქციაში შექმნილიყო სასწავლო განყოფილება, სადაც შემდეგ საბავშვო

გადაცემების ნაწილი გადავიდა: „მსოფლიოს გზებსა და გზაჯვარედინებზე", „მსოფლიოს შვიდი საოცრება", „ვიმოგზაუროთ დედამიწის გარშემო" (ამ გადაცემის საფუძველზე შეიქმნა შემდგომში გადაცემა „გლობუსი", რომელიც 39 წლის განმავლობაში ყოველ კვირადღეს გადიოდა ეთერში).

სასწავლო განყოფილება მყარად დამკვიდრდა ტელევიზიაში და წლების განმავლობაში საბავშვო რედაქციასთან ერთად აქტიურად მონაწილეობდა მოზარდთა აღზრდასა და იდეურ ჩამოყალიბებაში. სწორად განსაზღვრულმა რეორგანიზაციამ საბავშვო რედაქცია უფრო კომპაქტური გახადა და მართვის ერთ სისტემაში მოაქცია. 1973 წლის თებერვალში, მოსკოვში, პედაგოგიურ მეცნიერებათა აკადემიამ და ცენტრალური ტელევიზიის საბავშვო პროგრამებმა პირველი საერთაშორისო კონფერენცია ჩაატარეს თემაზე: "ტელევიზია და ბავშვები", სადაც მკაცრად დაიგეგმა თემატიკა. ამასთანავე, განისაზღვრა არა მხოლოდ ის, თუ ვისთვის მზადდებოდა გადაცემა, არამედ ის, თუ ვის ან რის წინააღმდეგ მზადდებოდა. კომპარტიის გენერალურმა მდივანმა ლ. ბრეჟნევმა დამსწრე საზოგადოებას მოუწოდა: "ჩვენ უნდა განვიხილოთ ის პრობლემები, რომლებიც პედაგოგების წინაშე დგას, ამასთანავე, უფრო მიზანდასახულად ჩავაყენოთ ჩვენს სამსახურში რადიო და ტელევიზია... ტექნიკურმა რევოლუციამ თან მოიტანა აღზრდის ახალი საშუალებანი: თეატრი, რადიო, კინო და ტელევიზია, რომლებიც პასუხისმგებლები არიან მომავალი თაობის განვითარების საქმეში. ერთი მხრივ, თავიდან უნდა გადავხედოთ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს და, მეორე მხრივ, უნდა მკაფიოდ განისაზღვროს რადიოსა და ტელევიზიის ამოცანები ბავშვებისა და ახალგაზრდების აღზრდის საქმეში" [31].

აღნიშნულ კონფერენციაზე სამი გენერალური საკითხი დაისვა: ტელევიზიის ზემოქმედების გაძლიერება ბავშვებზე; პედაგოგიური მოთხოვნების განსაზღვრა და შემდგომ საუკეთესო მოთხოვნების გამოყენება; მშობლებისა და სკოლის გამოცდილების გათვალისწინება საბავშვო გადაცემების შინაარსისა და ფორმის გადაწყვეტაში. ეს ის ძირითადი საკითხები და მიმართულებები იყო, რომელიც უნდა განხორციელებულიყო პედაგოგების, მეცნიერ-თანამშრომლებისა და ტელემუშაკების ერთობლივი ძალისხმევით.

კონფერენციაზე მიიღეს გადაწყვეტილება, რომ ყურადღება გამახვილებულიყო არა მხოლოდ შინაარსზე, არამედ ფორმაზეც. გაიხსენეს ს. ეიზენშტეინის სიტყვებიც - ფორმა ყოველთვის იდეოლოგიააო. შეთანხმდნენ, რომ საბავშვო პროგრამებისთვის ეს ფაქტორი გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენდა. საქართველოს ტელევიზიის საბავშვო რედაქციამ ზუსტად აუღო ალღო კონფერენციაზე მიღებულ დადგენილებებს და მთელი მუშაობა ამ მიმართულებით

წარმართა. შეიქმნა ერთგვარი „სტუდია სტუდიაში”, ძირითადი აქცენტები სანახაობითობაზე და ახალ ფორმებზე კეთდებოდა. დაზუსტდა მიმართულებები: მხატვრული და პუბლიცისტური. მზადდებოდა ორი სახის გადაცემა: ბავშვებზე (პრობლემები, დიდაქტიკურ-აღმზრდელობითი გადაცემები) და ბავშვებისათვის (ამ შემთხვევაში გადაცემები თავად ბავშვებს მიჰყავდათ, თამაშობდნენ დადგმებში, მღეროდნენ, ცეკვავდნენ. ერთი სიტყვით, თვითონ იყვნენ გადაცემის პატრონები, „დიდები” მათ მხოლოდ ეხმარებოდნენ). ე.იბერის სტრატეგიამ საბავშვო რედაქცია მთელ ტელევიზიაში ერთ-ერთ ყველაზე საინტერესო რედაქციად, ექსპერიმენტების ადგილად აქცია, თუმცა ისევ მზადდებოდა სავალდებულო იდეოლოგიური გადაცემები („კომკავშირული აქტივის ტრიბუნა”, „ისინი შრომით ადიდებენ სამშობლოს”, „კომკავშირული ცხოვრება”, „ჩვენი პრესკონფერენცია” და თემატური სატელევიზიო ჟურნალები („კოცონი”, „ცისარტყელა”, „ვარსკვლავი”, „შენი თანატოლი”, „ჯადოსნური საღებავი”, „სამფერა ჩემი მეგობარი”, „ჩვენი სადისკუსიო კლუბი”, „ბურატინოს გამოფენა”), რომელთა ფონზეც იდეოლოგიურმა გადაცემებმა უკანა რიგში გადაიწია.

ცალკე უნდა აღინიშნოს ინტელექტუალური თამაში „ცხრაკლიტული” (1974–1975), რომელიც თავისი არსით და ფორმის გადაწყვეტითაც ინოვაციური იყო (ავტორი - ლ. ჩიქვანაია, რეჟისორი - შ. ქარუხნიშვილი, რედაქტორი - ნ. გუნიავა). „ცხრაკლიტული” ქართული საბავშვო მაუწყებლობის განვითარების ერთ-ერთი საფეხური და მნიშვნელოვანი ეტაპი აღმოჩნდა. იგი ეთერში ყოველი თვის ცხრა რიცხვში, ზუსტად ცხრა საათსა და ცხრა წუთზე გადიოდა. თავდაპირველად გადაცემაში მხოლოდ თბილისის ცხრა სკოლის ცხრა სადროშო მონაწილეობდა, მაგრამ დროთა განმავლობაში პროგრამაში მთელი საქართველო ჩაერთო.

თამაში ტელევიზიის პირველ სტუდიაში მიმდინარეობდა. სპეციალურად შეიკერა უზარმაზარი პანორამა, რომელიც მხატვარმა თ. გოცაძემ ქართული ორნამენტებით, ანბანით, მსოფლიოს გამოჩენილ ადამიანთა პორტრეტებით მოხატა. ამავე პანორამაზე გამოსახული იყო ფიზიკის, გეომეტრიის, ალგებრის ის ფორმულებიც, რომლებმაც უდიდესი როლი ითამაშეს კაცობრიობის განვითარების ისტორიაში. სტუდია მთლიანად იყო ათვისებული. ერთ მხარეს სამი უზარმაზარ ჭიშკრიანი ზღაპრული გამოქვაბული აშენდა. ჭიშკრები ჯადოსნური ბოქლომებით იყო ჩაკეტილი. ერთ-ერთი გამოქვაბულის თავზე ნაფიც მსაჯულთა, ანუ ჟიურის ცხრა სკამი იდგა. პავილიონის მეორე ნაწილში მაყურებლისთვის განკუთვნილი სკამები იყო განლაგებული.

„ცხრაკლიტული” შეჯიბრი იყო – ბავშვები ერთმანეთს ლიტერატურის, ხელოვნების და მეცნიერების სხვადასხვა დარგის ცოდნაში ეჯიბრებოდნენ. გადაცემა გუნდური თამაშის

პრინციპზე იყო აგებული. ფინალში, გამარჯვებული სადროშოს წინაშე ცხრაკლიტულის კარი იღებოდა და ნანატრი ჯადოსნური „ზურმუხტი" (პრიზი) მას რჩებოდა. პრიზი საკმაოდ სოლიდური საჩუქრებით აღინიშნებოდა. ეს იყო უამრავი წიგნი და, რაც მთავარია, საგზურები მოსკოვსა და რუმინეთის სახალხო რესპუბლიკაში სამოგზაუროდ.

შეიძლება ითქვას, რომ „ცხრაკლიტული" იდეითა და ფორმის გადაწყვეტით ქართულ ტელესივრცეში პირველი ინტელექტუალური ეროვნული პროექტი იყო, რომელიც სასარგებლო იყო არა მხოლოდ გადაცემაში მონაწილე, არამედ, ათასობით ტელემაყურებელი ბავშვებისთვისაც. შემდგომში ე. იბერის ხელმძღვანელობით (1978) კიდევ ერთი საბავშვო ინტელექტუალური სატელევიზიო თამაში „სატურნი" მომზადდა, თუმცა მან ტელემაყურებლებში ისეთი პოპულარობა ვერ მოიპოვა. ამ ფაქტზე საგანგებოდ უნდა გამახვილდეს ყურადღება, რადგანაც დღეს ტელეკომპანია „რუსთავი 2"-ის ეთერში, ყოველკვირეულად გადის ინტელექტუალური თამაში „ყველაზე ნიჭიერი", რომლის ფორმატი გადმოღებულია უცხოური ტელევიზიისგან. ეს გადაცემა, „ცხრაკლიტულისგან" განსხვავებით, ყოვლად უსახურ სტუდიურ გარემოში მიმდინარეობს. ბავშვები რობოტებივით დგანან პულტებთან და ისეთი სისწრაფით პასუხობენ კითხვებს, რომ ხშირად ზრდასრული მაყურებელიც ვერ ასწრებს კითხვისა და პასუხის აღქმას - ვერც სმენით და ვერც თვალით. როდესაც ერთმა კონკურსანტმა გადაცემის წამყვანს (ნ.ხოშტარიას) მორიდებით უთხრა, რომ სისწრაფისაგან იმასაც ვერ პასუხობს სწორად, რაც ძალიან კარგად იცის, მან განუმარტა, რომ დღევანდელი ცხოვრება არსებობისა და დამკვიდრებისათვის მხოლოდ ასეთი ტემპებით აზროვნებას საჭიროებს. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ვიფიქროთ, რომ „ყველაზე ნიჭიერი" ისაა, ვინც სწრაფია! რა თქმა უნდა, შეჯიბრში სისწრაფე ერთ-ერთი არსებითი ფაქტორია, მაგრამ არანაკლებ მნიშვნელოვანია რომ ტელემაყურებელ ბავშვებს უამრავ საინტერესო კითხვებზე პასუხები გაეგოთ და დაემახსოვრებინათ. მაშინ „ყველაზე ნიჭიერს" საგანმანათლებლო ფუნქციაც ექნებოდა შეთავსებული.

უცხოური გადაცემების ანალოგების მომზადებისას უაღრესად მნიშვნელოვანია შემოქმედებითი ინდივიდუალობის შენარჩუნება და საკუთარი აუდიტორიის სპეციფიკაზე ორიენტირება. მასკულტურის შეუზღუდავ გავლენას, პირველ რიგში, უნიფიცირების საფრთხე ახლავს. იტალიის, იაპონიის, ჩინეთისა და ბევრი სხვა ქვეყნის ტელემაუწყებლობა გონივრულად უპირისპირდება ამ საფრთხეს, პირველ რიგში, სწორედ ბავშვებისა და მოზარდებისათვის განკუთვნილი ორიგინალური პროდუქციის თავისთავადობით.

დისერტაციის ამ თავში საბავშვო ტელეპროგრამებზე სწორხაზოვანი კომუნისტური იდეოლოგიის ზეგავლენა და ზეწოლაა გაანალიზებული, რომლის ერთ-ერთი მთავარი მიზანი იყო საბჭოეთის მომავალი თაობის „ერთ თარგზე მოჭრა", ერთიანი სულისკვეთებით ჩამოყალიბება, მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ საბჭოთა იდეოლოგიის ძლიერი წნეხის ქვეშ მაინც ხერხდებოდა ეროვნული თვითმყოფადობის გამომხატველი ტელეპროდუქციის შექმნა. საბავშვო რედაქციის გადაცემები, საერთო ჯამში, იყო თემატურად და ჟანრობრივად დაბალანსებული. ფაქტობრივად, ეს იყო ერთგვარი „სტუდია სტუდიაში", ანუ ბავშვებისათვის ყველა სახის გადაცემა მზადდებოდა, რაც ზოგადად ტელევიზიაში იქმნებოდა, საინფორმაციო გადაცემების გარდა. ეს იყო საბავშვო მაუწყებლობის განვითარების პირველი საეტაპო პერიოდი, რომელმაც შემდგომ მის განვითარებაზე სერიოზული კვალი დატოვა.

ამ პერიოდში მოზარდებისთვის მზადდებოდა ორი დიამეტრალურად განსხვავებული გადაცემა თეატრზე – ერთი მათგანი იყო სასწავლო რედაქციის გადაცემა: „რა უნდა ვიცოდეთ თეატრის შესახებ", რომელიც თეატრმცოდნე ნ. ურუშაძეს მიჰყავდა. ეს წარმოადგენდა ტიპურ დისკუსიას, ანალიტიკურ-პუბლიცისტური ჟანრის გადაცემას თეატრზე. ამ ჟანრში აზრის თანდათანობით განვითარება მიმდინარეობს განსხვავებული თვალსაზრისების შეჯახებით. კონფლიქტის გადაწყვეტა კი ყველაზე დამაჯერებელი არგუმენტების წარმოდგენით ხდებოდა. გადაცემაში მიწვეული პროფესიონალები რიგ-რიგობით ხსნიდნენ სამსახიობო თუ სარეჟისორო პროფესიულ საიდუმლოებებს.

ეს იყო თეატრალური ხელოვნების, ამა თუ იმ პოპულარული რეჟისორისა თუ მსახიობის შემოქმედების სიღრმისეული ანალიზი, სპექტაკლის დეტალური განხილვა მისი იდეურ-თემატური ჩანაფიქრიდან მხატვრული გადაწყვეტის ჩათვლით, შესაბამისი საკვანძო ფრაგმენტების ჩვენებით. დისკუსია გარკვეულწილად გამოირჩეოდა სტატიკურობით, მაგრამ მასში ფართოდ იყო გამოყენებული სხვადასხვა დამხმარე საშუალებები (უნიკალური ფოტომასალა, დოკუმენტები, საარქივო კადრები), რაც ქმნიდა შინაგან დინამიკას და განაპირობებდა ამ გადაცემის პოპულარობას არა მხოლოდ მოსწავლეებში, არამედ, ფართო საზოგადოებაშიც.

რაც შეეხება მეორეს – საბავშვო რედაქციაში მომზადებულ გადაცემას თეატრზე, ბევრი სათქმელი არაფერია, რადგანაც ეს იყო სუსტი, დრამატურგიულად გაუმართავი, გაურკვეველი ჟანრისა და ფორმის ტელეპროდუქცია, რის გამოც ეკრანიდან მალევე გაქრა.

ამ პერიოდის კიდევ ერთი გახმაურებული გადაცემის წარმატების ერთ-ერთი განმაპირობებელი ფაქტორი იყო რეჟისორის პროფესიონალიზმი (რეჟისორი ლ. ცერცვაძე). 1977

წლის 1 იანვარს ეთერში გავიდა „მხიარული სასტუმრო“. ეს იყო დადგმითი ხასიათის გადაცემა, რომლის წამყვანები იყვნენ: გ. ჭირაქაძე და მ. მახარაძე. გასართობ–აღმზრდელობით გადაცემაში უამრავი ქორეოგრაფიული და ვოკალური საბავშვო ანსამბლი მონაწილებდნენ. ნიჭიერ ბავშვებთან ერთად გამოდიოდნენ ცნობილი მსახიობები და პოპულარული ადამიანები (ე. მანჯგალაძე, გ.ბერიკაშვილი, გ, ფერაძე და სხვ.). სანახაობაში ყველაზე ფასეული სიახლე იყო. სატელევიზიო ეთერი ეთმობოდა განსხვავებული შემოქმედებითი ნიჭით დაჯილდოებულ მოზარდებს (მაგალითად, ნინო ანანიაშვილმა პირველად ამ გადაცემაში იცეკვა).

გადაცემა სხვადასხვა ცნობილ სახეებს მიჰყავდათ. მათი ინდივიდუალობიდან გამომდინარე სატელევიზიო გადაცემის ხასიათი თვისობრივად იცვლებოდა. „მხიარული სასტუმრო“ მკაფიოდ გამოხატული ქართული ცნობიერების დამამკვიდრებელი იყო. აქ აჩვენებდნენ პირველად ფრაგმენტებს თეატრალური, საოპერო და საბალეტო სპექტაკლებიდან, უნიკალური ქართული ფოლკლორის ნიმუშებს და თანამედროვე ქართულ სიმღერასა თუ ცეკვას. იმავდროულად, სანახაობა პროპაგანდას უწევდა ეროვნულ კულტურას და წარმოაჩენდა ნიჭიერ ახალგაზრდებს.

თავისი სტრუქტურით „მხიარული სასტუმრო“ სანახაობითი შოუს ელემენტებს მოიცავდა (თვალისმომჭრელი დეკორაცია, სიმღერა, ცეკვა, თეატრალური ელემენტები და იშვიათი ნიჭიერების მქონე წამყვანები, რომლებსაც შეეძლოთ ერთიანი სანახაობის შექმნა). გასართობ შოუში უფრო მნიშვნელოვანი სწორედ სამსახიობო ოსტატობაა, ვიდრე ჟურნალისტური უნარ-ჩვევები. „მხიარულმა სასტუმრომ“ მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა არა მხოლოდ საბავშვო, არამედ ზოგადად ქართული ტელემაუწყებლობის განვითარებაში.

საბავშვო რედაქციაში კიდევ რამდენიმე მნიშვნელოვანი გადაცემა მომზადდა. ერთ-ერთი მათგანი, „ჯადოსნური საღებავი“, მაგალითი იყო იმისა, თუ როგორ შეიძლებოდა მრავალათასიან ტელეაუდიტორიასთან მუშაობა. გადაცემის სიუჟეტი აგებული იყო ტელემაყურებელი ბავშვებისაგან გამოგზავნილი ნახატების მიხედვით. ავტორებმა მიზნად დაისახეს ბავშვებში განევითარებინათ მხედველობითი მეხსიერება, დაკვირვების უნარი, გემოვნება, ფანტაზია. პროგრამა მიზნად ისახავდა ბავშვების ესთეტიკურ აღზრდას. რადგანაც ეს სანახაობით-შემეცნებითი გადაცემა სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისთვის იყო გამიზნული, საუბრებიც ეხებოდა ფერწერის დაწყების ელემენტარულ წესებს. გადაცემა-თამაში ბავშვებს ძალიან მოსწონდათ, რადგანაც წამყვანი გოგი გვახარია (ეს ტელევიზიაში მისი პირველი გადაცემა იყო, რომელიც 1985 წლიდან მიჰყავდა) მეტად არაორდინალური იყო. იგი ბავშვებთან ადვილად ამყარებდა კონტაქტს და ისეთი უშუალო იყო, რომ ისინი ყოველგვარი დაძაბულობის

გარეშე ესაუბრებოდნენ. მაგალითად, ერთი ასეთი ეპიზოდი გადაცემიდან: გოგიმ სტუდიაში მისული ბიჭუნას ნახატი დაათვალიერა და უთხრა: იცი, აქ პროპორციები მგონი დარღვეულია, აბა ყურადღებით დააკვირდი, ეს კაცი ჩოჩორზე რომ ზის, ცხოველზე ბევრად დიდი ხომ არ არის? არაფერიც, ეს კაცი ბოროტია და ჩოჩორს აწვალებს, – უპასუხა ბიჭუნამ. გოგიმ გაუღიმა და აუხსნა, რომ შესაძლებელია ხელოვნებაში კანონები დაირღვეს, რადგანაც ყველა კანონი პირობითია, თუმცა, მათი ცოდნა აუცილებელიაო. ავტორები გადაცემიდან გადაცემამდე ახალ-ახალ შემოქმედებით გადაწყვეტას ეძებდნენ, ამდიდრებდნენ სატელევიზიო ხერხებს, შედეგიც სახეზე იყო გადაცემაში უამრავი ბავშვი მონაწილეობდა და მასში თითქმის მთელი საქართველოს ტელეაუდიტორია იყო ჩართული.

ასევე მასობრივი და პოპულარული იყო გადაცემათა კიდევ ერთი ციკლი, „მუსიკის მოყვარულთა კლუბი“, რომელსაც ცნობილი დირიჟორი ჯანსუღ კახიძე უძღვებოდა. ეს ტიპური შემეცნებით-საგანმანათლებლო პროგრამა იყო. ჯ. კახიძე საკონცერტო დარბაზში ბევრი ბავშვის თანდასწრებით ატარებდა მუსიკის გაკვეთილებს. ჯერ სრულდებოდა მუსიკალური ნაწარმოები და შემდეგ ხდებოდა მისი ანალიზი. ცხადია, დარბაზში მყოფ ბავშვებს კითხვები უჩნდებოდათ, რაზეც მაესტრო დაწვრილებით, მათთვის გასაგებად პასუხობდა. გადაცემათა ციკლი მსს-ით (მოძრავი სატელევიზიო სადგური) იწერებოდა და პირდაპირ ეთერში გადიოდა. პირდაპირი ეთერი საბავშვო ტელეაუდიტორიაში თანდასწრების ეფექტს აძლიერებდა, რაც იმის საწინდარი გახდა, რომ ასეთმა „ცოცხალმა გაკვეთილებმა“ უამრავი ბავშვი აზიარა კლასიკურ, ქართულ ეროვნულ მუსიკას, და თუ სიღრმისეული ცოდნა ვერ მიიღეს ამ სფეროში, კარგ გემოვნებიან მსმენელებლად მაინც ჩამოყალიბდნენ. გადაცემის წარმატების ღერძი თავად ჯ. კახიძე იყო, რომელიც წამყვანისათვის ყველა საჭირო თვისებას ფლობდა, ღრმა პროფესიონალიზმითა და საოცარი არტისტული ხიბლით გამოირჩეოდა. თუმცა, საზოგადოებისთვის კარგად ცნობილი ჯ. კახიძე ამ გადაცემით სულ სხვა ასპექტით წარმოჩნდა, როგორც ქართული მუსიკის პროპაგანდისტი და წამყვანი.

ტელევიზია იდეაში, ასე ვთქვათ, ადამიანის პიროვნების მნიშვნელობას ამკვიდრებს, ფართო საზოგადოებასთან კონტაქტში უშუალოდ ავლენს მის ინტიმურ ხასიათს.

სანახაობითი ეკლექტური პროგრამა - „ათი ათასად ზრდილობა“ დადგმით ელემენტებს, რეპორტაჟებს და ინტერვიუებს მოიცავდა. გადაცემა ბავშვებს ზრდილობის გაკვეთილებს, ყოველდღიურ ყოფაში საჭირო ეთიკის ელემენტარულ წესებს ასწავლიდა. „ათი ათასად ზრდილობა“ თავად ავტორს, გუჩა კვარაცხელიასა და მოზარდ ბიჭუნას მიჰყავდათ. გადაცემის ჩანაფიქრი კარგი იყო, მაგრამ მას აკლდა უშუალობა, ბუნებრიობა; დადგმითი ეპიზოდები

ხშირად ბანალური იყო, ინტერვიუები ბავშვებთან - ნაძალადევი და ყალბი; აშკარა იყო ე.წ. იდეოლოგიური ხაზი, დიდაქტიკურ-აღმზრდელობითი ხასიათი. გაზეთ "სოვეტსკაია ლიტერატურაში" წერდნენ: „გადაცემაში ბავშვები თვალნათლივ ხედავენ, რომ კარგად აღზრდილი მხოლოდ ზნეობრივ ადამიანს შეიძლება უწოდო. ავტორები ბავშვებს თვალსაჩინოებისათვის ფილმიდან საკვანძო მომენტებს უჩვენებდნენ, შემდეგ კი თხოვდნენ ამა თუ იმ პერსონაჟის საქციელი აეხსნათ და შეეფასებინათ. ასეთი მაგალითებით ავტორები ბავშვებს თანდათან ასწავლიდნენ მორალურ-ეთიკურ ნორმებს, რაც მათ ცხოვრების შესწავლაში დაეხმარებათ. ამიტომაც შემთხვევითი არ არის, რომ სარედაქციო ფოსტაში უამრავი წერილი მოვიდა. ოდესღაც ჯ. როდარიმ წიგნი დაწერა „ფანტაზიის გრამატიკა", სამწუხაროდ, წიგნი მხოლოდ ერთხელ გამოიცა და ბიბლიოგრაფიულ იშვიათობად იქცა, ქართულმა ტელევიზიამ, კერძოდ კი საბავშვო რედაქციამ ამ წიგნის ტელევერსია შექმნა. ეს სატელევიზიო „გრამატიკული" თამაშებია"[32].

დასავლურ სამყაროსთან ცივი ომის პირობებში მყოფი საბჭოთა იდეოლოგები იძულებულნი იყვნენ პროპაგანდისტულ მოძრაობაში აქტიურად ჩაებათ მეცნიერები, შემოქმედებითი ინტელიგენციის წარმომადგენლები, პროფკავშირული და კომკავშირული ხელმძღვანელები და აქტივისტები.

80-იანი წლების შუახანებში, ე.წ. უძრაობის პერიოდში, მთელ საბჭოთა კავშირში ყველა მიმართულებით სტრუქტურული ცვლილებები დაიწყო ახალგაზრდა თაობაში მარქსისტულ-ლენინური მსოფლმხედველობის განმტკიცებისათვის. ეს პროცესი, ბუნებრივია, საქართველოს ტელევიზიასაც შეეხო, სადაც რამდენიმე რედაქციაში, მათ შორის საბავშვოშიც, მთავარი რედაქტორები შეიცვალნენ. საბავშვო რედაქციაში ახალი მთავარი რედაქტორის, თ.ხომერიკის მისვლის შემდეგ პროპაგანდისტულ-დიდაქტიკური გადაცემები, რომლებიც ადრეც მზადდებოდა თვისობრივად აშკარად გაძლიერდა: „კომკავშირული ცხოვრება", „კომკავშირული აქტივის ტრიბუნა", „კომკავშირულ მერიდიანზე", „მოთხრობები ხუთწლედზე", „სსრკ ჩემი სამშობლოა", „ბურჯი ეროვნებისა", „ჩემი კომკავშირი", „მოგითხრობთ პროფესიაზე", „უფროსების მხარდამხარ" და სხვ. ეს პროგრამები უმეტესად უფროსკლასელთათვის მზადდებოდა; მართალია, ზემოთ ჩამოთვლილი გადაცემების ნაწილი ე. იბერის ხელმძღვანელობის დროსაც იყო, მაგრამ მაშინ მათ გვერდით სხვა თემატიკის ჟანრობრივად მრავალფეროვანი, სანახაობითი პროგრამებიც მზადდებოდა, თანაც ყველა ასაკის ბავშვებისათვის, რაც ანეიტრალებდა მოზარდებზე იდეოლოგიურ ზეწოლას. შემდეგ კი დაირღვა ბალანსი ასაკობრივ ჯგუფებსა და მიმართულებებს შორის, გადაცემების 80% აშკარად

პროპაგანდისტული გახდა, რის შედეგადაც საბავშვო რედაქცია მეტისმეტად პოლიტიზებული აღმოჩნდა.

&3. საბავშვო თემატიკა ქართულ სატელევიზიო თეატრსა და ქართულ ტელეფილმში

საქართველოს ტელევიზიაში საბავშვო თემატიკაზე მუშაობა სხვა მიმართულებითაც მიმდინარეობდა. ამაში იგულისხმება სატელევიზიო თეატრი და ტელეფილმების სტუდია. ტელევიზიის განვითარების საწყისი ეტაპიდანვე საქართველოში დადგმების განხორციელება დაიწყო. თავიდან სპექტაკლების დადგმები წმინდა თეატრალური ტექნოლოგიებით მიმდინარეობდა: სამაგიდო რეპეტიციები, შემდეგ რეპეტიციები თეჯირებში და მიზანსცენების აგება დეკორაციებში, გადაღებები კი სპექტაკლის მიმდინარეობის დროს პირდაპირი ეთერით ხორციელდებოდა. დასაწყისისათვის არ ჰქონდათ დიდი დეკორაციები, ძირითადი დატვირთვა მსახიობზე კეთდებოდა. შემდეგში თეატრალური ხელოვნების ფიქსაციის სხვადასხვა საშუალებებიც გაჩნდა. ეს უკვე მრავალკამერიანი გადაღებები იყო, რომლის დროსაც რეჟისორს პულტზე ერთდროულად რამდენიმე (სამი ან ოთხი კამერით) გამოსახულება მიეწოდებოდა. რეჟისორი მიწოდებული კადრებიდან იქვე, სარეჟისორო პულტზევე, „შავი მონტაჟის“ პროცესს ახორციელებდა.

იმ პერიოდში ტელევიზიაში თავისი ძალები მსოფლიოს თეატრისა და კინოს ბევრმა ცნობილმა რეჟისორმა მოსინჯა. ფ. ფელინიმ გადაიღო „ჯამბაზები“, ბერგმანმა „ჯადოსნური ფლეიტა“ და „სცენები ცოლ–ქმრული ცხოვრებიდან“; სატელევიზიო დადგმები განახორციელეს ისეთმა ცნობილმა თეატრალურმა რეჟისორებმა, როგორებიც იყვნენ: ა. ეფროსი, ჟ. ვილარი და სხვ. ამავე პერიოდში სატელევიზიო სპექტაკლის დადგმით ცნობილი ქართველი რეჟისორი მ. თუმანიშვილიც დაინტერესდა, რომელმაც საქართველოს ტელევიზიაში რამდენიმე დადგმა განახორციელა, მათ შორის საბავშვო სპექტაკლი „ჩიპოლინოს თავგადასავალი“ და სხვ. რეჟისორი, როგორც მისი სტატიიდან ირკვევა, ტელეხელოვნებით აღფრთოვანებულა: „ტელეობიექტივს შეუძლია შეაღწიოს ადამიანის ფსიქოლოგიური ცხოვრების ისეთ შრეებში, რომლებშიც თეატრიც კი ვერ აღწევს... ტელეობიექტივი მარტო იმას ხედავს, რაც ახლა აუცილებლად უნდა დაათვალიეროო, განიხილო და აჩვენო თავის ეკრანთან მიყუჩებულ მაყურებელს. ალბათ ამაშია ტელევიზიის ძალა“ [33].

70–იანი წლების დასასრულისთვის ტელევიზიაში უფრო პოპულარული გახდა ვიდეოჩაწერები, რამაც შესაძლებელი გახადა სპექტაკლების ეპიზოდების ნებისმიერი

თანმიმდევრობით ჩაწერა. ხოლო სპექტაკლის გამთლიანება უკვე მონტაჟის დროს ხორციელდებოდა. ცხადია, ეს ტექნოლოგიური პროცესები კინემატოგრაფისთვისაა დამახასიათებელი, სწორედ ამან განაპირობა აზრთა სხვადასხვაობა. გაჩნდა მოსაზრება, ხომ არ იყო ტელევიზია კინემატოგრაფის ერთ–ერთი სახე? ამასთან დაკავშირებით საინტერესოა ფ. ფელინის პოზიცია: „ტელევიზიაში განათებასთან დაკავშირებული ოპერაციები (ეს ჩემთვის ძირითადია) არ არის მთავარი, რამდენადაც იქ არ არის შესაძლებელი გაანათო სახე და ობიექტები მხატვრული და ფსიქოლოგიური აზრით... ნახევარგანათება, ნახევარჩრდილები, კონტრაჟურები – თითქოსდა ეს ეფექტები არასოდეს არსებობდა. ტელევიზიაში ყველაფერი უნდა იყოს მკვეთრი. კინოსთვის მთავარია ექსპრესიული მუშაობა, ტელევიზიაში კი ეს შეუძლებელია და უაზრო“ [34].

სატელევიზიო თეატრი უფრო სინთეზური ხელოვნებაა, ვიდრე თეატრალური სპექტაკლი, რადგან იგი, თეატრალური სპექტაკლებისგან განსხვავებით, კინოენის ელემენტებსაც შეიცავს. საერთო და განმასხვავებელი ნიშნები თეატრალურ და სატელევიზიო სპექტაკლებს შორის ბევრია (ამჯერად ეს საკითხი არაა ჩვენი განხილვის საგანი), მაგრამ მთავარი ისაა, რომ თეატრში მაყურებელი გარკვეულწილად სპექტაკლის მონაწილეა, მაყურებელზე, მის რეაქციაზე ბევრადაა დამოკიდებული სპექტაკლის მიმდინარეობა. მაყურებელი თუ სპექტაკლზე არ მივიდა, ცხადია, სპექტაკლი ჩაიშლება. თეატრალური სპექტაკლი ცოცხალი ორგანიზმია, სატელევიზიო სპექტაკლი კი მაყურებლის ჩარევისაგან დაცულია. ტელესპექტაკლი მოკლებულია „უკუკავშირს“, ე.ი. მაყურებლის ზემოქმედებას მსახიობზე. რეჟისორი და თეორეტიკოსი მ. თუმანიშვილი რამდენიმე სატელევიზიო სპექტაკლის განხორციელების შემდეგ, სტატიაში “ტელევიზიის შესახებ“ წერს: „შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ტელეფილმები, ტელესპექტაკლები, ტელედადგმები ჯერ კიდევ „სხვისი ბარგის გადატანად“ უნდა ჩაითვალონ. ესეც ხომ საქმეა და იგი ოსტატობის მეტ–ნაკლებ ხარისხში შეიძლება გაკეთდეს... შეიძლება ნიშანთა სატელევიზიო სისტემის ძიება ამ ჟანრის ამწუთიერებითა და დოკუმენტალობით უნდა დავიწყოთ“ [35].

გენიალურმა რეჟისორმა მ. თუმანიშვილმა ტელევიზიაში სპექტაკლების დადგმისას ალბათ ვერ მოძებნა განსაკუთრებული სატელევიზიო ხერხები. მისი მოსაზრებით, ტელევიზია და მისი სპეციფიკა თეატრალური ხელოვნების გამოხატვისათვის სათანადო რესურსებს ვერ ფლობდა. ყოველ შემთხვევაში, მან ამ მიმართულებით ძიებები შეწყვიტა. თუმცა, მისი დაჟინებული თხოვნით საქართველოს ტელევიზიაში შეიქმნა „სატელევიზიო თეატრი“, სადაც, მისი რეკომენდაციით, მთავარ რეჟისორად მისივე აღზრდილი რეჟისორი გ. კახაბრიშვილი

დაინიშნა. 80-იან წლებში „სატელევიზიო თეატრი“ ძალზე პოპულარული იყო და ქართული საზოგადოებრიობა დიდი ინტერესით ელოდებოდა ყოველი ახალი სპექტაკლის ეთერში გასვლას. დროთა განმავლობაში ტელევიზიამ ვერ აიტანა სპეციფიური თეატრალური თამაში, მოქმედების ერთი ადგილი, თეატრალური ბუტაფორია და ა.შ. და სატელევიზიო თეატრი ტელესერიალებმა ჩაანაცვლა, სადაც უფრო კინოენის ელემენტები ჭარბობს, სადაც თითქოსდა უფრო რეალური ცხოვრებაა ნაჩვენები. უნდა ითქვას, რომ ტელევიზიის ამ ასპექტით განვითარება ბევრმა კინორეჟისორმა იწინასწარმეტყველა; მაგალითად, ცნობილი პოლონელი კინორეჟისორი კ. ზანუსი (რომელიც გარკვეული პერიოდი ტელევიზიაშიც მოღვაწეობდა), წიგნში „სატელევიზიო კონონოველები“ წერდა: „ტელევიზია გვხიბლავს იმით, რომ მისი პროდუქციის წარმოება ნაკლები ხარჯებითა და ნაკლებ დროში ხორციელდება. მას გარკვეული ღირსებები აქვს... მაგრამ მიმაჩნია, რომ ტელევიზია მომავალში კინემატოგრაფის გზით განვითარდება, დაეუფლება და გამოიყენებს მის ყველა აღმოჩენას“ [36].

ყოველ შემთხვევაში, ცხადია, რომ დღესდღეობით მაყურებელმა ტელედადგმებს ტელესერიალები ამჯობინა და ეს ფორმატი მიიღო. თუმცა, დროთა განმავლობაში, სერიალებიც დაკარგავენ აქტუალობას და მასაც მომავალში ტელევიზიაში უფრო სხვა – რეალური, ცხოვრებასთან მიახლოებული ფორმატები ჩაანაცვლებს (ამის საფუძველს გვაძლევს ე.წ. რეალითი შოუების მზარდი პოპულარობა).

გასული საუკუნის 80–იანი წლების საქართველოს ტელემაუწყებლობის სატელევიზიო სპექტაკლებზე მაყურებლის მხრიდან დიდი მოთხოვნა იყო. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სატელევიზიო თეატრის მიმართ განსაკუთრებულ ყურადღებასა და მზრუნველობას იჩენდა საქართველოს ტელევიზიის მაშინდელი თავმჯდომარე ნ. ფოფხაძე. იგი ხელს უწყობდა ტელევიზიაში ახალგაზრდა პროფესიონალი კადრების მიზიდვას, დიდ მნიშვნელობას ანიჭებდა საბავშვო და ახალგაზრდულ თემატიკაზე შექმნილ სპექტაკლებს. 80-90-იან წლებში სატელევიზიო თეატრში ბავშვებისათვის დაიდგა „კაპიტანი ნემო“, ჟიულ ვერნის მიხედვით (რეჟისორი ნ. ბეგიაშვილი). აქ განსაკუთრებით საინტერესო იყო სპექტაკლის მხატვრული გადაწყვეტა: დეკორაცია წარმოადგენდა უზარმაზარ წყალქვეშა ნავს, რომელიც ერთდროულად იყო ნავიც და ფანტასტიკური სამყაროც. თევზები, უზარმაზარი მარჯნები, ნიჟარები გრაფიკულად შესრულდა და სატელევიზიო კამერის სხვადასხვა ლინზებით გადაიღეს, რის შედეგადაც ფანტასტიკური წყალქვეშა გარემო შეიქმნა.

ამავე პერიოდში რეჟისორმა გ.ებრალიძემ გადაიღო ანდერსენის „მწყემსი გოგო და მეზღაპრე“. ეს ფაიფურის თოჯინური სპექტაკლი იყო, სადაც დინამიკა კამერის მოძრაობით

შეიქმნა. ნ.ფოფხაძის ხელშეწყობით თეატრალური ინსტიტუტის ახლად კურსდამთავრებულმა რეჟისორებმა (ნ. ბეგიაშვილი, ნ. შარაბიძე, თ. ჭაბუკიანი) ვ. სპივაკის მოთხრობის მიხედვით დადგეს „ეს არ უნდა მომხდარიყო“. ეს სპექტაკლი, თავისი ფორმის გადაწყვეტით და შემდგომ განვითარებული მოვლენების გამო, ქართული საზოგადოებისათვის სერიოზული მსჯელობის საგანი გახდა. სიუჟეტი ადამიანების გულგრილობასა და დაუნდობლობაზეა აგებული. მოქმედება შემდეგნაირად ვითარდება: ბიჭები ავტობუსში გოგონას აბუჩად იგდებენ, მაგრამ მგზავრები არ გამოესარჩლებიან. ავტობუსიდან ჩასვლისას ხულიგნები გოგონას უკან გაედევნებიან, ამ ამბავს გამვლელი ბიჭი (მსახიობი გ.კობახიძე) შეესწრება და შეშინებულ გოგონას სახლამდე მიაცილებს. შურისძიებით გაბოროტებული ბიჭები „რაინდს“ სადარბაზოსთან ჩაუსაფრდებიან და გამოსვლისას ცემას დაუწყებენ. გადასარჩენად ბიჭი ისევ სადარბაზოში შერბის, მაგრამ მისი განწირული თხოვნის მიუხედავად, კარებს არც ერთი ოჯახი არ უღებს, რის გამოც ხულიგნების დანის მსხვერპლი ხდება.

ამ დადგმულ სცენას მოსდევდა ეპიზოდი „დისკოთეკა“. ეს რეალურ დროში მიმდინარე რეპორტაჟი იყო, სადაც ჩვეულებრივი სკოლის მოსწავლეები ცეკვავენ. ამ დროს შემოდის ჟურნალისტი მ. გეგეჭკორი და ზემოთ გათამაშებულ მკვლელობის სცენაზე დისკუსიას მართავს. გაჩნდა უამრავი კითხვა, მსჯელობისას აზრი ორად გაიყო: უმრავლესობის მოსაზრებით, მთავარი შიშის ფაქტორი იყო, რომლის გადალახვა ყველას არ შეუძლია და, საერთოდაც, ადამიანებს გმირობას ვერ მოთხოვ. კამათის დასასრულ, ერთ-ერთმა გოგონამ ჟურნალისტს მოულოდნელად თავად დაუსვა კითხვა: მაინტერესებს, თქვენ თვითონ ასეთ სიტუაციაში როგორ მოიქცეოდით? ჟურნალისტი შეცბა, აღარ იცოდა რა ეთქვა, გაჩნდა მრავლისმთქმელი პაუზა... საბედნიეროდ, ოპერატორი (ჯ. გრიგოლაშვილი) არ დაიბნა, იგი კამერით თანდათან მიუახლოვდა გოგონას, რომელმაც კითხვა დასვა და ეს ახლო ხედი აღმოჩნდა ტელესპექტაკლის ლოგიკური წერტილი – შეიქმნა ილუზია, რომ თითქოს გოგონამ ამ კითხვით მთელ საქართველოს მიმართა.

განსაკუთრებით საინტერესო იყო სპექტაკლის მხატვრული გადაწყვეტა. დაშლილი ავტობუსი, სადარბაზოს შესასვლელი, დისკოთეკა ლითონის ნაწილებისგან იყო აწყობილი და ერთიანობაში ზედხედიდან ჯართის გროვის ასოციაციას ქმნიდა. სადარბაზოს მცხოვრებლების ეპიზოდები ინტერიერში იყო გადაღებული. მხატვრულ-დოკუმენტური მასალის ასეთი შერწყმა, გამთლიანება საქართველოს ტელესივრცეში პოსტმოდერნისტული აზროვნების ნიშნებზე მიუთითებდა. „პოსტმოდერნიზმის ტენდენციების ერთობლიობა XX საუკუნის მხატვრულ კულტურაში დაკავშირებულია ავანგარდიზმის ფასეულობების გადაფასებასთან;

პოსტმოდერნიზმში მოიხსნა ყველა ესთეტიკური ტაბუ, განსხვავება „მაღალსა“ და „დაბალს“, „მშვენიერსა“ და “მახინჯს“ შორის. პოსტმოდერნისტებმა უარყვეს ცხოვრების ხელოვნების გზით შეცვლის უტოპისტური შესაძლებლობა და იგი მიიღეს ისეთი, როგორიც არის, და გახადეს ხელოვნება უკიდურესად გახსნილი, აავსეს იგი იმიტაციებითა და ცხოვრების დეფორმაციებით, მაგრამ რეალური სასიცოცხლო პროცესების ფრაგმენტებით; პოსტმოდერნიზმი ფართოდ იყენებს ციტატებს საზოგადოდ ცნობილი ნაწარმოებებიდან და გამოირჩევა პოლისტირულობით, მაგალითად, „ჰაი-ტეკი“ არქიტექტურაში მეზობლობს „პირველყოფილ“ ფერწერასთან“ [37].

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, სატელევიზიო სპექტაკლის გადაწყვეტაში შერწყმული იყო რამდენიმე კომპონენტი: პირობითი (ქუჩა, ავტობუსი, სადარბაზოს კარები), რეალური ინტერიერები (იმ ადამიანთა ბინები, რომლებმაც კარი არ გააღეს) და დოკუმენტური (დისკოთეკა, სადაც უფროსკლასელები ნამდვილად ცეკვავდენენ და კამათობდნენ). სპექტაკლის მხატვრული გადაწყვეტის გარდა, თამაშის ხერხიც განსაკუთრებული იყო: პროფესიონალი მსახიობების გვერდით ჩვეულებრივი ახალგაზრდები რეალურად ცეკვავდნენ, მსჯელობდნენ და კამათობდნენ. ეს ყველაფერი კი ისე გადაეჯაჭვა ერთმანეთს, რომ დადგმასა და რეალურ ყოფას შორის სხვაობა არ იგრძნობოდა. შეიძლება ითქვას, რომ თამაშის ხერხიცა და სპექტაკლის გადაწყვეტაც მრავალი სხვადასხვა ელემენტისაგან შედგებოდა, რომელიც საბოლოო ჯამში გამთლიანდა.

სპექტაკლს არნახული წარმატება ხვდა წილად – რედაქციაში ათასობით წერილი მიდიოდა, მაგრამ ერთ თვეში საქართველოში ისეთი მოვლენა მოხდა, რამაც მთელი საზოგადოება შეძრა – ეს იყო მთელ საბჭოთა კავშირში გახმაურებული თვითმფრინავის გატაცების ფაქტი. სპექტაკლში მთავარი როლის შემსრულებელი (ბიჭისა, რომელსაც სასტიკად კლავენ) მსახიობი გ.კობახიძე ერთ-ერთი იმათთაგანი იყო, ვინც თვითმფრინავი გაიტაცა. თვითმფრინავის გამტაცებლები სახელმწიფო მოღალატეებად შერაცხეს. საზოგადოებაში დაიწყო დებატები; პრესაში, ტელევიზიაში, სკოლებსა თუ სახელმწიფო დაწესებულებებში გამოდიოდნენ გამოჩენილი თუ უბრალო ადამიანები და ერთხმად მოითხოვდნენ მათ სასტიკ დასჯას.

სპექტაკლი „ეს არ უნდა მომხდარიყო“ თითქოს მისტიკური წინასწარმეტყველება იყო - ერთ შემთხვევაში სპექტაკლში საზოგადოებამ გაჭირვებაში მყოფ ბიჭს დახმარების ხელი არ გაუწოდა და სასიკვდილოდ გაწირა, მეორე შემთხვევაში კი თვითმფრინავის გამტაცებლებს, მათ შორის გ.კობახიძეს, საზოგადოების დიდი ნაწილი არ გამოესარჩლა და უკვე რეალურად გაწირა სასიკვდილოდ. ახალგაზრდები გაასამართლეს და სასჯელის უმაღლესი ზომა – დახვრეტა მიუსაჯეს. ამ ისტორიას პირდაპირი კავშირი ჰქონდა ზემოაღნიშნულ სპექტაკლთან, რადგან ამ

ფაქტის შემდეგ სპექტაკლიც გაქრა, ფირიც ლიკვიდირებული აღმოჩნდა და მხოლოდ საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ ისევ გამოჩნდა ეთერში.

ზოგადად უნდა ითქვას, რომ სატელევიზიო თეატრი საბავშვო თემატიკაზე რეგულარულად მუშაობდა. ჯერ კიდევ 50-იანი წლებიდან საქართველოს ტელევიზიაში შეიქმნა კინოჯგუფი, რომელმაც პირველი სატელევიზიო ფილმების შექმნა ითავა. საბავშვო სატელევიზიო ფილმებიდან არ შეიძლება არ აღინიშნოს „გაცოცხლებული ნახატები“. ეს ნამდვილად თამამი ექსპერიმენტი რეჟისორმა მ. თუმანიშვილმა მხატვარ თ. სამსონაძესთან ერთად განახორციელა. „ერთ–ერთი პირველი, ვინც საკონცერტო ნომრები ფირზე აღბეჭდა, არის მ. თუმანიშვილი. მისი „გაცოცხლებული ნახატები“ წმინდა კინემატოგრაფიული ეფექტებით დატვირთული ფილმია“ [38]. 60-იან წლებში გადაღებული ფილმებიდან აღსანიშნავია „კედელი“ (რეჟისორი ა. ნინუა). ფილმში ნაჩვენებია პირველი გრძნობის დაბადება მოზარდებში. „კედელმა“ 1966 წელს ამიერკავკასიის და უკრაინის სატელევიზიო ფილმების ფესტივალზე პირველი ხარისხის დიპლომი მიიღო.

1968 წელს უკვე სატელევიზიო ფილმების სტუდია ჩამოყალიბდა, რომლის მხატვრულ ხელმძღვანელად რეჟისორი რევაზ ჩხეიძე დაინიშნა. ტელეფილმების სტუდია საბავშვო რეპერტუარს რომ დიდ ყურადღებას უთმობდა, გადაღებული ფილმების ჩამონათვალითაც დასტურდება: „ბიჭი და ჩიტი“ (რეჟისორი კ. სურმავა), „პატარა მეგობრები“ (რეჟისორი მ. ხონელიძე), „გასეირნება“ (რეჟისორი თ. გოცაძე), „სუფთა დაფა“ (რეჟისორი ო. შამათავა), „გელა“ (რეჟისორი ნ. მჭედლიძე), „მეთხუთმეტე გაზაფხული“ (რეჟისორი ს. ჩხაიძე), „ძალიან პატარა ამბავი“ (რეჟისორი გ. ოვაშვილი) და სხვ.

1972 წელს რეჟისორებმა, ქართლოს და ბუბა ხოტივარებმა, გახმაურებული ფილმი „ლაზარეს თავგადასავალი“ გადაიღეს. ფილმი ეკრანზე გამოსვლისთანავე პოპულარული გახდა, ხოლო 1973 წელს ქალაქ ტაშკენტში, ტელეფილმების V საერთაშორისო ფესტივალზე, ჟიურის სპეციალური პრიზი დაიმსახურა.

1974 წელს რეჟისორმა ზ. კაკაბაძემ მუსიკალური ფილმი „მზიური“ გადაიღო. ფილმში პიონერთა და მოსწავლეთა სასახლის გოგონათა ვოკალურ-ინსტუმენტული ანსამბლი გემით შავიზღვისპირა ქალაქებში მოგზაურობს, რის ფონზეც მოვლენები ისე ვითარდება, რომ თითოეული გოგონას სახე ჩვენს თვალწინ იძერწება. ეს საბჭოთა კავშირის მოძმე რესპუბლიკების რეპერტუარზე აწყობილი ფილმ-კონცერტი იყო.

1983 წელს რეჟისორ ა. ცაბაძის მიერ გადაღებული ფილმის „ლაქას“ სიუჟეტმა საზოგადოება ააღელვა, ვინაიდან ახალგაზრდებს შორის უაზრო დაპირისპირებები, რასაც

ხშირად ფატალური დასასრული მოჰყვებოდა, იმდროინდელი საქართველოსთვის უცხო არ იყო. ფილმმა წარმატებით მოიარა ყველა პრესტიჟული კინოფესტივალი: 1987 წ. – ქ. კოშილინი (პოლონეთი), XIV საერთაშორისო ფესტივალი, ვერცხლის პრიზი; 1987 წ. – ქ. მინსკი, XII საკავშირო ფესტივალის ჟიურის სპეციალური პრიზი; 1987 წ. – ქ. ლოკარნო (შვეიცარია), „ლეოპარდის ვერცხლის თვალი“. ფილმისადმი მიძღვნილ რეცენზიაში კინომცოდნე ლელა ოჩიაური აღნიშნავდა: „ახალგაზრდა რეჟისორების ფილმებში ხშირად ვხვდებით უიმედობით, ინერტულობითა და უპოზიციობით შეპყრობილ გმირებს. ავტორები იბრძვიან ამის წინააღმდეგ. შეურიგებელი უნდა იყოს ეს ბრძოლა, რადგან ამგვარი ყოფა თაობის დაღუპვას უდრის” [39]. ლ. ოჩიაური მიიჩნევდა, რომ ყველაზე მძაფრად, მკაცრად და მტკივნეულად ამ პრობლემას ალეკო ცაბაძე შეეხო. „ლაქას” წარმატება მით უფრო აღსანიშნავია იმის გათვალისწინებით, რომ ეს ავტორის სადიპლომო ნამუშევარი იყო.

საერთოდ, თუ თვალს გადავავლებთ ტელეფილმების საბავშვო თემატიკას, დავრწმუნდებით, რომ ცენზურას აქ აშკარად ნაკლები ზეწოლა ჰქონდა. რეჟისორები ისეთ თემებზე მუშაობდნენ, რაც ჭეშმარიტ ფასეულობებს ეხებოდა – პირველ გრძნობას, მეგობრობას და ა.შ. განსხვავებით მოზრდილთათვის გადაღებული მხატვრული თუ დოკუმენტური ფილმებისაგან, სადაც, ხშირ შემთხვევაში, საბჭოთა იდეოლოგია თუ შინაარსის ძირითადი ღერძი არ იყო, მასთან შეუსაბამო მაინც არ უნდა ყოფილიყო.

შეიძლება ითქვას, რომ ქართული ტელეფილმის განვითარების პირველი პერიოდი ტელეინდუსტრიის განვითარების გარიჟრაჟს დაემთხვა. მსოფლიო თითქოს ორ ნაწილად გაიყო: ერთნი ფიქრობდნენ, რომ ტელევიზია მოსპობდა კინოინდუსტრიას, წაართმევდა მას მაყურებელს. ცნობილი კინომცოდნე ზ. კრაკაუერი, წიგნში „ფიზიკური რეალობის რეაბილიტაცია“, წერდა: „თუკი დავუშვებთ თუნდაც მსჯელობის დონეზე, რომ კინოს პოპულარობა ნამდვილად დაღმავალი გზით მიდის, მაშინ ტკბობის ანალიზით, რომელსაც ის მაყურებელს თავის დონეზე ანიჭებდა, შესაძლებელია განისაზღვროს ტელევიზიის წარმატების მიზეზები. ფილმი არ წასულა წარსულში, მან თავის მაყურებლებიანად ტელევიზიაში გადაინაცვლა“ [40]. თუმცა გაჩნდა სხვა მოსაზრებებიც; მაგალითად პ. რონდიერი თავის სტატიაში „ფიქრები ტელევიზიაზე“, ტელევიზიის სახით კაცობრიობას დიდ საფრთხეებს უწინასწარმეტყველებდა: „ტელევიზიას შეუძლია ცნობისმოყვარეობა გააღვიძოს, ძიებისკენ გიბიძგოს, გაიძულოს წიგნი წაიკითხო, მაგრამ არ ძალუძს სიღრმისეული ცოდნა მოგცეს. ტელევიზია თავს გახვევს თავის აზრსა და რიტმს, ადამიანის თავისუფალ დროს შთანთქავს. ტელემაყურებელი მხოლოდ აგროვებს ინფორმაციას, აფიქსირებს, მაგრამ, სამწუხაროდ,

კადრების კასკადისა და რიტმული სწრაფი მონაცვლეობისას მას არ რჩება დრო გააანალიზოს და ღრმად გაიაზროს მოწოდებული ინფორმაცია... იგი განსაკუთრებით უარყოფითად ბავშვებზე მოქმედებს. მან ოჯახის წევრები ურთიერთობებს გადააჩვია, ბავშვების ხერხემალსა და ფსიქოლოგიაზე უარყოფითად იმოქმედა" [41].

ავსტრიელი ფილოსოფოსი გ. ანდრესი ტელევიზიის დახასიათებისას წერდა: „თქვენი აზრები და გრძნობები უკვე მზად არის აღქმისთვის... საბოლოო შედეგი კი ასეთია: აღმოცენდება ადამიანის გარკვეული სახეობა – „ადამიანი–მსმენელი, რომელიც თავად არ ლაპარაკობს, ის მხოლოდ ისმენს და თავისდაუნებურად ხდება გამგონე, მორჩილი მსმენელი" [42].

ტელევიზიის ირგვლივ უამრავი მოსაზრებებია, თუმცა, ერთზე ყველა თანხმდება, ტელევიზია უმოკლესი გზაა მოვლენასა და მაყურებელს შორის, ამოკლებს დროსა და სივრცეს ადამიანსა და მოვლენას შორის. მოვლენა ერთვება ჩვენს რეალურ არსებობაში, ეკრანული გამოსახულებები წარმოგვიდგებიან ჩვენ და მაყურებლები მასთან მიმართებაში, გარკვეული თვალსაზრისით, მოვლენის თანამონაწილენი ხდებიან. თანდასწრების ეფექტთან დაკავშირებით ი. ბელიაევი აღნიშნავდა: „ტელევიზიით ჩვენ უნდა დავარწმუნოთ მაყურებელი, რომ ის მიმდინარე ცხოვრებას უყურებს, მაგრამ უყურებს XX საუკუნის ტექნიკის საშუალებით. მაყურებელს თავში აზრადაც არ უნდა მოუვიდეს, რომ ის ფირს უყურებს. ამის მისაღწევად უამრავი საშუალებები არსებობს. საჭიროა, რომ მაყურებელი მუდმივად გრძნობდეს „ცხოვრების ტრანსლაციას", როგორც ვ. ვილჩეკი აღნიშნავდა, თანდასწრების ეფექტს" [43].

ყველა დიდი ცვლილება, რომელიც ამერიკასა და ევროპაში განვითარდა 50-იან წლებში, პოლიტიკიდან დაწყებული განათლების სისტემით, მოდით და სექსით, უპირველესად ტელევიზიის ზეგავლენით მოხდა, თუმცა, ეს საბჭოთა კავშირის მოძმე რესპუბლიკებს სრულებითაც არ ეხებოდა, რადგანაც აქ ერთადერთი, უალტერნატივო ტელევიზია არსებობდა, რომელიც საბჭოთა იდეოლოგიას ეყრდნობოდა.

როგორც ცნობილია, ფილმი დისკრეტული ბუნებისაა, მაშინ როცა ტელევიზია უწყვეტად ფუნქციონერებს. ფილმი, როგორც ხელოვნების სახეობა, მასობრივ ცნობიერებაზეა გათვალისწინებული, მაშინ, როცა ტელევიზია საზოგადოებრივი აზრისკენაა მიმართული და არა მხოლოდ ასახავს, არამედ აყალიბებს კიდეც მას. მათ შორის მთავარი განსხვავება საზოგადოებრივ ფუნქციებში მდგომარეობს. ტელევიზიისათვის უფრო დამახასიათებელია სოციალური ფუნქციები; საბჭოთა ტელევიზიისთვის წარმმართველი იყო ორგანიზატორული და პროპაგანდისტული ფუნქცია, რაც თავისთავად განსაზღვრავდა მისი თემატიკის შეთანხმებასა და კოორდინირებას პარტიულ ნომენკლატურასთან, სახალხო განათლების

სტრუქტურებთან და ა.შ. საბჭოთა იდეოლოგიის მეთოდები, კომუნისტური ჟურნალისტიკის მანიპულატორული ხერხები და პროპაგანდისტული კონსტრუქციები აძლიერებდა ტელემაუწყებლობის ზემოქმედებას, რომელსაც ისედაც დიდი გავლენა აქვს აუდიტორიაზე. აქედან გამომდინარე, სოციალისტურ საქართველოში, ისევე როგორც საბჭოთა კავშირის ყველა მოძმე რესპუბლიკაში, ტელევიზიის განვითარების შემდგომ მოზარდი თაობა ორმაგი ზეწოლის ქვეშ იმყოფებოდა: ერთი მხრივ, კომუნისტური კლიშეები, საბავშვო ბაღებსა თუ სკოლებში და, მეორე მხრივ, უალტერნატივო ტელევიზიიდან მომდინარე მძლავრი კომუნისტური პროპაგანდა.

&4. ეროვნული სულისკვეთების გამოხატვის მცდელობა მძლავრი კომუნისტური პროპაგანდის ფონზე

სავალდებულო პროპაგანდისტული გადაცემების ფონზე საქართველოს ტელევიზიის შემოქმედებითი მუშაკები მაინც ახერხებდნენ ეროვნული სულისკვეთება არ ჩამქრალიყო, ქართული ზნე-ჩვეულებები, ტრადიციები არ გამქრალიყო და ბავშვებს ისტორია და წარსული არ დაევიწყებინათ. ამის მაგალითია გადაცემა „ქართლის ცხოვრება“ (1965) - ცოცხალი რეპორტაჟი საქართველოს ს. ჯანაშიას სახელობის სახელმწიფო მუზეუმიდან. წამყვანი, მეცნიერებათა დოქტორი კ. ჩოლოყაშვილი ბავშვებს საქართველოს ისტორიის მნიშვნელოვან ეტაპებსა და მოღვაწეებზე ესაუბრებოდა, პარალელურად კი, სტუდიაში დამონტაჟებულ ეკრანზე, უნიკალურ სამუზეუმო ექსპონატებს უჩვენებდა. ასევე უნდა აღინიშნოს გადაცემა „ქართული ენის სიწმინდისათვის“ (1966). საბავშვო რედაქციის შემოქმედებით ჯგუფთან თანამშრომლობდნენ აკადემიკოსები: გ. ახვლედიანი, ა. შანიძე, არნ. ჩიქობავა და სხვები. ისინი ბავშვებს მშობლიური ენის მნიშვნელობაზე, სიწმინდეზე ესაუბრებოდნენ და პირდაპირი ეთერიდან მაყურებელს მოწიწებით თხოვდნენ ქართული ენა შემოსული უცხო სიტყვებისაგან დაეცვათ (ძირითადად იგულისხმებოდა მოძალებული რუსული ენა), რათა წინაპრების მიერ ჩვენამდე მოტანილი უნიკალური ქართული ენა არ დაეკნინებინათ. გადაცემა მნიშვნელოვანი იყო არა მხოლოდ ბავშვებისთვის, არამედ, საერთოდ, ქართული ცნობიერების ჩამოყალიბებისთვის. პროექტის პოპულარობას მხოლოდ თემა როდი განაპირობებდა, მნიშვნელოვანი იყო ის ფაქტორი, რომ მასში მონაწილეობდნენ გამოჩენილი მეცნიერები, რომელთა აზრს ქართული საზოგადოებრიობა სათანადოდ აფასებდა და ანგარიშს უწევდა. გადაცემაში ამ ორი ფაქტორის - აქტუალური თემისა და მასში მონაწილე მნიშვნელოვანი და ავტორიტეტული პიროვნებების იდეალური სინთეზი შედგა, რამაც პროექტის წარმატება განაპირობა.

1966-1969 წლებში ტელეეთერში ქართული სულისკვეთებით გამსჭვალული კიდევ რამდენიმე გადაცემათა ციკლი იყო. „ჩემი ქუჩა, ჩემი სახლი“ (შემდეგ ამ გადაცემას ეწოდა „თბილისის ფერისცვალება“) აღწერდა თბილისის განსაკუთრებული ქუჩების, გამორჩეული სახლებისა და მისი ცნობილი მობინადრეების ცხოვრების ისტორიებს; „მშობლიურ მხარეში“ გადაცემა-მოგზაურობა იყო – თბილისის პიონერთა და მოსწავლეთა სასახლის აღსაზრდელები, გადაცემის შემოქმედებით ჯგუფთან ერთად, საქართველოს სხვადასხვა კუთხეებში მიდიოდნენ, ბუნებას, ადგილმდებარეობას, ყოფას, ფოლკლორს, ადათ-ჩვევებს თავად ეცნობოდნენ, შემდეგ კი თანატოლებს შთაბეჭდილებებს უზიარებდნენ. ეს შემეცნებითი გადაცემა დოკუმენტურ მასალაზე იყო აგებული, რითაც მეტ დამაჯერებლობასა და რეალობასთან მიახლების შეგრძნებას ბადებდა.

პოპულარული იყო გადაცემა „სატელევიზიო ავტოგრაფი“. სპეციალურად მოწყობილ სტუდიაში ბავშვებთან შესახვედრად იწვევდნენ გამოჩენილ ადამიანებსა და ცნობილ პიროვნებებს: მხატვრებს, მსახიობებს, მეცნიერებს... ისინი საკუთარ გამოცდილებას უზიარებდნენ ბავშვებს, რჩევა-დარიგებებს აძლევდნენ, შემდეგ კი სტუდიაში მოწყობილ ბანერზე ავტოგრაფებს ტოვებდნენ. გადაცემას სამახსოვროდ უამრავი საინტერესო პიროვნების ავტოგრაფი დარჩა: მწერალ კ. გამსახურდიას, აკადემიკოს გ. ახვლედიანის, აკადემიკოს ივ. ბერიტაშვილის, რეჟისორ მ. ჭიაურელის, მსახიობ ვ. ანჯაფარიძისა და სხვათა. სამწუხაროდ, ეს საინტერესო ბანერი აღარ არსებობს.

საქართველოს კომუნისტური პარტიისა და რესპუბლიკის მინისტრთა საბჭოს 1982 წლის ნოემბრის დადგენილებით, რესპუბლიკის სასწავლებლებში ქართული ენისა და ლიტერატურის სწავლება უნდა გაუმჯობესებულიყო. დადგენილების საფუძველზე საბავშვო რედაქციაში მომზადდა გადაცემათა ციკლი „რა ენა წახდეს“'. ამ ციკლიდან აღსანიშნავია გადაცემა „ქართული ენა და ლიტერატურა“, რომელიც თ. კვაჭანტირაძეს მიჰყავდა. იმ პერიოდში ეს ქართულ ტელესივრცეში ყველაზე გახმაურებული და პოპულარული გადაცემა იყო. პროგრამა ჟანრობრივად გამოსვლა-მონოლოგის ფორმატით იყო გადაწყვეტილი (ქრონომეტრაჟი - 40 წთ). ამ ჟანრისთვის დამახასიათებელია მაყურებელს წარუდგინოს საზოგადოებრივი მოვლენა, მისი არსი, მოძებნოს მიზეზ-შედეგობრივი კავშირები, რომლებიც ხშირ შემთხვევაში დამალულია, გამოავლინოს მათი მნიშვნელობა, ტენდენციები და ლოგიკურად დაასაბუთოს მისი შემდგომი განვითარების გზები.

ტელევიზიით საჯარო გამოსვლა განსხვავებულ მოთხოვნებს უყენებს წამყვანს. უპირველეს ყოვლისა, ის უნდა იყოს პიროვნება, რომელიც დიდ ინტერესს იწვევს,

საზოგადოებრივი მდგომარეობით, ან გარემოების წყალობით, ფლობს ღირებულ ინფორმაციას და ეს ყოველივე ეკრანზე მისი გამოჩენის საბაბს წარმოადგენს. ამ პირობებს თ. კვაჭანტირაძე აბსოლუტურად აკმაყოფილებდა. იგი ნათლად, ორიგინალურად აზროვნებდა, ცნობილ მოვლენებს ყოველმხრივ აანალიზებდა და ლოგიკურ, ხშირად მოულოდნელ დასკვნებს აკეთებდა. მისი მონოლოგი დრამატურგიულად სწორად იყო აგებული: შესავალში, ძირითად ნაწილსა და დასკვნით მონაკვეთებში თანაფარდობა დაცული იყო. როგორც ცნობილია, ტელევიზიას დიალოგური ბუნება აქვს, აქედან გამომდინარე, სატელევიზიო მონოლოგიც პრაქტიკულად თავისებურ დიალოგს გულისხმობს.

თ. კვაჭანტირაძე წინასწარ ითვალისწინებდა ტელეაუდიტორიის ინტერესს, იმ სავარაუდო შეკითხვებს, რომელიც შეიძლება მაყურებელს გასჩენოდა და შესაბამისად აყალიბებდა თავის მონოლოგს. იგი დასაწყისშივე განსაზღვრავდა თემას და მაყურებლის ყურადღებას იპყრობდა ისეთი მარტივი და საინტერესო მაგალითებით, რომელიც უმრავლესობას თავად ჰქონდა განცდილი. მან ზუსტად იცოდა წინა რიგში რომელი საკითხები გამოეტანა. თ. კვაჭანტირაძის წარმატების ძირითადი პირობა იყო საჯაროდ ფიქრის უნარი, რთულ საკითხებზე მარტივი ენით ლაპარაკი, მაყურებლის დარწმუნება ძალდაუტანებლად, არტისტულად, ზედმეტი დიდაქტიკის გარეშე.

ფსიქოლოგები თვლიან, რომ ინფორმაციის 40%-ს ინტონაცია იძლევა, ამას ემატება მიმიკა, ჟესტი, გარეგნული იერი და ხიბლი. და კიდევ, რიტორიკული ხერხები, სიტყვის დანაწევრება, რედუქცია - რთულის მარტივთან ურთიერთობა და ა.შ. ზეპირი სიტყვა არსებითად განსხვავდება დაწერილისაგან. ზეპირსიტყვიერება საჭირო სიტყვის მონახვისთვის პაუზებს იტანს, ეკრანი აფიქსირებს აზრის დაბადების მომენტებს. ტელეაუდიტორია კი აფასებს არა მხოლოდ იმას, რასაც გამომსვლელი ლაპარაკობს, არამედ იმასაც, თუ როგორ ლაპარაკობს. აქვე უნდა აღინიშნოს გადაცემის წარმატების კიდევ ერთი ფაქტორიც - რაც უფრო ითრგუნებოდა ნაციონალიზმი საბჭოთა იდეოლოგიით, მით უფრო უჩნდებოდა საზოგადოებას პროტესტის, წინააღმდეგობის გაწევის სურვილი. სწორედ ამიტომ გადაცემა „ქართული ენა და ლიტერატურა“ ერთგვარ კატალიზატორად მოგვევლინა, რომელიც გარკვეული თვალსაზრისით ქართულ საზოგადოებას დიდი სულიერი გარდატეხისთვის ამზადებდა.

მეორე თავი

საბავშვო ტელემაუწყებლობა პოსტსაბჭოთა საქართველოში

&1. 1989-90 წლების ვითარება და საბავშვო ტელემაუწყებლობის პოლიტიკა

XX საუკუნის მიწურულს საბჭოთა სოციალისტურ საქართველოში სრულიად სხვა პოლიტიკური პროცესები დაიწყო. საბჭოთა იმპერიაში ცხოვრების ათწლეულებმა საქართველოს ეროვნულ კულტურას, მათ შორის საქართველოს ტელემაუწყებლობასაც, თანამედროვე ცივილიზაციის ადეკვატური განვითარების საშუალება მოუსპო. 90-იანი წლებიდან მოყოლებული, ე.წ. გარდამავალ ეტაპზე, საქართველოს ტელემაუწყებლობას, ისევე როგორც მთლიანად ქართულ კულტურას და საზოგადოდ ქვეყანას, მრავალი მტკივნეული საკითხი ჰქონდა მოსაგვარებელი და ყველა მათგანი, პირველ რიგში, ახალ პოლიტიკურ და სოციალურ-ეკონომიკურ გარემოში ადაპტაციის პრობლემას უკავშირდებოდა. ტელემაუწყებლობის განვითარება, ისევე როგორც სხვა სფეროები, მჭიდროდ არის დაკავშირებული ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებთან.

1989 წლის 9 აპრილმა (როცა საბჭოთა არმიამ დაარბია მასობრივი მშვიდობიანი დემონსტრაცია საქართველოს დამოუკიდებლობის მოთხოვნით), ფაქტობრივად, საქართველოს პოლიტიკური და ეკონომიკური ცხოვრების პარალიზება გამოიწვია: ერთი მხრივ, კომუნისტური რეჟიმის სრული დელეგიმიტაცია, შოკი და ქაოსი საზოგადოებაში; მეორე მხრივ, მოსახლეობისთვის გაზისა და ელექტროენერგიის მიწოდების შეწყვეტა და უამრავი ყოფითი პრობლემა...

ამ პირობებში სახელმწიფო ტელევიზია სრული სამაუწყებლო ბადით მუშაობდა, მაგრამ, პრაქტიკულად, ელექტროენერგიის გათიშვის გამო, მაყურებელი ვერ ნახულობდა ტელეპროდუქციას. გამონაკლისი იყო დრო საღამოს 19 საათიდან 21 საათამდე, როცა ელექტროენერგია თითქმის ყველა რაიონს მიეწოდებოდა. ამ მკაცრად დადგენილ ლიმიტირებულ დროში ყოველდღიურად გადიოდა საინფორმაციო პროგრამა “მოამბე”და საბავშვო გადაცემა “ძილისპირული”. აღმოჩნდა, რომ საქართველოში მიმდინარე მწვავე პროცესების მიუხედავად, საინფორმაციო გამოშვების შემდეგ პრიორიტეტული სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის განკუთვნილი პროგრამა იყო, ანუ საბავშვო გადაცემებს იმ პერიოდში სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობა ჰქონდა. ქვეყნის ხელისუფლებამ იმ მძიმე ვითარებაში სავალდებულოდ ჩათვალა სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის ეკრანი არ გამოერთო.

1991 წლის მარტში გამართული რეფერენდუმის საფუძველზე (რომელშიც ხმების 97%-ზე მეტი საქართველოს დამოუკიდებლობას ერგო), 9 აპრილს საქართველო დამოუკიდებელ სახელმწიფოდ გამოცხადდა, ხოლო 26 მაისს გაიმართა პირველი საპრეზიდენტო არჩევნები, სადაც ზვიად გამსახურდიამ ხმების 87% მიიღო. პოსტსაბჭოთა საქართველოს პირველ წელს საქართველოს ტელევიზიაში განვითარებული პროცესები გაპირობებული იყო იმ პოლიტიკური ვითარებით, რომელსაც პოლიტოლოგი გ. ნოდია ასე ახასიათებს: „სამწუხაროდ, გამსახურდიას ხელისუფლება ქართულმა ოპოზიციამ არ სცნო, მათ მხარი დაუჭირა „მხედრიონმა". 1991 წელს ხელისუფლებამ შეძლო „მხედრიონის" ნეიტრალიზაცია და მისი ხელმძღვანელის ჯაბა იოსელიანის დაპატიმრება. მწვავე კონფრონტაციის ფონზე გამსახურდიას ხელისუფლებამ მმართველობის გამოკვეთილად ავტორიტარული სტილი ჩამოაყალიბა. დაიხურა რამდენიმე ოპოზიციური გამოცემა... დაიწყო ხელისუფლების კრიზისი" [1]. 1991 წლის ბოლოს საქართველოში იყო პირველი მცდელობა სახელმწიფო და დამოუკიდებელი ტელერადიომაუწყებლობის ურთიერთობის ძირითადი პრინციპების დადგენისა. გამოქვეყნდა „საქართველოს სახელმწიფო ტელერადიოკორპორაციის დებულებისა" და „საქართველოს სახელმწიფო ტელერადიოკორპორაციის მიერ დაფუძნებული დამოუკიდებელი კომპანიის პროექტები". პროექტის მიხედვით, საქართველოს ტელერადიოდეპარტამენტის, როგორც მას იმ დროს ეწოდებოდა, ტელერადიოკორპორაციად გადაკეთების ერთ-ერთი ძირითადი მიზანი იყო დამოუკიდებელი ტელერადიოკომპანიების დაფუძნება, ანუ სახელმწიფო ტელერადიოდეპარტამენტის გარდაქმნა სახელმწიფო კორპორაციად, რათა თავის სისტემაში, სახელმწიფო რგოლებთან ერთად, შეექმნა დამოუკიდებელი ტელეკომპანიები. ჟურნალისტი ა. ქეშელაშვილი გაზეთ "7 დღეში" წერდა: „ძნელი დასაჯერებელი იყო, რომ სახელმწიფო კორპორაცია დაკვეთებითა და დოტაციებით უზრუნველყოფდა იმ კომპანიას, რომელიც ხელისუფლებისადმი კრიტიკულ პოზიციას დაიკავებდა. ტელევიზია გაიფიცა, მაუწყებლობა უზენაესი საბჭოს შენობიდან მიმდინარეობდა. ცხადია, ეს პროექტი სახელმწიფომ გაფიცული თანამშრომლების „დასაწყნარელად" მოიგონა"[2]. ხელისუფლების კრიზისი და საზოგადოების კონფრონტაცია ტელევიზიის ფუნქციონირებაზეც აისახა: თანამშრომლების დიდი ნაწილი გაფიცული იყო, სახელმწიფო ტელევიზიის თავმჯდომარემ თ. კვანტალიანმა, პირველმა მოადგილემ გ. არგანაშვილმა და მათმა მომხრე ჟურნალისტრებმა (მათ ზვიადისტებს უწოდებდნენ) მთავრობის სასახლეში გადაინაცვლეს.

აღსანიშნავია, რომ მძაფრი პროცესების მიუხედავად, მაშინ, როდესაც მაუწყებლობა მთავრობის სასახლიდან მიმდინარეობდა, საბავშვო პროგრამებს ისევ ჰქონდა განსაზღვრული

ნიშა და ურთულეს სიტუაციებშიც არ მომხდარა სამაუწყებლო ბადიდან მათი ამოღება. უფრო მეტიც, ამ პერიოდში დღის წესრიგში დადგა 30-წლიანი „ძილისპირულის“ შეცვლის საკითხიც, რომელიც ცენტრალური ტელევიზიის გადაცემის „ღამე მშვიდობისა, პატარებო“-ს ანალოგი იყო. რეჟისორმა და მწერალმა გ. პეტრიაშვილმა შექმნა ორი თოჯინა-დევები: დედა-დუ და მამა-დუ, რომლებსაც ძილისპირული მიჰყავდათ, მაგრამ გადაცემამ მცირე ხნით იარსება. ეს იყო პირველი მცდელობა მოზარდებზე საბჭოთა იდეოლოგიის ტოტალური ზემოქმედების განეიტრალებისა და მისი ჩანაცვლებისა ეროვნული მოტივებით.

სავარაუდოა, რომ ნიჭიერი მწერალი და კინორეჟისორი გ. პეტრიაშვილი უდავოდ შექმნიდა ორიგინალურ ეროვნულ გადაცემათა ციკლს ყველაზე პატარებისთვის, მაგრამ სამოქალაქო დაპირისპირებისას გ. პეტრიაშვილი პრეზიდენტ ზ. გამსახურდიას აქტიური თანამოაზრე იყო. პოლიტიკური კრიზისის დროს მან უარი თქვა გადაცემების მომზადებაზე და მთელი არსებით პოლიტიკაში გადაინაცვლა. ტელევიზიის მაშინდელი თავმჯდომარე თ. კვანტალიანი და განსაკუთრებით მისი პირველი მოადგილე გ. არგანაშვილი სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის ტელეგადაცემათა ახალი ციკლის შექმნაზე ისევ აქტიურად მუშაობდნენ და ჩქარობდნენ რომ „ძილისპირული“ ახალი პროექტით ჩაენაცვლებინათ. სასწრაფოდ დაიწყო ექსპერიმენტი: შეიქმნა შემოქმედებითი ჯგუფი, მათ გამოეყოთ დიდი სარეპეტიციო ოთახი, მაგრამ ექსპერიმენტი დროებით შეჩერდა, რადგან სამოქალაქო დაპირისპირება სულ უფრო და უფრო მძაფრდებოდა. ოპოზიცია პრეზიდენტს დიქტატურის დამყარებასა და ეროვნული ინტერესების ღალატში ადანაშაულებდა. 1991 წლის 22 დეკემბერს თ. კიტოვანის დაჯგუფებამ მთავრობის სასახლეზე იერიში მიიტანა. 1992 წლის 6 იანვარს ზ. გამსახურდიამ და მისმა მომხრეებმა მთავრობის სასახლე დატოვეს. დევნილი მთავრობა ჯერ სომხეთში, შემდეგ კი ჩეჩნეთში გაემგზავრა.

დეკემბერ-იანვრის მოვლენებს 100-ზე მეტი ადამიანის სიცოცხლე შეეწირა. ეთნიკური უმცირესობის მიმართ აგრესიული დამოკიდებულების გამო გამსახურდიას ხელისუფლებას „პროვინციულ ფაშიზმად“ ნათლავდნენ. ხოლო ზვიადისტები (ზ. გამსახურდიას მომხრეები) ამ გადატრიალებას „პუტჩს“ უწოდებდნენ, მის შედეგად მოსულ ხელისუფლებას კი „ხუნტას“. აჯანყება (როგორც მას უწოდებენ) „დემოკრატიის აღდგენის“ ლოზუნგით მოხდა.

დაპირისპირება საზოგადოებაში ისევ გრძელდებოდა: ოჯახებში, მეგობრებში, სამსახურებში, ქუჩებში. ტელევიზიის გაფიცულმა თანამშრომლებმა აღადგინეს მუშაობა და ტელემაუწყებლობაც ტელევიზიის შენობიდან მიმდინარეობდა. მაგრამ დაძაბულობა რედაქციების თანამშრომლებს შორის არ წყდებოდა. შეიცვალა ტელევიზიის ხელმძღვანელობა,

შესაბამისად, რედაქციებშიც დაიწყო ცვლილებები, აქტიური „ზვიადისტები“ გაათავისუფლეს, დაინიშნა ახალი მთავარი რედაქტორები. იმ პერიოდში ტელევიზიაში, ისევე როგორც მთელ ქვეყანაში, დაიწყო კრიზისი. ქვეყანა სერიოზულ რყევებს განიცდიდა. სახელმწიფო გადატრიალების შემდეგ ძალაუფლება „სამხედრო საბჭომ“ აიღო. ეროვნული გვარდია და „მხედრიონი“ უდისციპლინო პარამილიტარულ ჯგუფად იქცა, რომლებიც არ ერიდებოდნენ კრიმინალურ ქმედებებს.

დეკემბერ-იანვრის გადატრიალება საბჭოთა კავშირის დაშლას დაემთხვა. ტოტალიტარიზმისგან გათავისუფლების პროცესმა დეიდეოლოგიზაცია გამოიწვია, რამაც აბსოლუტურად შეცვალა ტელევიზიის მანამდე არსებული იდეოლოგიურ-აღმზრდელობითი ფუნქციები. სტატიაში „ტელევიზიის პედაგოგიკა“ მკვლევარი ე. იბერი წერს: „კომუნისტური აღზრდის სისტემა მაქსიმალურად იყო ორგანიზებული, როგორც პრაქტიკული, ისევე თეორიული თვალსაზრისითაც. პოლიტიკური აღზრდა იწყებოდა საბავშვო ბაღიდან (ოქტომბრელთა ჯგუფიდან) და გრძელდებოდა ღრმა მოხუცებულობამდე (პენსიონერებიც იყვნენ გაერთიანებული პოლიტსწავლებაში). ეს შესაბამისად აისახებოდა ტელეეკრანზე. სადაც ნიანგი გენა პიონერობაზე ოცნებობდა, ხოლო პარტიული ლიდერები მსოფლიოს ბელადებად იყვნენ გამოცხადებული. ყველაფერი ამის გაქრობამ ეთერში ისეთი ვაკუუმი გამოიწვია, რომ მისი ღირსეული შევსება თითქოს შეუძლებელი გახდა“ [3]. ტელევიზიაში, მართლაც, საშინელმა ქაოსმა დაისადგურა. სამაუწყებლო ბადე შემთხვევითი გადაცემებით აჭრელდა. საბჭოთა იდეოლოგიისაგან გათავისუფლების პროცესი მტკივნეულად მიმდინარეობდა. სამოქალაქო დაპირისპირება არ ცხრებოდა. 1992 წლის მარტში მოსკოვიდან მოიწვიეს საქართველოს ყოფილი კომუნისტური ლიდერი და საბჭოთა კავშირის ყოფილი საგარეო მინისტრი ე. შევარდნაძე. შევარდნაძემ „არშემდგარი“ სახელმწიფო ჩაიბარა. ამ ფაქტთან დაკავშირებით საზოგადოებაში სხვადასხვა მოსაზრებები გაჩნდა. გაზეთ „საქართველოს რესპუბლიკის” სტატიის ავტორი თავისი დამოკიდებულების გასამყარებლად გერმანელი მეგობრის სიტყვებს იშველიებს: „ვშიშობ, რომ შევარდნაძის ტიპის ხელმძღვანელი თქვენთვის ნაადრევია... მას დიდხანს ჰქონდა ურთიერთობა დასავლეთის ცივილიზაციასთან და დასავლეთის დემოკრატიაზეა ორიენტირებული, მაგრამ ჩვენს დემოკრატიას განვითარების ხანგრძლივი ისტორია აქვს; რაც მთავარია, დემოკრატია მძლავრ ეკონომიკურ ბაზას მოითხოვს, რაზეც თქვენში მინიშნებებიც არ არის“ [4].

&2. ძველი სტერეოტიპების მსხვრევის პროცესი და ახალი შტრიხები საბავშვო ტელემაუწყებლობაში

„რკინის ფარდის" გახსნამ უალტერნატივო ტელევიზიას კერძო ტელეკომპანიების სახით კონკურენტები გაუჩინა. პირველი დამოუკიდებელი ტელეორგანიზაცია, რომელიც საკუთარი გადაცემით გამოჩნდა საქართველოს სახელმწიფო ტელევიზიის ეკრანზე, საქართველოს სოციალისტური რესპუბლიკის განათლების სამინისტროსთან არსებული საყმაწვილო ექსპერიმენტული ტელესტუდია იყო (ხელმძღვანელი ზ. ოშხნელი). მან ჯერ კიდევ საბჭოთა ხელისუფლების დროს, 1990 წლის ივნისში, დაიწყო თანამშრომლობა საბავშვო პროგრამების მთავარ რედაქციასთან და მისთვის განკუთვნილ დროს, თვეში ერთხელ, ეთერში „საყმაწვილო სტუდიის" სახელწოდებით გადიოდა. თანდათანობით ამ თანამშრომლობას სისტემატური ხასიათი მიეცა.

ამ პერიოდში საქართველოს ტელემაუწყებლობაში აღარ გამოიყენებოდა საბჭოთა ტელევიზიის მეთოდები, რისი საშუალებითაც აუდიტორიის გაერთიანება, კონსოლიდაცია მსოფლიოსთან დაპირისპირების ხარჯზე ხდებოდა, დისკურსით „ისინი" და „ჩვენ". „ისინი" მხოლოდ ნეგატიური თვისებების მატარებლები იყვნენ, „ჩვენ" კი ყველა შესაძლო ღირსება მოგვეწერებოდა. „ინტეგრაციის, ცივილიზებული აზროვნების მიმართულებით პირველი გარღვევა 1986-1987 წლების ტელეხიდები იყო (ოსტანკინოს პირველი არხი) ჩვენი ქვეყნების (მომმე რესპუბლიკები) და აშშ-ის, დიდი ბრიტანეთის, იაპონიის რიგითი მოქალაქეების მონაწილეობით, რის შედეგადაც ადამიანებმა გააცნობიერეს და მიხვდნენ, რომ „ჩვენც" და „ისინიც" დიალოგში პარტნიორები და პლანეტაზე მეზობლები ვართ" [5]. მასობრივი კომუნიკაციის ყველა საშუალებას, პირველ რიგში, ტელევიზიას თავისი შესაძლებლობებით ძალუძს ხელი შეუწყოს საზოგადოების ინტეგრაციის ურთულეს პროცესს. ტელევიზიის ინტეგრაციულ ფუნქციას ასრულებს მაუწყებლობის ყველა სახეობა: პუბლიცისტიკა, ხელოვნება, სპორტული, გასართობი და საბავშვო მაუწყებლობა. ზემოხსენებული ზ. ოშხნელის სტუდიის ბაზაზე მომზადებულ ტელეპროექტებს შეძლებისდაგვარად შემოჰქონდა დასავლური ცხოვრების წესის ამსახველი ნიუანსები და გადაცემათა ეს ციკლები (გადაცემები სკაუტებზე, მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების მოზარდთა ცხოვრებაზე და ა.შ.) ბავშვებს, მოზარდებს თანდათან ამზადებდა ინტეგრაციისა და გლობალიზაციის რთულ პროცესებში ჩართვისათვის.

ამავე პერიოდში, 1990 წელს, გამოჩნდა პირველი დამოუკიდებელი ტელეკომპანია „მერმისი", თუმცა, იგი მაინც სახელმწიფო ტელევიზიაზე იყო დამოკიდებული, იყენებდა ტელერადიოდეპარტამენტის სტუდიებსა და ტექნიკურ საშუალებებს.

1991-1992 წლებიდან თანდათანობით დაიწყო დამოუკიდებელი ტელეკომპანიების განვითარება თბილისსა და საქართველოს დიდ თუ პატარა ქალაქებში. ამოქმედდა: „იბერვიზია“, “ერქვანი“, „კავკასია“, „თამარიონი“, „რუსთავი-2“, „საქართველოს ხმა“, „ევრიკა“, „ფაზისი“, „რიონი“ და სხვ. საწყის ეტაპზე ტელეკომპანიების სამაუწყებლო ბადეში თითო-ოროლა ორიგინალური გადაცემა იყო, ისიც ძირითადად საინფორმაციო პროგრამები. ტელეკომპანიების სამაუწყებლო ბადე, უმთავრესად, შევსებული იყო „მეკობრული”, უკონტროლო ვიდეოპროდუქციით. მძიმე ეკონომიური კრიზისისგან დათრგუნული საზოგადოების დიდი ნაწილისთვის ტელევიზია განტვირთვისა და ინფორმაციულ-კულტურული მოთხოვნების დაკმაყოფილების ერთადერთ საშუალებად იქცა. ერთბაშად, განუკითხავად შემოიჭრა დასავლეთის მრავალფეროვანი და მრავალრიცხოვანი ტელეპროდუქცია, მასკულტურა. „ჩვენში პერესტროიკა” იმით დაიწყო, რომ უცხოური მდარე კომერციული მასკულტურის (ზოგი მოაზროვნე კონტრკულტურას რომ უწოდებს) მღვრიე ნაკადს „მწვანე შუქი” აენთო. ეს ამბავი იმხანად ჯერ კიდევ არსებულ საბჭოთა კავშირში „ცენტრიდან” დაიწყო, თუმცა, ჩვენმა ტელევიზიამ ამ „კეთილშობილური” მისიის შესრულებაში ლამის დაჯაბნა მოსკოვი. ამოქმედდა „აკრძალული ხილის” სინდრომიც. ამას ისიც დაერთო, რომ იმხანად გამკითხავი არავინ იყო და უცხოური პროდუქციისათვის ფულსაც კი არავინ ითხოვდა.

საბჭოთა კავშირის მესვეურები თავის დროზე უცხოური იდეოლოგიის შემოჭრას უფრთხოდნენ, თორემ მასკულტურის დონე სრულიადაც არ ანაღვლებდათ.

„მდარე მასკულტურის “ტრიუმფული სვლა” საქართველოში გრძელდება, ლავასავით მოზღვავებული, განვითარებადი ქვეყნებისათვის გამიზნული იაფი ოკეანისგაღმური ნაწარმი წალეკვით გვემუქრება”, – წერს Lib. ge-ს ესეისტი ლალი ავალიანი [6]. მასკულტურამ ყველაზე ძლიერი დარტყმა სწორედ მოზარდ თაობას მიაყენა. რთული პოლიტიკურ-ეკონომიური რყევების შედეგად საქართველოს ტელევიზიაში, განსაკუთრებით კი საბავშვო პროგრამების რედაქციაში, აღარ არსებობდა ორიენტირები. ძველი სტერეოტიპები აღარ იყო საჭირო, როგორი უნდა ყოფილიყო ახალი ტელეპროდუქცია, ეს ჯერ კიდევ ბუნდოვანი იყო.

1993 წელს ე. შევარდნაძის პოლიტიკური მხარდაჭერის უზრუნველსაყოფად შეიქმნა „საქართველოს მოქალაქეთა კავშირი“, რომლის თავმჯდომარეც თავად სახელმწიფოს მეთაური გახდა. ამრიგად, შევარდნაძემ შეძლო თავისი ძალაუფლების ლეგიმიტაცია დემოკრატიული ინსტიტუტების ფარგლებში. პარლამენტმა მიიღო ახალი კონსტიტუცია, რომელიც ძირითადად ძალაუფლების დანაწილების ამერიკულ მოდელს დაეყრდნო. ქვეყანაში სერიოზული რეფორმები დაიწყო. მათ შორის სახელმწიფო ტელევიზიაშიც, საქართველოს ტელევიზიის

საბავშვო პროგრამების მთავარ რეადაქციას საბავშვო და საყმაწვილო პროგრამების მთავარი რედაქცია ეწოდა, მასვე შეუერთდა „ძილისპირულის“ განყოფილებაც, რომელიც მანამდე კინორედაქციას ეკუთვნოდა.

ქვეყანაში თანდათანობით დაიწყო საბჭოთა ცნობიერების შეცვლისა და ცენზურისაგან დატყვევებული სიტყვის გათავისუფლების პროცესი. გამოიკვეთა სხვა ფასეულობები, სამყაროს ახლებური ხედვა. პარალელურად შემოდიოდა ციფრული ტექნოლოგიები, რომლებიც განსაკუთრებით საბავშვო პროგრამებში იქნა გამოყენებული. ისევ ამოქმედდა წინა ხელისუფლების დროს დაწყებული ექსპერიმენტი. ჯგუფის ხელმძღვანელმა თ. სხვიტარიძემ თანამოაზრეები გააერთიანა და 1992 წლის 10 მაისს ქართულ ტელესივრცეში სრულიად განსხვავებული გადაცემა „ბასტი-ბუბუ“ დაიბადა.

„ბასტი-ბუბუს“ თანამედროვე საქართველოს ისტორიის უმწვავესი პოლიტიკურ-სოციალური პროცესების დროსაც შეუზღუდავი შემოქმედებითი თავისუფლება ჰქონდა. ამ პროექტმა, რომელიც ქართულ ტელესივრცეში 2010 წლის ივნისამდე არსებობდა, 30– წლიანი „ძილისპირული“ ეთერიდან ჩამოხსნა და ტელემაუწყებლობის ბადეში 18 წლის განმავლობაში სამართლიანად დაიკავა სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის განკუთვნილი ნიშა. პროგრამის წარმატება რამდენიმე მომენტმა განაპირობა: უპირველეს ყოვლისა, აუცილებლობა შეცვლილიყო „საბჭოთა მენტალობის“ მატარებელი და ცენტრალური ტელევიზიის „ღამე მშვიდობისა, პატარებოს“ ანალოგით შექმნილი „ძილისპირული“. შემოქმედებით ჯგუფს ამ მიმართულებით მუშაობა ჯერ კიდევ ზ. გამსახურდიას პრეზიდენტობის დროს ჰქონდა დაწყებული.

ტელევიზიის ახალმა თავმჯდომარემ ა. გოგელიამ პროექტის რეალიზაციისთვის საკმაოდ სოლიდური თანხები გამოყო და, ამასთან, „ბასტი-ბუბუს” ჯგუფს მოქმედების მაქსიმალური თავისუფლება მიანიჭა (აქ იგულისხმება ის კომერციული საწყისები, რაც „ბასტი-ბუბუმ“ სახელმწიფო სტრუქტურაში ჩამოაყალიბა). „ბასტი-ბუბუს“ შექმნის პროცესში ქართული თოჯინების თეატრის სამხატვრო ხელმძღვანელი თ. ბადრიაშვილიც იყო ჩართული, რამაც განაპირობა პროექტის პროფესიულ დონეზე წარმართვა და რეალიზაცია. თ. ბადრიაშვილი ამ პროექტის, ასე ვთქვათ, ნათლიაც იყო. სწორედ მის მიერ არის შერჩეული პროექტის სახელწოდება „ბასტი-ბუბუ“, რაც სულხან-საბას მიხედვით ნიშნავს „როკვას ფეხის ცემითა“ [7]. „ბასტი-ბუბუ“ ქართულმა საზოგადოებამ, დიდმა თუ პატარამ, ტელეეკრანზე გამოჩენისთანავე შეიყვარა. ორივე თოჯინა – ბასტი და ბუბუ „ძილისპირულის“ ფისუნიასა და ყურშასგან რადიკალურად განსხვავდებოდნენ. ისინი თანამედროვე თოჯინების მსგავსად სრულიად სხვა მასალით, ახალი ტექნოლოგიებით დამზადდა. თოჯინები წინამორბედებისგან ფერადოვნებითა

და დახვეწილობით გამოირჩეოდა. მათი თვალები, წამწამები და პირი თავისუფლად მოძრაობდა, ხოლო კიდურები პლასტიკური იყო. მეთოჯინეებმა ზუსტად მოძებნეს ბასტის და ბუბუს ვიზუალობის შესაფერისი ხმების ტონალობა, ინტონაცია, რამაც ერთიანობაში ორი სრულიად განსხვავებული ხასიათის თოჯინური სახის შექმნა განაპირობა. ეს საბავშვო რადაქციის დიდი წარმატება იყო.

„ბასტი-ბუბუ“ დრამატურგიულად გამართული, მოზაიკური სტრუქტურის, ეკლექტური ფორმის ტიპური საინფორმაციო პროგრამა იყო. წამყვანებად ბასტი და ბუბუ მოგვევლინენ, მათ პატარა კორესპონდენტები „ემსახურებოდნენ“, რომლებიც სიუჟეტებს ამზადებდნენ ბავშვებისათვის საინტერესო თემებზე. საინფორმაციო პროგრამა ბავშვებისათვის გასაგებ ენაზე წარმოადგენდა კრიტიკულ სიუჟეტებსაც, რომლებიც უფროსებისკენ იყო მიმართული. დრამატურგიული კონფლიქტი სათაურშივე იდო: ბასტი-ბუბუ სასაუბრო ენაში ხმაურს, ჟრიამულს ნიშნავს; წამყვანები სიუჟეტში დასმულ პრობლემებს სხვადასხვა კუთხით უყურებდნენ და სწორედ ბასტისა და ბუბუს დავაში იკვეთებოდა სიმართლე.

სკოლამდელი ასაკის ბავშვების საინფორმაციო პროგრამა დიდაქტიკურ-აღმზრდელობითი ხასიათის იყო, თუმცა, წინამორბედი პროგრამისაგან იმით განსხვავდებოდა, რომ დიქტორის ნაცვლად აქ ბავშვებს თოჯინები არიგებდნენ ჭკუას. ასეთი ფორმა პატარებისათვის უფრო მისაღები აღმოჩნდა. სავარაუდოდ, სწორედ ფორმის გადაწყვეტამ განსაზღვრა საბოლოოდ პროექტის წარმატება. შიდა ჩვენებისას „ბასტი-ბუბუმ“ უმაღლესი შეფასება მიიღო, თუმცა, რამდენიმე გადაცემის შემდეგ მას საინფორმაციო დატვირთვა მოეხსნა და მხოლოდ გასართობ-სანახაობითი ფუნქციებით შემოიფარგლა. შემოქმედებითმა ჯგუფმა თანდათან თავისი სარეპეტიციო დარბაზი ჯერ გადასაღებ პავილიონად, შემდგომ კი სამონტაჟო სტუდიად გადააკეთა. თ. ბადრიაშვილმა ტელევიზია დატოვა, ხოლო გადაცემის ავტორმა თ. სხვიტარიძემ და მენეჯერმა ხ. წულაიამ „ბასტი-ბუბუს“ პოპულარობა სათანადოდ შეაფასეს და საკუთარი კომერციული საქმიანობაც წამოიწყეს. მათ 1994 წლიდან ბავშვთა ფედერაციაში კერძო სტუდია „ბასტი-ბუბუ“ გახსნეს, რომელიც გადაცემისთვის ამზადებდა ბავშვებს ცეკვასა და სიმღერაში. ქართული მენტალიტეტიდან გამომდინარე, სტუდიას უამრავი მსურველი გამოუჩნდა. პრაქტიკულად, „ბასტი-ბუბუს“ შემოქმედებითმა ჯგუფმა სახელმწიფო სტრუქტურა საკუთარი ბიზნესის წარმოებისთვის გამოიყენა, შემდგომში მათ სტუდიის ფინანსურ დამოუკიდებლობას მიაღწიეს და 1995 წელს ფილარმონიისა და სპორტის სასახლის დარბაზებში დიდი საკონცერტო პროგრამების გამართვაც დაიწყეს. ამ პროგრამისთვის საგანგებოდ შეიქმნა ბასტისა და ბუბუს დიდი თოჯინები, რომლებიც უკვე სცენიდან

ესაუბრებოდნენ ბავშვებს. მასობრივ ღონისძიებაში ბასტი-ბუბუს აღსაზრდელებთან ერთად ქართული ესტრადის ვარსკვლავებიც მღეროდნენ. ამ აქციებმა გადაცემის რეიტინგი უფრო ასწია, თუმცა თანდათან „ბასტი-ბუბუმ“ პირვანდელი სახე დაკარგა. გადაცემაში ხშირად მონაწილეობდნენ საშუალო ან დაბალი მუსიკალური მონაცემების ბავშვები. რაც შეეხება რეპერტუარს, იგი ძირითადად ერთფეროვანი და მდარე ხარისხის სიმღერებისგან შედგებოდა. „ბასტი-ბუბუ“ შემოქმედებითი კრიზისის წინ აღმოჩნდა და ტელეფორმატის შეცვლა გადაწყდა.

1996 წელს ტელემაუწყებლობის საეთერო ბადეში „ბასტი-ბუბუს“ ჩაენაცვლა „მულტი-პულტი“, თუმცა გადაცემა ისევ ბასტი-ბუბუელი ბავშვების ცეკვა-სიმღერებზე იყო აწყობილი. ამას დაემატა მხოლოდ ფრაგმენტები ცნობილი ინგლისური ტელესერიალიდან „ტელეღიპუცები“. პარალელურად, დილის პროგრამა „ალიონში“ ამავე ჯგუფის მიერ მზადდებოდა „მაღვიძარას“ სახელით, რომელიც პრაქტიკულად ყოფილი საბჭოთა ცენტრალური ტელევიზიის ამავე სახელწოდების გადაცემის პრინციპზე იყო აწყობილი.

„ბასტი-ბუბუს“ სტუდიის შემოქმედებითი კრიზისი გრძელდებოდა. 1998 წელს პროგრამის კონცეფცია შეიცვალა და „ბასტი-ბუბუს“ ახალი გმირები დაემატა: დიჯეი გოგა, ექიმი არდი, ბიზნესმენი შანსო, მზარეული კოკო და ხელოვნებათმცოდნე მელპომენე. ამ ცვლილებებმა გაამართლა. თითოეული თოჯინა თავის სფეროზე „ზრუნავდა“ და შესაბამის სიუჟეტებს „ამზადებდა“. პროექტმა შემეცნებით-აღმზრდელობითი ფუნქცია დაიბრუნა. „ბასტი-ბუბუს“ რეიტინგმა ისევ აიწია, პარალელურად, შემოქმედებითი ჯგუფი კომერციულ კონცერტებს უკვე საქართველოს სხვადასხვა კუთხეებში მართავდა. 1999 წლიდან ვაკის პარკში დაბადების დღის ცენტრი „ბასტი-ბუბუ“ ამოქმედდა. ეს პირველი ასეთი ტიპის ორგანიზაცია იყო. ბუნებრივია, ბავშვებისათვის „ბასტი-ბუბუში“ დაბადების დღის გადახდა ყველაზე პრესტიჟული იყო. მათი მასპინძლები ხომ ცნობილი თოჯინები ბასტი და ბუბუ იყვნენ. 2000 წლიდან გაყიდვაში გამოვიდა „ბასტი-ბუბუს“ ვიდეო და აუდიოპროდუქცია. „ბასტი-ბუბუს“ ხელმძღვანელების ბიზნეს–სტრატეგიამ საქართველოს ტელესივრცეში სრული მონოპოლია მოიპოვა. პრაქტიკულად იმ პერიოდისთვის მას ალტერნატივა არც ჰქონდა.

ამ მაგალითის განხილვით ჩვენ, ერთი მხრივ, წარმოვაჩინეთ დიქტატისგან გათავისუფლებული შემოქმედებითი და ბიზნეს–აზროვნების შედეგი და, მეორე მხრივ, კომუნისტური ტელეპროპაგანდისაგან დიამეტრალურად განსხვავებული მიდგომა საბავშვო მაუწყებლობაში, რომელიც მოზარდების ბუნებრივი განვითარების ხელშეწყობას ისახავდა მიზნად. მართალია, ეს ამოცანა ყოველთვის წარმატებით ვერ სრულდებოდა (შესაბამისი პროფესიული პოტენციალისა და გამოცდილების დეფიციტის, გარკვეულ ეტაპზე ბიზნეს-

მოგების პრიორიტეტულობისა და ბევრი სხვა სუბიექტურ-ობიექტური ფაქტორის გამო), მაგრამ გასათვალისწინებელია, რომ, ფაქტობრივად, ეს იყო პირველი საბავშვო პროექტი პოსტსაბჭოთა ქართულ ტელევიზიაში, რომელიც ერთგვარ ბრენდად იქცა სატელევიზიო სივრცეში და მის მიღმა.

2001 წელს „ბასტი-ბუბუს“ ჯგუფმა პროექტი მთლიანად შეცვალა და ეთერში სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის ახალი გადაცემა „ბაბილინა“ გავიდა. ეს იყო ფორმით მრავალკომპონენტიანი, კომბინირებული გადაცემა. ფორმა გულისხმობს არა მხოლოდ განსხვავებული ჟანრებისა და ჟანრული ელემენტების, არამედ, სტილის გაერთიანებასაც, რაც თანამედროვე კულტურისთვისაა დამახასიათებელი. ფსიქოლოგი ვ. ველში წერს: „როგორც ლიტერატურასა და არქიტექტურაში, სახელოვნებო პრაქტიკაშიც ასევე ბატონობს პრინციპული პლურალიზმი. ერთადერთი უტოპიური მოდელის უარყოფა და ყოველმხრივ განსხვავებული სინჯების სიმრავლეზე გადასვლა ხელოვნებაში უახლესი სიტუაციისთვისაა დამახასიათებელი“ [8].

სემიოტიკაში განხორციელებული კვლევების საფუძველზე ცნობილია, რომ ნიშანთა სხვადასხვა ელემენტების შეჯახება მხატვრულ მნიშვნელობას იძენს. სავარაუდოდ, პროექტის ავტორებსაც ეს იდეა ამოძრავებდათ, როდესაც გადაცემას ხუთი განსხვავებული ფორმის ეპიზოდებისგან ქმნიდნენ და მათი გამთლიანებით ცდილობდნენ მხატვრული ეფექტის მიღწევას. თუმცა ეს ჩანაფიქრი ბოლომდე ვერ განახორციელეს. „ბაბილინას“ პირველი ნაწილი დადგმითი ხასიათის იყო, მეორე ნაწილში უჩვენებდნენ ფრაგმენტებს მულტფილმებიდან, მესამე ნაწილში კონკრეტულ თემაზე მიმდინარეობდა საუბარი (მეგობრობაზე, სიკეთეზე და ა.შ.), მეოთხე ნაწილში ბასტი-ბუბუელების მუსიკალურ კლიპს უჩვენებდნენ, ან სიმღერის და ცეკვის ცოცხალ შესრულებას გვთავაზობდნენ. რაც შეეხება მეხუთე ნაწილს, ის ხან იყო და ხან არა.

გადაცემის მთავარი მუხტის შემქმნელი წამყვანი, ბაბილინა უნდა ყოფილიყო, მაგრამ ვფიქრობთ, რომ ვინ იყო ბაბილინა, რა ხასიათის პერსონაჟი, ცოტა არ იყოს გაუგებრად დარჩა. მისი სახელი ქართველი ტელემაყურებლისათვის მულტფილმ „ბაბილინას“ გმირთან ასოცირდებოდა, მაგრამ ტელეწამყვანი ბაბილინა ამ გმირთან არანაირ კავშირში არ იყო. გადაცემის წამყვანი საბავშვო ბაღის აღმზრდელს თუ დაქირავებულ ძიძას თამაშობდა. გადაცემის დასაწყისში ბაბილინასთან მშობლებს ბავშვები მიჰყავდათ და ცოტა ხნით ტოვებდნენ. ბაბილინას სტუდიაში მიყვანილი ბავშვების და მათთან ერთად ტელემაყურებელი პატარების გართობა ევალებოდა. თუმცა მან ამ ამოცანას თავი ვერ გაართვა. სასურველი

იქნებოდა პროგრამის ხელმძღვანელებს პროფესიონალი, პოპულარული მსახიობი შეერჩიათ, იმპროვიზაციის უნარით დაჯილდოებული ადამიანი, რომელიც იმღერებდა, იცეკვებდა, რომელიმე ინსტრუმენტზე დაუკრავდა, ბავშვებთან უშუალო, ცოცხალ კონტაქტს დაამყარებდა და გადაღებისას მოულოდნელ სიტუაციებს თავის და გადაცემის სასარგებლოდ წარმართავდა.

ასეთი ტიპის გადაცემის წარმატების ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორი ამბის საინტერესოდ თხრობაა, რადგანაც სწორედ ამაზეა დამოკიდებული კომუნიკაციის ეფექტის ხარისხიც. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ პროფესიონალი მსახიობი გრიმით, ვარცხნილობით, კოსტუმითა და, რაც მთავარია, ფანტაზიით თხზავს პერსონაჟს. ბაბილინა ამ კრიტერიუმებს ვერ პასუხობდა. კოსტუმით იგი გერმანული თუ სკანდინავიური ზღაპრის გმირს მოგვაგონებდა, შეიძლებოდა იგი ევროპელი პერსონაჟიც ყოფილიყო, ოღონდაც დაკონკრეტებული (მაგალითად, მასთან ბავშვები უცხო ენის შესასწავლად მიეყვანათ, რაც იმდროისთვის აქტუალური იყო). მაგრამ ბაბილინა არც კონკრეტული პიროვნება იყო და არც შეთხზული პერსონაჟი, იჯდა კადრში და სტუდიაში მისულ პატარებს უღიმღამოდ უყვებოდა ზღაპარს.

ცნობილია, რომ თეატრალური ხელოვნებისათვის ამბის ქმედითად თხრობა აუცილებელია, რაც ნიშნავს ამბის სახიერად, ემოციური დატვირთვით მოყოლას. ზღაპარი ამისთვის განსაკუთრებული მასალაა, მასში რამდენიმე პერსონაჟია. პროფესიონალი მსახიობი პერსონაჟის ხასიათს თავის წარმოსახვაში ქმნის, თხზავს და შემდგომ რეალურად ძერწავს ხასიათს, ასე თანდათანობით იქმნება ესა თუ ის პერსონაჟი დამახასიათებელი ჩვევებითა და ინტონაციებით. მხოლოდ ასეთი შემოქმედებითი ძიებებითა და მიდგომით არის შესაძლებელი შედგეს მხატვრული პერსონაჟი. მ.თუმანიშვილი წერდა: „ბევრი მსახიობი ქცევას, მოქმედებას გადამწყვეტ მნიშვნელობას მხოლოდ სიტყვიერად ანიჭებს, სინამდვილეში კი ყველაფერს ეძებს სიტყვაში და არა სიტყვის მიღმა. მთავარია ძაფის რომელ წვერს გამოწვევ, საიდან დაიწყებ ქსოვას. მსახიობის პროფესია ეს არის ავტორის სიტყვებისა და რემარკების საშუალებით მოქმედი პირის ფსიქოლოგიის ამოკითხვა და მისი გადაყვანა ქცევისა და ქმედების ენაზე“ [9]. ბაბილინა კი ბავშვებს ზღაპარს მხოლოდ ინფორმაციის სახით აწვდიდა. ინფორმაციის დონეზე მოყოლილი ზღაპარი სტუდიაში მიწვეული ბავშვებისათვის მოსაწყენია, რის გამოც ისინი კადრში ხშირად ამთქნარებდნენ და აქეთ-იქით უმისამართოდ იყურებოდნენ. ხოლო როდესაც იწყებოდა მულტფილმი, მაშინ სტუდიაში შეკრებილი ბავშვების ფუნქცია საერთოდ გაუგებარი ხდებოდა. ესეც ამ პროექტის სერიოზულ ხარვეზებზე მიუთითებდა. თუმცა, კონკრეტულად ამ პრობლემის გადაწყვეტა სირთულეს არ წარმოადგენდა. შესაძლებელი იყო სტუდიაში ეკრანის დამონტაჟება და სასურველი მულტფილმის რეალურად გაშვება. ასეთ შემთხვევაში, ბავშვებს მულტფილმის

შესაბამისად ცოცხალი, ბუნებრივი ემოციები გაუჩნდებოდათ, ხოლო შემდგომში, დამონტაჟებისას, ტელეეკრანზე მათი რეაქციის ჩვენება გადაცემას სულ სხვა ჟღერადობას შესძენდა.

„ბაბილინას" მხატვრული გადაწყვეტის პრობლემა მხოლოდ პერსონაჟთან არ იყო დაკავშირებული. პროფესიული თვალსაზრისით ტელეპროექტისთვის შეუფერებელი იყო ბაბილინას ოთახი, რომელიც გადასაღებ პავილიონს ნამდვილად არ ჰგავდა. ცნობილია, რომ სატელევიზიო გადაცემის გადასაღებად სტუდიაში მინიმუმ 3-4 კამერა ისე უნდა დადგეს, რომ მათ ადვილად იმოძრაონ. აწყობილ დეკორაციასა და გადასაღებ ტექნიკას შორის ერთფეროვნებისა და სტატიურობის თავდასაღწევად საჭიროა სივრცე, გათვალისწინებული უნდა იყოს გადასაღებად საჭირო განათებისა თუ კამერების დასაყენებელი წერტილების ადგილები, ბაბილინას ოთახი კი თეატრის პრინციპით იყო მოწყობილი. მას მხოლოდ მეოთხე კედელი აკლდა. გადამღებმა ჯგუფმა, შესაძლოა, იგი ყოფითი ატმოსფეროს შესაქმნელად მოაწყო და არ გაითვალისწინა ტელეგადაცემისათვის აუცილებელი ელემენტარული წესები, რის გამოც გადაცემაში ხშირად დარღვეული იყო კადრის კომპოზიცია, პერსპექტივა, ნაკლებად იყო გამოყენებული შიდაკადრული მოძრაობა, რის გამოც კადრები ბრტყელია და სტატიკური. ეკრანული ხელოვნების მთავარ თვისებაზე ჯერ კიდევ კინოხელოვნების განვითარების საწყის ეტაპზე მიანიშნებდა რ. კლერი: „თუკი არსებობს კინოესთეტიკა, მაშინ ის გამოიხატება ერთ სიტყვაში - „მოძრაობა". ეს საგნების გარეგანი მოძრაობაა, ის, რასაც ჩვენ ვხედავთ, რომელსაც ემატება შინაგანი მოძრაობა" [10]. ცნობილია, რომ ყველა სახის მოძრაობა ეკრანზე კინემატოგრაფიულია თუნდაც იმიტომ, რომ მათი წარმოქმნა მხოლოდ კინო ან ვიდეოკამერას შეუძლია. როდესაც სცენას მოძრაობით ვიღებთ, ის უფრო მეტად დამაჯერებელია და სინამდვილეს უახლოვდება, რადგანაც ცხოვრებაში ადამიანის თვალი მუდმივად მოძრაობაშია, ის ხან ჩერდება წამიერად, მზერას მიაპყრობს რაიმეს, ე. ი. აფიქსირებს, ხან აქეთ-იქეთ იხედება, აღიქვამს ყველას და ყველაფერს, ანუ ეკრანის ენით რომ ვთქვათ, პანორამულად მოძრაობს. თანამედროვე ტექნოლოგია დღითიდღე იხვეწება, მაგრამ მას მაინც არა აქვს ადამიანის თვალთახედვის შესაბამისი ტემპორიტმი და არეალი, თუმცა პროფესიონალები ყოველთვის ცდილობენ ვიდეოკამერის საშუალებით ადამიანის მზერის მოძრაობის ტრაექტორია გაიმეორონ. „ბაბილინას" შემთხვევაში დინამიკა ნაკლებად იგრძნობოდა, რის შედეგადაც მთელი გადაცემა ერთი წერტილიდან გადაღებულ უინტერესოდ დადგმულ სპექტაკლს წააგავდა.

გადაცემის მეორე ნაწილში ბაბილინასთან სტუმრად ცნობილი მომღერალი მოდიოდა. „ვარსკვლავი" უშუალოდ ამყარებდა ურთიერთობას პატარებთან, მათთან ერთად მღეროდა და

ცეკვავდა. ეს ეპიზოდები ამ ტელეპროექტის ყველაზე ცოცხალი და კარგი ნაწილი იყო. პატარები ცნობილ სახეს სიხარულით ეგებებოდნენ და სიმღერისა თუ ცეკვის თანასწორუფლებიანი მონაწილეები ხდებოდნენ. აქ ბავშვები მაქსიმალურად ბუნებრივები და ხალისიანები იყვნენ. ცნობილი სახე არ ირგებდა სხვის კოსტუმს, არ იკეთებდა გრიმს, ამ შემთხვევაში მოდიოდნენ კონკრეტული, ცნობილი ადამიანები და მათთან შეხვედრა აღაფრთოვანებდა ბავშვებს. ისინი ძალდაუტანებლად და ორგანულად იქცეოდნენ. საბავშვო გადაცემების მომზადებისას, თემისა და იდეის დაზუსტების შემდეგ, სირთულე ფორმის გადაწყვეტაა. მთავარია მოიფიქრო ხერხი, რომელიც ბავშვებს ბუნებრივ მდგომარეობაში ჩააყენებს, რაც ჩვენს მიერ განხილული გადაცემის ზემოაღნიშნულ ეპიზოდში წარმატებით განხორციელდა.

რაც შეეხება "ბაბილინას" შემდეგ ეპიზოდს, სადაც ბაბილინა ბავშვებს კონკრეტულ საოჯახო საქმიანობას ასწავლიდა (ოთახის გამოგვა, წიგნების გაწმენდა, სადღესასწაულო სუფრის გაშლა და სხვ.), იდეაში ყველაზე ქმედითი და ვიზუალურად საინტერესო უნდა ყოფილიყო. მაგრამ, სამწუხაროდ, ამბავი ეკრანის ენაზე არ იყო ნაჩვენები და მხოლოდ კადრს გარეთა ტექსტით იყო გადმოცემული. ეს ხერხი კი მხოლოდ მაშინ არის გამართლებული, როცა იგი მაყურებლისთვის ისეთ აუცილებელ ინფორმაციას იძლევა, რომელიც მხოლოდ გამოსახულებით ვერ გადმოიცემა. „არასოდეს აღწერო ის, რაც ისედაც ჩანს ეკრანზე. თქვენი სიტყვები კი არ უნდა იმეორებდეს, არამედ ავსებდეს გამოსახულებას" [11], – ამბობს ცნობილი ამერიკელი რეჟისორი და პედაგოგი მ. რაბიგერი. ტელემაყურებლებს, მით უმეტეს პატარებს, მოვლენების ახსნა და ვიზუალურად ჩვენება სჭირდებათ, უფრო მეტიც, საკვანძო მომენტებში საჭიროა აქცენტების გაკეთება. ის, რასაც ბაბილინა ასწავლიდა, ფაქტების მშრალი აღწერა იყო.

„ბაბილინას" თითოეულ გადაცემაში რამდენიმე თემა იყო: მეგობრობა, დედა-შვილობა, სიყვარული... თუმცა, არც ერთი თემა ბოლომდე არ მუშავდებოდა და გადაცემა ფრაგმენტულობის, დაუსრულებლის შთაბეჭდილებას ტოვებდა. გადაცემაში მიზნობრივად ვერ იყენებდნენ არსებულ სატელევიზიო ტექნოლოგიურ შესაძლებლობებს. ერთი შეხედვით "ბაბილინა" თითქოსდა სინთეზურ პროდუქციას ჰგავდა, მაგრამ სინამდვილეში აზრისა და ფორმის მთლიანობა დარღვეული იყო. ახალი აზროვნება, საგნებისა და მოვლენების ახლებური აღქმა სრულიად არ ნიშნავს გაუაზრებელი ქაოსის დამკვიდრებას. თუ ჩვენ გვინდა გადაცემა (საბავშვო იქნება ეს თუ სხვა სახის) თანამედროვე პოსტმოდერნისტული კულტურის კონტექსტში იქნას მოაზრებული, მაშინ უნდა შევძლოთ მისთვის დამახასიათებელი „პრინციპული ეკლექტიზმი" და თითქოს ერთმანეთის გამომრიცხავი თვისებები მხატვრული მთლიანობით ისეთ სისტემაში მოვაქციოთ, რომელიც დაუმუშავებელი და მექანიკურად

შეკოწიწებული პოპურის შთაბეჭდილებას არ დატოვებს. ცხადია, უპირველეს ყოვლის, საბავშვო გადაცემამ პატარები უნდა გაართოს, თუმცა, სასურველია აღმზრდელობითი ფუნქციებიც შეითავსოს. ანტიკური ხანის პოეტი ჰორაციუსი წერდა: „ხელოვნებამ ან უნდა გაართოს ადამიანი, ან სარგებლობა მოუტანოს, ხოლო საერთო მოწონებას კი იმსახურებს ის, ვინც სასარგებლო საამოს შეურია და ადამიანი კიდეც გაართო და კიდეც დაარიგა“ [12]. ისიც უნდა ითქვას, რომ „ბაბილინაში“ მხოლოდ თბილისელი ბავშვები მონაწილეობდნენ, უფრო კონკრეტულად კი, „ბასტი-ბუბუს“ სტუდიელები. იშვიათად, საშობაოდ ან სააღდგომოდ, იწვევდნენ სმენადაქვეითებულ, უნარშეზღუდულ ან მიუსაფარ ბავშვებს. ეს კეთილშობილური მისიაა, მაგრამ პროექტში სათანადო ადგილი უნდა დათმობოდა გამორჩეული ნიჭით დაჯილდოებულ ბავშვებსც. „ბაბილინა“ პირველი არხის – სახელმწიფო ტელევიზიის ეთერში გადიოდა, რის გამოც პროგრამა არ უნდა შემოფარგლულიყო მხოლოდ დედაქალაქის ბავშვთა ინტერესებით. პროექტში საქართველოს ყველა რეგიონის ბავშვებს რომ მიეღოთ მონაწილეობა, მაშინ გადაცემა უფრო მასშტაბურ ხასიათს მიიღებდა.

&3. BTK-ის ვიდეოაპარატურისა და კომპიუტერული მონტაჟის გამოყენება საბავშვო ტელემაუწყებლობაში

1994 წლის 7 იანვარს, პირველი არხის ეთერში გაჩნდა ნახატი – ჩარჩოში მოქცეული კაცუნა, რომელიც მოულოდნელად გაცოცხლდა. ასე დაიბადა კომპიუტერული გმირი ტელევეზირი. ამ დროისთვის საქართველოში უკვე შემოსული იყო კომპიუტერული თამაშები. კომპიუტერული გმირის გამოჩენა სასიხარულო და მისაღები გახდა არა მხოლოდ იმ პატარებისთვის, ვისთვისაც კომპიუტერი ხელმისაწვდომი იყო. ტელევეზირმა პატარა ტელემაყურებლებს თანამშრომლობა შესთავაზა, ახალი თამაში გამოიგონა - ბავშვებს სთხოვა თავიანთი ნახატები ტელევიზიაში გაეგზავნათ, იმ იმედით, რომ ეს ნახატები ტელევიზორში გაცოცხლდებოდნენ და მოწყენილი ტელევეზირიც ტელევიზორის ყუთში მარტო აღარ იქნებოდა. რეჟისორის (ნ. ბეგიაშვილი) მოძებნილმა ხერხმა გაამართლა, ბავშვების გაგზავნილი ნახატი პერსონაჟები კომპიუტერული გრაფიკით ცოცხლდებოდნენ და შემდგომში ათასგვარ ფათერაკებსა თუ თავგადასავლებში ხვდებოდნენ. რეჟისორმა მრავალათასიან საბავშვო ტელეაუდიტორიასთან ურთიერთობის სრულიად ახალი ფორმა შემოგვთავაზა.

წინამდებარე ნაშრომის პირველ თავში განხილულია გადაცემა „ჯადოსნური საღებავები” (გადაცემა გ. გვახარიას მიყავდა), რომლის შემოქმედებით ჯგუფსაც იგივე იდეა ამოძრავებდა,

სიუჟეტი იქაც ბავშვების გაგზავნილი ნახატებზე იყო აგებული, თუმცა მათ სულ სხვა მხატვრული გადაწყვეტა ჰქონდათ. ახალმა ტექნოლოგიამ ახალი ფორმები მოიტანა - ბავშვებს უკვე კომპიუტერული გმირი ტელევეზირი ეკონტაქტებოდა ეთერიდან. თემებიც დროის შესაბამისად შეიცვალა: სიუჟეტებში მოულოდნელად გაჩნდა ისეთი სერიოზული პრობლემური თემები, რომელიც თურმე ბავშვებს დიდებზე ნაკლებად არ აწუხებდათ. ეს იყო „ომი“, „მშვიდობა“, „უპატრონო ბავშვები“, „ეკოლოგია“ და სხვ. განსაკუთრებული წარმატება ხვდა წილად პროექტს ეკოლოგიაზე. ამ გადაცემის შემდგომ რედაქცია უამრავ წერილს იღებდა. თითოეული ბავშვი თითქოსდა თავს ვალდებულად თვლიდა ტელევეზირისთვის ერთგვარად ანგარიში ჩაებარებინა და წერილით დაედასტურებინა, რომ დარღვეული ეკოლოგიის შესაჩერებლად მანაც დარგო ერთი ხე.

შეიძლებად ითქვას, რომ აღნიშნული გადაცემა ნამდვილ ტელეაქციად გადაიქცა. „ტელევეზირმა“ პირველი ნაბიჯები გადადგა ინტერაქტიული ტელევიზიისკენ. პროექტის მომზადების ინიციატორები და ნაწილობრივ შემსრულებლებიც ბავშვები იყვნენ, საბოლოო მხატვრულ ფორმას პროექტს პროფესიონალებისაგან შემდგარი ჯგუფი აძლევდა. „ტელევეზირზე” უამრავი სტატია დაიბეჭდა პრესაში. ამის საილუსტრაციოა ერთი ამონარიდი: „ბავშვური ნახატები გულწრფელად გამოხატავენ თავიანთ გრძნობებს და გვაიძულებენ მათ მიერ აღმოჩენილ სამყაროში ვიმოგზაუროთ... პროგრამის რეჟისორი ნ. ბეგიაშვილი პროფესიონალია, მისთვის „ტელევეზირი“ ცხოვრების გზაა, რათა შეინარჩუნოს სამყაროსადმი პოზიტიური ხედვა” [13].

„ტელევეზირი“ ერთ-ერთი მაღალმხატვრული ტელეპროდუქცია იყო, რომელიც ფორმითა და შინაარსით თანამედროვე სტანდარტებს აკმაყოფილებდა. ამაზე მეტყველებს ის პრიზები, რომლებიც ამ პროექტმა მიიღო - 1999 წელი, ფილმები: „უზარმაზარი ცა“, „ოზონის შრე“, „შემოდგომის ავტორები“ შეტანილ იქნა TACIS-ის ვიდეოთეკაში; 2001წელი, გერმანია, ქ. ფრაიბერგი - პრიზები: Noimar von Ditfurth – Priz da best children film”, ფილმისთვის - „შავი, შავი ზღვა“; 2001 წელი, გერმანია, ქ. ბერლინი ECOMOVIE -2001 - პრიზი “სამეფო ჯილდო”; 1994 წელი, თბილისი, საერთაშორისო ტელეფესტივალი „მანა - 94“; 1994 წელი, მოსკოვი, „ოსტანკინო“ - პირველი ხარისხის დიპლომი დ პრიზი „ახალი ჟანრის წარმატებული ძიებისთვის“; 1999 წელი, კიევი - ეკოლოგიური ფილმების საერთაშორისო ფესტივალის პირველი ხარისხის დიპლომი ფილმისთვის „შემოდგომის ავტორები“; 1999 წელი, სანკტ-პეტერბურგი, საერთაშორისო ფესტივალი „მწვანე ხედვა“ პრიზი საუკეთესო საბავშვო ფილმისთვის; 1999 წელი, პარიზი, RIENA-ს საერთაშორისო ფესტივალი, პრიზი საუკეთესო ანიმაციური ფილმისთვის.

ამავე პერიოდში საბავშვო რედაქციაში გაჩნდა იდეა შექმნილიყო საინფორმაციო პროგრამა თინეიჯერებისთვის „საყმაწვილო ქრონიკები“ (ავტორი - ლ. გერაშვილი, რეჟისორი - თ. ჭაბუკიანი, რედაქტორი - გ. ლეონიძე). ეს მანამდე არსებული საბავშვო ტელეპროგრამებისგან განსხვავებული პროექტი იყო. პოსტსაბჭოთა საქართველოს მოზარდებმა უკვე იცოდნენ, რომ ბავშვებს აქვთ თავიანთი უფლებები, მათ გაუჩნდათ სურვილი, ელაპარაკათ მანამდე ტაბუდადებულ თემებზე. ესენი ომში გამოვლილი ბავშვები იყვნენ, მათ თვალწინ იწვოდა შენობები, ინგრეოდა ქალაქები, ბევრმა მათგანმა დაკარგა ახლობლები; თვითონ გამოიარა „გოლგოთის გზა“ სოხუმიდან თბილისამდე; მათ ნახეს როგორ ესროდნენ ორჯონიკიძის ძეგლს კვერცხებს, როგორ ჩამოაგდეს თავისუფლების მოედანზე კვარცხლბეკიდან პროლეტარიატის ბელადის ლენინის ძეგლი; მათ გაიარეს ენერგოკრიზისი, უტრანსპორტობა, უშუქობა, სიცივე, შიმშილი, გაკვეთილები გაყინულ საკლასო ოთახებში, ბევრი მათგანი თავად იდგა საათობით პურის რიგებში...

ასეთი კატაკლიზმების დროს ყველაზე ძნელია, გაერკვე სიმართლეში, შემოქმედებითი ჯგუფის მთავარი ამოცანა იყო ბავშვებისთვის გასაგებ ენაზე აეხსნათ ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენები. მძიმე პროცესებისაგან გაღიზიანებული თაობა უფროსებისაგან დიდაქტიკასა და მორალზე საუბარს არ მიიღებდა. აქედან გამომდინარე, გადაწყდა, რომ მოზარდებთან ურთიერთობა მათივე თანატოლების მეშვეობით განხორციელებულიყო. ტელევიზიით გამოცხადდა ღია კონკურსი წამყვანებზე, ასობით ბავშვისგან შეირჩა ორი წამყვანი გ. და მ. ასათიანები (მ. ასათიანი დღეს პოპულარული გადაცემის „პროფილის“ წამყვანია).

პროგრამა, რომელიც ყოველ კვირა დილით გადიოდა ეთერში, ასახავდა არა მხოლოდ დედაქალაქის, არამედ, საქართველოს სხვადასხვა რეგიონების მოზარდების ცხოვრებასა და პრობლემებს, მოვლენებს, რომლებიც პირდაპირ თუ ირიბად დაკავშირებული იყო მოზარდებთან. იგი შეიცავდა კრიტიკულ რეპორტაჟებსაც. ეს ფორმით ტიპური საინფორმაციო დაიჯესტი იყო. მას მოზარდ წამყვანებთან ერთად ასევე მოზარდი კორესპონდენტები ჰყავდა, რომლებიც უფროსების დახმარებით სიუჟეტებს ამზადებდნენ, მივლინებებშიც მიემგზავრებოდნენ და აქტიურად მონაწილეობდნენ ყველა სატელევიზიო პროცესში (დაგეგმვა, გადაღება, მონტაჟი, გახმოვანება...). პროექტში მოზარდების ჩართვამ ახალი შემოქმედებითი იმპულსები, ახალი თემები, ახლებური ხედვა შეიტანა საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობაში. შეიძლება ითქვას, რომ იმ დროისთვის მოზარდები უფროსებზე უფრო ადვილად და თამამად ალაპარაკდნენ ტაბუდადებულ თემებზე. გადაცემა ერთგვარ სამჭედლოდაც გადაიქცა, სადაც მოზარდები თავის შემოქმედებით ძალებს სინჯავდნენ. ბევრმა

მათგანმა ამ პროექტზე მუშაობისას გადაწყვიტა, რომ ჟურნალისტიკა ან ტელერეჟისურა აერჩია თავის მომავალ პროფესიად.

ტელევიზიის განვითარებასთან ერთად ვითარდებოდა ტელეპროფესიებიც. გაიზარდა მოთხოვნები გადაცემების წამყვანების მიმართ. ეკრანს ესაჭიროებოდა მოაზროვნე, დახვეწილი მეტყველების ტელეგენური ადამიანები. გადაცემების უმრავლესობა თავად ავტორებს მიჰყავდათ. ეკრანიდან თანდათან გაქრა დიქტორების ინსტიტუტი. მეტი მოთხოვნები გაჩნდა რეჟისორების მიმართ. მათ სწრაფად უნდა აეთვისებინათ კომპიუტერული ტექნიკა მთელი თავისი უმდიდრესი შესაძლებლობებით. ვირტუალური რეალობის ტექნოლოგია, ახალი გამომსახველობითი ხერხებით, ორიგინალური იდეების რეალიზაციის საშუალებას იძლეოდა. მკვლევარი ე.გრომოვა, სტატიაში „პოსტმოდერნიზმის თეორია და პრაქტიკა“, წერს: „კომპიუტერით შექმნილი ვირტუალური რეალობა ეს არის გრაფიკული, აკუსტიკური, პლასტიკური და სხვა თვისებების მქონე ინტერაქტიული ფენა, რომელშიც შეგიძლია შეაღწიო, შენს ნებაზე მართო, დააკვირდე მის ტრანსფორმაციას და, ამავე დროს, არ დაკარგო რეალური შეგრძნებები“ [14]. საქართველოს ტელევიზიაში თანდათან იქმნებოდა კომპიუტერული დეკორაციები, კომპიუტერული ანიმაცია, ვირტუალური გარემო და გმირები ქართულ ტელესივრცეში გაჩნდა პირველი ვირტუალური წამყვანი, პოპულარული მეა (მუსიკალურ გადაცემაში „მეალომანია“). ამ ფონზე საბავშვო და საყმაწვილო პროგრამების მთავარ რედაქციაში კრიზისი დაიწყო, რადგან ძველი და ახალი ტელეფორმატების თანაარსებობა უამრავ პრობლემას ქმნიდა. ე. წ. „გარდამავალი ეტაპი“ გრძელდებოდა. ამავე პერიოდში სახელმწიფო ტელევიზიის თანამშრომლების მიმართ სულ უფრო და უფრო ხშირად გაისმოდა საყვედურები, მათ „საბჭოთა მენტალიტეტის, კომუნისტური კონსტრუქციებით მოაზროვნეებს” უწოდებდნენ. სახელმწიფო ტელევიზიაში ჯერ კიდევ არ ჰქონდათ ჩამოყალიბებული განვითარების ახალი კონცეფცია, რის გამოც დაძაბულობა ხელმძღვანელობასა და თანამშრომლებს შორის სულ უფრო და უფრო მატულობდა. მედიამკვლევარი ე. იბერი წერდა: „რაც ყველაზე მთავარია, უნდა დამთავრდეს საქართველოში ტელერადიომაუწყებლობის ფუნქციონირების ამჟამინდელი „გარდამავალი ეტაპი“ და სახელმწიფო და დამოუკიდებელი სტრუქტურების ურთიერთობა (ისევე როგორც სამაუწყებლო პოლიტიკის ყველა სხვა საკითხი) მტკიცე საკანონმდებლო ბაზას დაემყაროს - ახალი კანონი, პრესისა და მასობრივი ინფორმაციის სხვა საშუალებათა შესახებ, ზოგადი ხასიათისაა და არ ითვალისწინებს ტელერადიომაუწყებლობის ბევრ სპეციალურ საკითხს. ასეთი კანონმდებლობის შექმნა, ისევე როგორც საქართველოში ტელემაუწყებლობის ზოგადი კონცეფციისა და პრაქტიკული რეკომენდაციების შემუშავება, სახელმწიფო, საზოგადოებრივი

და სამეცნიერო რგოლების ერთობლივ ძალისხმევასა და არა მარტო ჟურნალისტების, არამედ, პოლიტოლოგების, იურისტების, სოციოლოგების, კულტუროლოგების და ბევრი სხვა დარგის სპეციალისტთა სერიოზულ შრომას მოითხოვს”[15]. პოლიტიკური და ეკონომიკური კრიზისისა და ფეთქებადი სეპარატისტული რეგიონების მქონე ქვეყანას ტელევიზიაში სერიოზული ცვლილებებისთვის არ ეცალა, მაგრამ ცვლილებები, უპირველეს ყოვლისა, მტკივნეული საკადრო ცვლილებები, მაინც განხორციელდა, ტელევიზიისა და რადიოს სახელმწიფო კომიტეტის ახალი თავმჯდომარის ზ. შენგელიას ხელმძღვანელობით. საბავშვო მაუწყებლობისთვის საკადრო ცვლილება სასიკეთო აღმოჩნდა - მთავარ რედაქტორად დაინიშნა ზ.ინაშვილი, პროფესიონალი ჟურნალისტი და კინორეჟისორი.

ახალმა მთავარმა რედაქტორმა კატეგორიულად მოითხოვა თანამშრომლებისგან ძველი პროექტების შეცვლა. ამ პერიოდს უკავშირდება ახალი ტელეფორმატის „ტელე-ზღაპრის“ შექმნა (ავტორი და რეჟისორი თ. ჭაბუკიანი, მხატვრები: ნ. მეტრეველი და ნ. დონდოლაძე). ამ პროექტის განხილვა საჭიროდ მიგვაჩნია არა მხოლოდ იმიტომ, რომ იგი ეკრანზე ზღაპრის შექმნის სრულიად ახალი ხერხით გამოირჩევა, არამედ იმიტომაც, რომ საბავშვო ტელემაუწყებლობაში ზღაპრები ყოველთვის იყო პრიორიტეტული. ახალი ტელეფორმატის წარმატება ტელეეკრანზე გარკვეულწილად განაპირობა მასში დრამის რეჟისორისა და ტელერეჟისორის გამოცდილების შერწყმამ, უპირველეს ყოვლისა, თეატრის და კინოს მსახიობებთან მუშაობის მრავალწლიანმა პრაქტიკამ.

თეატრისა და კინოს მსახიობებს თავიანთ შემოქმედებაში ცხოვრების გამოხატვის უმაღლეს საფეხურს შეუძლიათ მიაღწიონ. თუმცა, „ცხოვრების გამოხატვა“, „ცხოვრების ილუზიის“ შექმნა ამ ორ შემთხვევაში სხვადასხვაგვარია. თეატრში მსახიობის ძალისხმევა იმისკენაა მიმართული, რომ მაყურებელს მის მიერ შექმნილი სახე აჩვენოს. ამას ის ამბის მოქმედების ენაზე გადატანის საშუალებით აღწევს, რისთვისაც დამატებით იყენებს გრიმს, კოსტუმს, ჟესტებს, ხშირად უტრირებულად გამოხატავს ემოციებს. მაყურებელი თეატრში მზად არის ეს „არაბუნებრივობა“, უფრო ზუსტად, პირობითობა, მიიღოს, რადგანაც ეს თეატრის სპეციფიკაა.

კინემატოგრაფში კი საქმე სხვაგვარადაა. აქ მთავარი დინამიკაა, კამერა აფიქსირებს მსახიობის მოქმედების უმნიშვნელოვანეს დეტალებს, ახლო ხედით შეიძლება აზრის მოძრაობაც კი დაფიქსირდეს. ეს ელემენტი თეატრალური ხელოვნების გამომსახველობისათვის უცხოა, სამაგიეროდ, იგი კინემატოგრაფის საფუძველია. გამოჩენილი კინორეჟისორი მ. რომი წერდა: „პირობითობა სასცენო ხელოვნებისაგან განსხვავდება. კინოში მსახიობი ხანდახან იძულებულია

იურთიერთოს რეალურ ადამიანებთან, ტიპაჟებთან, ნამდვილ გოჭთან, იმუშაოს ნამდვილ ინტერიერში, ბუნებაში... აქედან გამომდინარე, აღმოცენდება რთული ზღვარი პირობითობასა და სინამდვილეს შორის, კინემატოგრაფში სინამდვილეც სხვა სახისაა“ [16]. კინო მსახიობისგან მოითხოვს გამოავლინოს შექმნილი სახის არსი, დაძაბულობისა და მანერულობის გარეშე. კამერისაგან არაფერი იმალება, საჭიროა თითოეულ კადრში შესრულდეს სამსახიობო ამოცანა. მსახიობმა თითოეულ კადრში ზედმიწევნით ზუსტად უნდა გადმოსცეს ის შტრიხი, რომელიც ხელს შეუწყობს შეთხზული სახის გამთლიანებას. სირთულე იმაშია, რომ თეატრისაგან განსხვავებით, კინოში როლს თანმიმდევრულად ვერ ითამაშებ, კინოში როლი საბოლოოდ მონტაჟის დროს იქმნება. ამის შესახებ რეჟისორი და მსახიობი ო. ეფრემოვი მიუთითებდა: „ვთვლი, რომ მსახიობის თამაშის ბუნება კინოსა და თეატრში ერთი და იგივეა... არსებითი სხვაობა იმაშია, რომ თეატრში მე მაქვს საშუალება თანმიმდევრულად ვითამაშო შეთხზული სახე, რაც ნებას მაძლევს უფრო ზუსტად განვავითარო შეთხზული სახის ევოლუცია, განვსაზღვრო ფსიქოლოგიური საფეხურები. კინოში კი საჭიროა აზრობრივად განისაზღვროს როლი, ვცდილობ მთელი გადაღების პერიოდში შევინარჩუნო როლის განვითარება, რა თანმიმდევრობითაც არ უნდა გადაიღონ... კინოში ხომ როლი მონტაჟის დროს იგება და ფორმირდება“ [17].

კინორეჟისორების უმრავლესობა, როგორც წესი, იმ მსახიობებს მიმართავენ, რომელთა გარეგნული, ფიზიკური მონაცემები ეკრანზე შესაქმნელი პერსონაჟის შესახედაობას შეესაბამება. გარკვეული თვალსაზრისით, პიროვნების გარეგნული იერსახე მისი არსის მაჩვენებელია. თუმცა, არსებობს გამონაკლისი შემთხვევებიც. კინოკამერა ადამიანის სახეზე გაელვებულ აზრს აფიქსირებს, ეს ადრევე შეამჩნიეს კინორეჟისორებმა და თეორეტიკოსებმა. რ. კლერი განმარტავდა: „კინოკამერა აფიქსირებს მზერას, მხრების თითქოსდა შეუმჩნეველ აჩეჩვას, ამიტომაც, ჰიჩკოკი მსახიობისგან მოითხოვს ნეგატიურ სამსახიობო თამაშს. ჰიჩკოკი მოითხოვს, მსახიობმა კადრში აჩვენოს სიტყვის არსი, ისე რომ არაფერი გააკეთოს“ [18]. კინემატოგრაფისტების მიერ მოძებნილმა საშუალებებმა უნდა გახსნას პერსონაჟის სახე. ამ შემთხვევაში იგულისხმება კადრში ადამიანის სახის ახლო ხედით ჩვენებას, როდესაც მაყურებლის თვალწინ ჩანს პერსონაჟში აზრთა ჭიდილი, მაგალითად, რაღაც მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღებისას. ზემოაღნიშნული ფაქტორები ტელევიზიაში განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს. ტელეეკრანი ხომ უპირატესობას ადამიანის სახეს ანიჭებს, რომელიც ხშირად იზოლირებულია საგნობრივი ფონისაგან. აქედან გამომდინარე, მსახიობი ტელეკრანზე „მოლაპარაკე პორტრეტად“ გადაიქცევა. „სატელევიზიო მსხვილ ხედს არა მარტო ახლოს მოაქვს ჩვენამდე ადამიანის სახე სივრცეში,

არამედ გადაჰყავს იგი სხვა განზომილებაში - სულიერში. ტელემაყურებელს უნიკალური შესაძლებლობა აქვს ბოლომდე ნათელი გახადოს ადამიანთა დაფარული აზრები, გრძნობები, განწყობები, განზრახვები, საგნები, რომლებიც არ არიან სივრცობრივი, თუნდაც ათასჯერ იყვნენ მარკირებული სივრცობრივი ნიშნებით“ [19].

ტელევიზიას აქვს შესაძლებლობა, რომ მსახიობი ურთიერთმოქმედებაში შევიდეს თავის მიერ შექმნილ პერსონაჟთან. ტელეეკრანიდან მსახიობს შეუძლია მაყურებელს აჩვენოს არა მხოლოდ თავისი მუშაობის შედეგი, არამედ, როლზე მუშაობის პროცესიც. ტელევიზია, განსხვავებით თეატრისა და კინოსაგან, უფრო „გაშიშვლებული კონსტრუქციაა“. მაგალითად, მსახიობის მიერ შექმნილ პერსონაჟს უშუალოდ შეუძლია მიმართოს ტელემაყურებელს. სასცენო ხელოვნებისათვის მისაღები და დამახასიათებელია ცნობილი „აპარტე“, რეპლიკა გვერდიდან, აპელაცია დარბაზისაკენ. ტელევიზიაში კი პირდაპირი მიმართვა მაყურებლისადმი ტელევიზიის დიალოგური ფუნქციებიდან გამომდინარეობს. მსახიობში ყოველთვის არსებობს „მე“ და „ის“ საკუთარი პიროვნება და პერსონაჟის ხასიათი. ტელევიზიაში შესაძლებელია რომ პერსონაჟის განხორციელებისას მსახიობმა პირდაპირ მიმართოს მაყურებელს, როგორც პიროვნებამ და გარკვეული აზრობრივი აქცენტები გააკეთოს.

„ტელეზღაპარში“ (სულ 2000-2003 წლებში შეიქმნა 27 „ტელეზღაპარი“) სწორედ ეს მხატვრული ხერხი, ტელევიზიის ამგვარი შესაძლებლობა იქნა გამოყენებული. შემოქმედებითი ჯგუფის მიზანი იყო შექმნილიყო ზღაპრული სატელევიზიო ფორმატი. ტელეზღაპარს ჰყავდა მთხრობელი, ის ბავშვებს ამზადებდა წარმოსახვით სამყაროში შესაყვანად და, ამავდროულად, ეპიზოდებს აკავშირებდა ერთმანეთთან. რირ-პროექციის საშუალებით (საინკრუსტაციო ფონი), მთხრობელის ფონზე ხან ზღვა გამოჩნდებოდა, ხან ნაკადული, ხან კი ცაში მონავარდე მერცხლები. ყველაზე ქმედით ეპიზოდებს მსახიობი თამაშობდა (თეატრისგან განსხვავებით აქ ერთი მსახიობი 5-10 პერსონაჟს თამაშობდა). ხშირ შემთხვევაში პერსონაჟი კომპიუტერში “ეწყობოდა”, მაგალითად, „კოკროჭინაში“ მთავარი გმირი კომპიუტერული გრაფიკით დაიხატა და ისე დამონტაჟდა, რომ ცოცხალ პერსონაჟთან ორგანულად ურთიერთობდა. კომპიუტერულმა მონტაჟმა შექმნა შესაძლებლობა სამგანზომილებიან გამოსახულებას მრავალფეროვანი ხმოვანი სივრცის მოცულობაც დამატებოდა. ასე შეიქმნა საინტერესო აუდიოვიზუალური ერთიანობა. ერთ-ერთ პუბლიკაციაში „უფროსების ბავშვობა საბავშვო პროგრამებში“ აღნიშნული იყო, რომ: „სცენა და სტუდია ორი სხვადასხვა სუბსტანციაა, რეჟისორი ცდილობს მაქსიმალურად გამოიყენოს ორივე მათგანის შესაძლებლობები და თანამედროვე კომპიუტერიზაციის ეპოქაში შექმნას მარადიული პერსონაჟების ახალი სახეები, კომპიუტერული გმირები. ასეთი ფორმით

გადაღებულ ზღაპრებს არა მარტო ბავშვები, არამედ უფროსებიც დიდი ინტერესით უყურებენ“ [20].

ტელეზღაპრების პოპულარობას კიდევ ერთი ფაქტორი განაპირობებდა: ზღაპრებში მონაწილეობდნენ საქართველოს პოპულარული მსახიობები: გ. ბერიკაშვილი, კ. საკანდელიძე, ნ. ჭანკვეტაძე, რ. ბოლქვაძე, ნ. ბურდული, რ. იოსელიანი, მ. ლორია და სხვ. აქედან გამომდინარე, ტელეზღაპრები მაყურებლისთვის საყვარელი მსახიობების ერთგვარ გალერეად იქცა.

ამავე პერიოდში MTV-ის ზეგავლენით ქართულ ტელესივრცეში პირველი მუსიკალური კლიპები შეიქმნა. Clip ინგლისური სიტყვაა და პირდაპირი თარგმანით შეკვრას, სიმაგრეს ნიშნავს. იგი გამოსახვითი ხერხებით გაჯერებული ფორმაა, სადაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ავტორისეულ თუ ტექნიკურ გამომგონლობას. სპეციალისტების მოსაზრებით, იგი სავარაუდოდ, სარეკლამო ვიდეორგოლის გავლენით წარმოიშვა. კლიპი თავისებური მიკროფილმია და ხშირად კლასიკური დრამატურგიის ნაწილებისაგან შედგება. ბუნებრივია, ახალი ტექნოლოგიები ზეგავლენას ახდენს ზოგადად კულტურის ესთეტიკაზე, მათ შორის ტელევიზიაზეც. ამ პერიოდში საქართველოს ტელემაუწყებლობაში გაჩნდა ახალი, ბტკ-ის სისტემები და კომპიუტერული სამონტაჟო მაგიდები.

ცნობიერების ტექნოლოგიური ტრანსფორმაციის პროცესი საქართველოშიც შემოვიდა. უპირველესად ეს გამოიხატება ერთ ნაწარმოებში ნიშანთა სხვადასხვა სისტემის თავმოყრით, რიტმის სწრაფი ცვლით, მოულოდნელი თანმიმდევრობით და ა.შ. ასეთი ესთეტიკა განსაკუთრებით სარეკლამო რგოლებისთვისაა დამახასიათებელი. კომპიუტერი დღეს დროის ნიშნად გვევლინება. კომპიუტერული მონტაჟით უამრავი სპეცეფექტის გამოყენებაა შესაძლებელი. განსაკუთრებით ეს ვიდეოკლიპებშია მიღებული. პრაქტიკულად, კლიპზე მუშაობისას ძირითადად კოლაჟის მეთოდი გამოიყენება. კოლაჟი სახვით ხელოვნებაში ნიშნავს ერთი მთლიანობის შექმნას სხვადასხვა მასალით. საეკრანო ხელოვნებაში კი კოლაჟს უფრო მეტი საშუალებები და აზრობრივი დატვირთვა აქვს. ამ შემთხვევაში შესაძლებელია გაერთიანდეს ყველაფერი, რაც დედამიწაზე რეალურად არსებობს და რაც შესაძლებელია ადამიანის ფანტაზიამ მხატვრულ სახედ აქციოს. მხედველობაში გვაქვს თანამედროვე კომპიუტერული გრაფიკის საშუალებები, რომელიც ბუნებაში არარსებული ფორმებისა და მათი ეკრანიდან აღქმის საშუალებას იძლევა. ასეთ შემთხვევაში საჭიროა სივრცული კავშირების მოძებნა, სივრცის სულ სხვანაირი ორგანიზაცია და სიუჟეტის სიღრმისეული გააზრება. თუ ყველაფერი არ იქნება გათვალისწინებული, მაშინ ნოვატორობისა და ულტრათანამედროვეობის სახელით შეიქმნება უსახური და უსაგნო პროდუქცია. გავიხსენოთ ფრანგი მხატვრის ა. მატისის

მოსაზრება: „რაც არ უნდა კარგად დაალაგო საღებავები ერთმანეთის გვერდით, არაფერს ნიშნავს, რადგან მთავარია ისინი ერთმანეთზე კარგად მოქმედებდნენ, წინააღმდეგ შემთხვევაში, კაკაფონია იქმნება” [21]. მუსიკალური კლიპები ძირითადად ილუსტრაციული ხასიათისაა, ან ასოციაციური კავშირებითაა აგებული. ასოციაციური მონტაჟით აგებული კლიპები უფრო სიღრმისეულია და უფრო ნათლად გამოხატავენ მუსიკის არსს. ასეთ შემთხვევაში ხშირად არის გამოყენებული მოულოდნელი გადასვლები, უცნაური ტემპო-რიტმი, რომელიც ხანდახან, შესაძლებელია, შინაარსთან კონფლიქტში მოვიდეს. მაგრამ აქ ყველაზე მთავარი კადრების დინამიური მონაცვლეობაა, რადგანაც მუსიკალურ კლიპში ყველაფერი აგებულია რიტმულ კონსტრუქციაზე. „ემ-თი-ვი“-ის მუსიკალური კლიპები ისეა გადაღებული, რომ მაყურებელს ერთი ნახვით აუცილებლად გაუჭირდება მისი აღქმა. ამიტომაც, მან ერთსა და იმავე კლიპს რამდენჯერმე უნდა უყუროს და ყოველი ნახვის შემდეგ ის ახალ-ახალ დეტალებს აღმოაჩენ“ [22]. ეს, ცხადია, შემთხვევით არ ხდება, რადგანაც კლიპების უპირველესი მიზანი დრამატიული და ემოციური მუხტის შექმნაა.

ქართველი კლიპმეიკერები ზემოთ აღნიშნული პროცესებისაგან ჯერ საკმაოდ შორს იყვნენ, მაგრამ 90-იანი წლების შუახანებიდან პირველი მცდელობები ამ მიმართულებით აქტიურად დაიწყო. ამ პერიოდში ქართულ საბავშვო ტელესივრცეში პირველი საბავშვო მუსიკალური კლიპები გაჩნდა: „ჯეირანი“ (თ. ჯამბურია), „ჩემი ქალაქი“ (ნ. ქარსელაძე), „პოპური“ (მ. თხელიძე). გაჩნდა დუეტები, რომლებსაც ბავშვები ცნობილ მომღერლებთან ერთად ასრულებდნენ: „გული გელოდება“ (ნ. ქარსელაძე და „ქუჩის ბიჭები“), „ქვეყანა აირია“ (მ. თხელიძე და ს. თოლორაია), „ნუ შეგაშინებს დრო“ (ნ. გოგიტიძე და რ. მორჩილაძე).

ზემოაღნიშნული საბავშვო ვიდეოკლიპებიდან ყველაზე პოპულარული გახდა „პოპური“ (რეჟისორი ბ. ფოცხიშვილი). კლიპის წარმატება განაპირობა კარგმა მუსიკამ, საინტერესო სიუჟეტმა, ზუსტმა მხატვრულმა გარემომ, დიზაინმა და, რაც მთავარია, რეჟისორის ინტერპრეტაციამ, რადგანაც კლიპში გამოსახულება მუსიკალური ბგერის კონტრაპუნქტს წარმოადგენდა. „ერთი ცხადია – თითქმის ყველა კლიპში წამყვან როლს ასრულებს არა მოვლენა (სიმღერა თუ მუსიკალური ნომრის შესრულება), არამედ, მისი აზრობრივი და ასოციაციური კავშირების წარმოჩენა. ცნობილი ტელემკვლევარი ნ. უტილოვა თავის წიგნში „მონტაჟი, როგორც მხატვრული გამომსახველობის საშუალება“ წერს: „გარეგნული გარსი“, ფორმა – მოულოდნელი მონტაჟური გადასვლები, ფერები, ტემპო-რიტმი – ხშირად კონფლიქტურად უპირისპირდება შინაარსს და „აფეთქების” შედეგად იწვევს როგორც პირდაპირ, გაცნობიერებულ, ისე არაცნობიერ ასოციაციებსაც“ [23].

ამავე პერიოდს უკავშირდება კიდევ ერთი საეტაპო საბავშვო გადაცემის დაბადება. „პატარა ამბები დიდ თემებზე“ (ავტორი და რეჟისორი ლ. გერაშვილი) იყო დოკუმენტურად გადაღებული ინტერვიუები ბავშვებთან. ინტერვიუს წარმატება ბევრად არის დამოკიდებული წამყვანზე, ჟურნალისტი ზუსტად უნდა საზღვრავდეს, თუ რას და როგორ შეეკითხება პატარა რესპოდენტს. გადაცემის ავტორი ცდილობდა საუბარი აეგო თანამოსაუბრე ბავშვის ინდივიდუალური თვისებების გათვალისწინებით. ლ. გერაშვილი შეკითხვებს ლაკონურად, მკაფიო ფრაზებში აყალიბებდა, რადგან სხვა შემთხვევაში პატარას შეიძლება შეკითხვა ვერ დაემახსოვრებინა და შესაბამისად ვერ ეპასუხა. გამოცდილი ჟურნალისტი თავიდანვე ქმნიდა ურთიერთობის უშუალო ატმოსფეროს, ცდილობდა სათანადოდ განეწყო ბავშვი, ამის მისაღწევად ხშირად საკუთარ თავზეც საუბრობდა და ხანდახან თავის რესპოდენტთან ერთად თამაშობდა.

ჟანრის თვალსაზრისით „პატარა ამბები დიდ თემებზე“ ტიპური ინტერვიუ-პორტრეტი იყო. იგი სატელევიზიო ინტერვიუს განსაკუთრებულ სახეობას მიეკუთვნება. მისი მიზანი თანამოსაუბრის ყოველმხრივ გახსნა და ჩვენებაა. ასეთ შემთხვევაში უპირატეს მნიშვნელობას იძენს პერსონის სოციალურ-ფსიქოლოგიური და ემოციური დახასიათება და მისი პიროვნული თვისებების გამომჟღავნება. აღნიშნულ პორტრეტულ ტელეინტერვიუში პატარა გმირი თავის თავზე ლაპარაკობდა და სწორედ ეს ხერხი ამჟღავნებდა მის პიროვნებასა და შეხედულებებს. ცხადია, მხოლოდ ტექსტი არ იძლევა სრულ წარმოდგენას ადამიანის ხასიათზე. ასეთ დროს უმნიშვნელოვანესია გმირების ბუნებრივი ემოციის გამოხატვა, არავერბალური ინფორმაციის მიღება, რომელიც გვაიძულებს ღრმად ჩავწვდეთ ეკრანზე წარმოდგენილ სახეებს და გვაქცევს გადაცემის თანამონაწილედ. პროფესიონალთა მოსაზრებით, სწორედ ასეთია პორტრეტული ინტერვიუს ჟანრის შესაძლებლობები და ასეთი ფორმით იყო გადაწყვეტილი გადაცემათა ციკლი „პატარა ამბები, დიდ თემებზე“. პირველად ამ გადაცემაში გამოჩნდნენ გაგრიდან ლტოლვილი ბავშვები, მათი ნაღვლიანი, შეშინებული და მრავლისმთქმელი თვალები. ერთმა სასოწარკვეთილმა გოგონამ კი პირდაპირ კადრში თქვა: არა მგონია, თუ ოდესმე სახლში დავბრუნდებიო.

„პატარა ამბები დიდ თემებზე“ თვალსაჩინო მაგალითია, თუ როგორ შეიძლება საბავშვო გადაცემა მწვავე და აქტუალურ საზოგადოებრივ გადაცემად იქცეს. ამ პროგრამამ ბავშვების თვალით დანახული ქვეყანა გვიჩვენა და ტელემაყურებლისთვის აშკარა გახდა, რომ თურმე პატარები „დიდ თემებში“ – საზოგადოებრივ, პოლიტიკურ თუ სოციალურ საკითხებში, უფროსებზე ნაკლებად არ ერკვევიან. გადაცემის ავტორმა ამ ფორმით იმდროინდელი უმწვავესი

პრობლემები საზოგადოების წინაშე დოკუმენტურად წარმოადგინა. შეიქმნა საკმაოდ მრავალფეროვანი ბავშვთა ტელეპორტრეტები (გადაცემაში საქართველოს ყველა კუთხის ბავშვები მონაწილეობდნენ). ლ. გერაშვილმა ამ გადაცემისთვის წლის საუკეთესო ჟურნალისტის წოდებაც მოიპოვა.

ამ პერიოდში განხორციელდა სხვა ახალი პროექტებიც: საგანმანათლებლო თამაში „გრამატიკონი“, “შოკოლადის მიკროფონი“ და „აბდა-უბდა“. ყურადღებას შევაჩერებთ „შოკოლადის მიკროფონზე“. ამ დიალოგური ფორმის საუბარს ათი წლის ბიჭუნა გ. ბოკუჩავა წარმართავდა. მისი როლი ძალიან ჰგავდა სტუმართმოყვარე მასპინძლისას, რომელიც ყურადღებით უსმენდა სტუმრის მიერ გამოთქმულ აზრებს. თემას, მონაწილეთა შერჩევას და სავარაუდო კითხვებსაც გადაცემის ავტორი ზ. ინაშვილი განსაზღვრავდა. ძირითადად იწვევდნენ რესპოდენტებს, რომლებიც საზოგადოების ინტერესს წარმოადგენდნენ: გამოჩენილი მსახიობები, მომღერლები, სპორტსმენები, პოლიტიკოსები და ა.შ. პატარა წამყვანი მოწვეულ სტუმრებს ისეთ კითხვებს უსვამდა, რომელიც საინტერესო იყო არა მარტო ბავშვებისთვის, არამედ უფროსებისთვისაც.

გადაცემა ერთგვარად პროვოკაციულ კითხვებზე იყო აგებული, რომლებზეც უფროსები სიამოვნებით პასუხობდნენ და მაყურებლების წინაშე სულ სხვა კუთხით წარმოჩნდებოდნენ. გადაცემის ბოლოს სტუმარი „შოკოლადის მიკროფონით“ ჯილდოვდებოდა. საუბარი სტატიკური იყო, თუმცა, გადაცემაში გამოყენებული იყო ფოტოები, მოწვეული სტუმრის ცხოვრებისა თუ შემოქმედების ამსახველი ვიდეომასალები, რის გამოც „შოკოლადის მიკროფონში“ დინამიკა მიიღწეოდა. გადაცემა ყველა ასაკის ადამიანებისთვის იყო, ამიტომაც ტელეეთერში გადიოდა საუკეთესო საეთერო დროში - 20.30 საათზე, ყოველ კვირადღეს.

მოგვიანებით, კერძო ტელეკომპანიებშიც დაიწყო ორიგინალური საბავშვო პროექტების მომზადება, ამ მიმართულებით განსაკუთრებით გამოირჩეოდა ტელეკომპანია „იმედი“, სადაც გაჩნდა რამდენიმე პროექტი. მათგან აღსანიშნავია გადაცემა „12 მტრედი“. ინტერაქტიულ გამოკითხვაზე ორიენტირებულ კონცერტ-კონკურსში იმარჯვებდა ის, ვინც მაყურებლის მიერ გამოგზავნილ ყველაზე მეტ სმს-ს დააგროვებდა. კონკურსის მოთხოვნის შესაბამისად, კონკურსანტები ცნობილ ქართულ სიმღერებს ასრულებდნენ, რაც მათ სწორ მუსიკალურ ორიენტაციასა და გემოვნებას უყალიბებდა. ეს პროექტის დადებით მხარედ უნდა ჩაითვალოს, რასაც ვერ ვიტყვით სტუდიის დიზაინზე. კონკურსანტები სტუდიაში დამონტაჟებულ უზარმაზარ ეკრანს უყურებდნენ. ეკრანის ჩარჩოზე მულტფილმების გმირები იყვნენ გამოსახული, თუმცა, ალბათ, უკეთესი იქნებოდა ნიმუშები მსოფლიოს კინოს შედევრებიდან

აეღოთ. ეკრანი მიზნობრივად არ იყო გამოყენებული, რადგანაც მთელი გადაცემის განმავლობაში ერთი და იგივე კადრი ტრიალებდა - ათასფერი ცისარტყელა და გაფრენილი საჰაერო ბუშტი.

ტელემაყურებლებისთვის უფრო საინტერესო იქნებოდა ახლო ხედებით ეჩვენებინათ კონკურსში მონაწილე ბავშვების შეფასებები და ემოციები. გადაცემა მრავალფეროვნებას შეიძენდა, თუკი ეკრანზე კონკურსანტზე წინასწარ მომზადებულ 3-5 წუთიან ვიდეორგოლებს გაუშვებდნენ, ან კონკურსანტებს და ტელემაყურებლებს იმ ცნობილი სიმღერის შემსრულებელს უჩვენებდნენ, რომლის სიმღერასაც ბავშვი ასრულებდა (მაგალითად, ვიდრე კონკურსანტი ა. პუგაჩოვას სიმღერას შეასრულებდა, ეკრანზე შეეძლოთ ეჩვენებინათ ცნობილი „ვარსკვლავის“ სიმღერების კოლაჟი და ა.შ.). ამ ხერხით კონკურსანტი და ტელემაყურებელი ბავშვები ინფორმაციასაც მიიღებდნენ და კარგადაც გაერთობოდნენ.

რაც შეეხება წამყვანებს, ისინი, ასე ვთქვათ, „ძალიან თავისუფლები“ იყვნენ. სინამდვილეში, ძირითადად თავის წარმოჩენაზე ფიქრობდნენ, რის გამოც ერთმანეთს ხშირად ლაპარაკს არ აცლიდნენ და ამასობაში ავიწყდებოდათ მთავარი – კონკურსის სანახაობრივად წარმართვა. აქედან გამომდინარე, მათი ფუნქციები მხოლოდ და მხოლოდ კონკურსანტების გვარ-სახელების და სიმღერების გამოცხადებით შემოიფარგლებოდა. ცხადია, მათ წინასწარ უნდა ჰქონოდათ გათავისებული თემა, სცოდნოდათ, რომელ მუსიკალურ ნომერს შეასრულებდნენ ბავშვები, მათთვის საინტერესო ინფორმაციები მოემზადებინათ კომპოზიტორებზე, შემსრულებლებზე, ეპოვათ ხელმოსაჭიდი, საკვანძო მომენტები, ერთგვარი ჟურნალისტური „მახე“, რომელიც ყველასთვის მოულოდნელი იქნებოდა, რაც გადაცემაში შეიტანდა დინამიკას და გარკვეულწილად იქნებოდა გარანტი წამყვანებსა და კონკურსანტებს შორის გულთბილი ბუნებრივი კონტაქტისა. საბავშვო კონკურსის წამყვანებს იმპროვიზაციის ნიჭთან ერთად, განსაკუთრებული გულისხმიერება სჭირდებათ – მათ უნდა მოახერხონ წაგებული ბავშვიც კი გულნატკენი არ გაუშვან. კონკურსი რომ სანახაობით შოუდ გადააქციო, უამრავ კომპონენტს მოითხოვს, რაც ზემოაღნიშნულ გადაცემაში ნამდვილად არ ჰქონდათ გათვალისწინებული. შესაბამისად, პროექტმა ვერ მოიპოვა წარმატება და პოპულარობა.

&4. „ვარდების რევოლუციის" ფაქტორი და საბავშვო ტელემაუწყებლობის პოლიტიკა ახალ ვითარებაში

90-იანი წლებიდან მოყოლებული, მასმედიამ საქართველოში რთული გზა განვლო. 2002 წელს სტატიაში „ძირითადი სამოქალაქო და სახელმწიფო ინსტიტუტები და ღირებულებები თანამედროვე საქართველოში", ფილოსოფოსი გ. თევზაძე წერდა: „საქართველოში ახალმა სამოქალაქო და სახელმწიფო ინსტიტუტებმა და ღირებულებებმა ვერ შეცვალა საბჭოთა პერიოდის სისტემები და სტრუქტურები. 1. ძლიერია ძველი საბჭოთა პერიოდის ინსტიტუტები და ღირებულებები. 2. ხელისუფლება ცდილობს, მხოლოდ ფორმალურად დანერგოს თამაშის ახალი წესები" [24]. პოლიტოლოგი გ. ნოდია დემოკრატიული განვითარების პროცესს ასე ახასიათებს: „ქვეყნების უმრავლესობამ დემოკრატიის მიმართულებით რამდენიმე საწყისი ნაბიჯი გადადგა და შუა გზაზე „ნაცრისფერ ზონაში" გაჩერდა. ამ ქვეყნებში ჩამოყალიბდა გაურკვეველი, ჰიბრიდული რეჟიმები, რომლებშიც შერწყმულია დემოკრატიისა და ავტორიტარიზმის ელემენტები, ზოგ შემთხვევაში ანარქიულ ფონზე, რაც „სუსტი სახელმწიფოს" (არშემდგარი სახელმწიფოს) სინდრომად არის ცნობილი. საქართველო აშკარად ამ ტიპის - „ნაცრისფერი ზონის" ქვეყნებს მიეკუთვნება" [25]. საქართველოში პოლიტიკური კრიზისი გადამწყვეტ ფაზაში შედიოდა. 2003 წლის ნოემბრის საპარლამენტო არჩევნებისათვის უკვე საბოლოოდ ჩამოყალიბდა პრეზიდენტ ედუარდ შევარდნაძის, როგორც რეტროგრადისა და დემოკრატიული რეფორმების დამამახრუჭებლის, იმიჯი. რეფორმატორების იმიჯით კი პოლიტიკურ და მედიასივრცეში პოზიციონირებდნენ შევარდნაძის ყოფილი თანაგუნდელები: რადიკალური და ქარიზმატული მ. სააკაშვილი („ნაციონალური მოძრაობა") და ჟვანია-ბურჯანაძის „გაერთიანებული დემოკრატები". ტელევიზიამ გადამწყვეტი როლი ითამაშა შემდგომში „ვარდების რევოლუციად" წოდებული პროცესების განვითარებასა და კულმინაციურ მომენტებში. „რუსთავი 2"-ის მეშვეობით მილიონობით ადამიანი აღმოჩნდა ამ პროცესის თანამონაწილე.

ტელევიზიის სპეციფიური თვისებები და მაგიური ძალის შესაძლებლობები ჯერ კიდევ ს. ეიზენშტეინმა იწინასწარმეტყველა: „კინომაგი არის სწრაფი, როგორც თვალის დახამხამება, ანდა აზრის გაელვება, ობიექტივების ზომების ჟონგლიორობითა და კამერების წერტილების მონაცვლეობით, მილიონობით მაყურებელთან პირდაპირ და უშუალოდ გზავნის მოვლენების მხატვრულ ინტერპრეტაციას მისი შექმნის განუმეორებელ მომენტში, მასთან პირველი და უსაზღვროდ ამაღელვებელი შეხვედრის მომენტში" [26].

23 ნოემბერს საქართველოს ტელეეთერში მოვლენათა განვითარების ორი ვერსია გაჩნდა: „ვარდების რევოლუციისა" და „სახელმწიფო გადატრიალების". ერთი და იგივე მოვლენის პირდაპირი ტრანსლაციისას ორი ტელეარხის ეთერი (კომერციული „რუსთავი 2" და სახელმწიფო I არხი) დიამეტრალურად განსხვავებულ ვარიანტებს გვთავაზობდა. ამ ფაქტმა ერთხელ კიდევ დაადასტურა, რომ მოვლენა, რომელიც პირდაპირი ტელეეთერით გადაიცემა, არასდროს იქნება სავსებით ობიექტური. ტელეოპერატორები მოვლენას თავისი დამოკიდებულებით იღებენ, შემდგომ მონიტორზე მიწოდებულ მასალებს (ხანდახან 5-6 კამერა მუშაობს) რეჟისორი გვთავაზობს მყისიერი მონტაჟით დალაგებული კადრების თანმიმდევრობით. „დღეს მონტაჟის სტანდარტები, კონვენციები, რომლებიც კინოსა და ტელეინდუსტრიაში რისკის მინიმუმამდე დასაყვანად შემუშავდა, მერკანტილური მეთოდური წნეხისგან თავისუფლდება... გლობალური პოლიტიკა, ციფრული ტექნოლოგიური ტრანსფორმაცია... ახალი მოთხოვნები მძაფრ მომენტებს წარმოშობს ტელევიზიისა და კინოს განცდაში" [27]. პრაქტიკულად, შემოქმედებითი ჯგუფი, ტექნიკის გამოყენებით, მაყურებელს აწოდებს „გადამუშავებულ" სინამდვილეს, თავისი დამოკიდებულებით, რომელსაც პროფესიონალები ფაქტის, მოვლენის „მხატვრულ ინტერპრეტაციას" უწოდებენ. სწორედ ასეთ ექსტრემალურ სიტუაციებში იკვეთება რეჟისორის, როგორც ინტერპრეტატორის, ფიგურა. „რეჟისორის როლი ტელევიზიაში არაჩვეულებრივად მნიშვნელოვანია, შეიძლება უფრო მნიშვნელოვანიც, ვიდრე თეატრსა, ანდა კინოში... ტელევიზიის რეჟისორი, უწინარეს ყოვლისა, უნდა იყოს ბრწყინვალე იმპროვიზატორი, ესე იგი, მას ელვისებურად უნდა შეეძლო მასალის დამონტაჟება. იმ დროს, როცა კინემატოგრაფში, ანდა თეატრში, მას შეუძლია დაუშვას განუსაზღვრელი რაოდენობის შეცდომები, რომლებსაც შემდგომ გამოასწორებს. ტელევიზიაში ასეთი შესაძლებლობები გამორიცხულია" [28]. „ვარდების რევოლუციის" შემდგომ „რუსთავი 2"-მა თავის თავს „გამარჯვებული ხალხის ტელევიზია" უწოდა. ამ მოვლენების ფონზე „რუსთავი 2"-ის რეიტინგი საზოგადოების დიდ ნაწილში მკვეთრად გაიზარდა, ხოლო სახელმწიფო ტელევიზიის მიმართ უარყოფითი დამოკიდებულება მატულობდა. ამასთან, ვითარება დაიძაბა სახელმწიფო ტელევიზიის შიგნითაც: მეტისმეტად გამწვავდა ურთიერთობები პირველი არხის თავმჯდომარესა (ზ. შენგელია) და თანამშრომლებს შორის. საბავშვო რედაქციის საკმაოდ ხანგრძლივი ისტორიის მანძილზე სწორედ ეს პერიოდი აღმოჩნდა ყველაზე გადამწყვეტი, არა შემოქმედებითი პერსპექტივების თვალსაზრისით, არამედ, ყოფნა-არყოფნის გასარკვევად. სახელმწიფო ტელევიზიაში დიდი რეორგანიზაცია დაიწყო, რასაც საბავშვო რედაქციაც ემსხვერპლა. 2004 წელს განუკითხავად დაიხურა ყველა საუკეთესო საბავშვო ტელეპროექტი.

გადარჩა მხოლოდ „ბასტი-ბუბუ“. სკოლამდელი ასაკის ბავშვების გარდა, სახელმწიფო ტელევიზიამ ეკრანი გამოურთო მოზარდებს.

დრომ მოიტანა და აუცილებელი გახდა საბავშვო პროგრამების სრული გარდაქმნა, ახალი აზროვნების დამკვიდრება. დროს თავისი კანონები აქვს, თუმცა ეს სულაც არ ნიშნავს წარსულის უგულვებელყოფას და იმის მტკიცებას, თითქოს ღირებული არაფერი შექმნილა, თითქოს ყველაფერი მაინცდამაინც ნულიდან უნდა დაიწყოს. „ვარდების რევოლუციის” შემდგომ პერიოდში I არხზე საბავშვო გადაცემებს მხოლოდ „ბასტი-ბუბუს“ შემოქმედებითი ჯგუფი ამზადებდა. საბავშვო რედაქცია აღარ არსებობდა და სამაუწყებლო ბადეში საბავშვო პროგრამებისთვის განკუთვნილი დრო ამ ჯგუფმა აითვისა. გადაცემები ამ მიმართულებით პრაქტიკულად აღარ იყო. კვლავინდებურად დარჩა საღამოს 20.45 სთ-ზე სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის „ბასტი-ბუბუ“, რომელსაც ჯერ „მულტი-პულტი“, შემდგომში კი „ბაბილინა“ ჩაენაცვლა. იგივე შემოქმედებითი ჯგუფი კვირაობით კიდევ ერთ გადაცემას „პლანეტა ბასტი-ბუბუ“-ს ამზადებდა. ეს მრავალსიუჟეტიანი შემეცნებით-გასართობი პროგრამა ყველა ასაკის ბავშვებისათვის იყო განკუთვნილი. ცხადია, სკოლამდელი, საშუალო და უფროსი კლასის მოსწავლეებს სხვადასხვა ინტერესები აქვთ და მათი გაერთიანება ამ შემთხვევაში ხელოვნური და ზედაპირული იყო.

პროექტში გამოირჩეოდა სიუჟეტი „ლიდერ პროექტი”, სადაც სხვადასხვა სფეროში წარმატებულ ნიჭიერ ბავშვებს წარმოაჩენდნენ. სამწუხაროდ, „ბასტი-ბუბუ“, დროთა განმავლობაში, ძირითად იდეას თანდათან დაშორდა და ყურადღება მთლიანად კომერციული საქმიანობისკენ მიმართა. 2004 წელს მუშაობას იწყებს „ბასტი-ბუბუს“ კლიპ– სახელოსნო, რომელიც უშვებს დისკებს. 2006 წელს გაკეთდა პირველი საბავშვო ინტერნეტ– თამაშები. 2007 წელს პირველი არხის დილის პროგრამას შეემატა ახალი გმირები: მწვანე კაქტუსი და ფუსფუსა – ხელსაქმის ოსტატი. თუმცა, ამ ფაქტორმა პროგრამას არსებითად ახალი არაფერი შესძინა. „ბასტი-ბუბუს“ შემოქმედებითი ჯგუფი უკვე მთლიანად გადაერთო საკუთარი სტუდიელების ეკრანზე გამოჩენით. პროგრამა, რომელიც საწყის ეტაპზე მაღალმხატვრული პროდუქციით გამოირჩეოდა, თანდათან მდარე ხარისხის მასკულტურის სამჭედლოდ გადაიქცა. მაგრამ ისიც გასათვალისწინებელია, რომ პროექტმა 18 წელიწადი (1992-2010 წლები) გაუძლო საეთერო მარათონს. ცნობილია, რომ სატელევიზიო პროექტს მინიმუმ ორ წელიწადში იდეისა და ფორმის სერიოზული განახლება სჭირდება, ხოლო შემოქმედებითმა ჯგუფმა, სასურველია, სხვა პროექტებზე გადაინაცვლოს, რადგან ერთი და იგივე პროექტის მომზადებისას ავტორები

უმრავლეს შემთხვევაში ერთგვარ შემოქმედებით ჩიხში ექცევიან (თუმცა არსებობს გამონაკლისიც).

2010 წლის მაისში, საზოგადოებრივი მაუწყებლის – I არხის (2004 წელს სახელმწიფო ტელევიზია საზოგადოებრივ მაუწყებლად გადაკეთდა) ახალმა თავმჯდომარემ გ. ჭანტურიამ, „ბასტი-ბუბუს“ შემოქმედებით ჯგუფს ხელშეკრულება აღარ გაუგრძელა და ბადეში სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვს განკუთვნილ საეთერო დროში „პეპეს ზღაპრები“ განთავსდა. ზღაპრები ქართულ ტელესივრცეში ყოველთვის აქტუალური იყო და იქნება. ჯერ კიდევ საქართველოს ტელევიზიის დაარსების პირველივე წლებში გაჩნდა „ბაბუა თევდორეს ზღაპრები“, შემდეგ, 2000-2003 წლებში – „ტელეზღაპრები”. ამ ზღაპრების გარდა, საქართველოს ტელესივრცეში კიდევ ჩნდებოდა სხვადასხვა ფორმატის ზღაპრები, მაგრამ ისინი დროს ვერ უძლებდნენ და ეთერში რამდენჯერმე გასვლის შემდეგ უკვალოდ ქრებოდნენ.

ზემოაღნიშნულ ზღაპრებთან შედარებით, „პეპეს ზღაპრები“ ახალს არაფერს იძლევა. სტრუქტურული შემადგენლობით მასში ყველა სატელევიზიო საშუალება არის გამოყენებული: წამყვანი, ბავშვები, დადგმითი ელემენტები, კომპიუტერული გრაფიკა, სპეცეფექტები, მაგრამ პროექტს არ ჰქონდა მთავარი ფორმის მხატვრული გადაწყვეტა და ზღაპრისთვის დამახასიათებელი ატმოსფერო. ცნობილი რუსი რეჟისორი ბ. ზახავა წერს: „ატმოსფერო – ესაა ის, რითაც სუნთქავენ სპექტაკლის პერსონაჟები... ამ გრძნობით ძლიერდება ურთიერთმოქმედება, რომელიც თავის მხრივ ქმნის საერთი ფსიქოლოგიურ გარემოს“ [29]. ვინაა პასუხისმგებელი ატმოსფეროს შექმნაზე? მსახიობი, მხატვარი თუ რეჟისორი? ამ კითხვებზე საინტერესო მოსაზრება აქვს კრიტიკოსს ნ. როსტოვას, წიგნში „ტელერეჟისურა – ოსტატობის საფუძვლები. ატმოსფერო“ იგი წერს: „ყველა მათგანს ატმოსფეროს შექმნაში თავისი გზები აქვს. მხატვარი ქმნის სივრცის დეკორატიულ სახეს, ფერს, კონსტრუქციას. კომპოზიტორი – ბგერების სამყაროს. მსახიობი არა მარტო ქმნის, არამედ იკვებება მოცემული ატმოსფეროთი, რეჟისორი კი აერთიანებს და აფართოებს სპექტაკლის ყველა მონაწილის მიერ მოძიებულ კომპონენტებს“ [30].

„პეპეს ზღაპრის“ რეჟისორმა ზღაპარში ატმოსფერო ვერ შექმნა, რის გამოც გადაცემა ზღაპრების მხოლოდ უღიმღამო ილუსტრაციაა. რაც მთავარია, თავად პეპე ვერ გადაიქცა ტელეპერსონად. ამის მიზეზი შემსრულებელში უნდა ვეძიოთ: „ტელევიზიით გამოსვლა ორატორული ხელოვნების ერთ-ერთი ფორმაა, რომელიც უძველესი დროიდან არის ცნობილი და კვლავ რჩება საზოგადოებაზე ზემოქმედების მძლავრ საშუალებად“ როგორც ცნობილია, არისტოტელემ ჯერ კიდევ 335 წელს ჩვენს წელთაღრიცხვამდე „რიტორიკაში“ ორატორული ოსტატობის სამი მხარე მოხაზა: სიტყვის აგების პრინციპები, პირადი თვისებები და უნარიანობა.

მასთან ერთად, ორატორისთვის აუცილებელია: ტექნიკა, საშუალებები, ხერხები, რომელიც გამოიყენება ორატორულ სიტყვაში.” [31].

პეპეს როლის შემსრულებელი არც ერთ მათგანს არ ფლობს. ამასთანავე, მან როგორც მსახიობმა, ვერ შექმნა სამსახიობო სახე, პერსონაჟი, რაც მისი სამსახიობო ტექნიკის არასრულფასოვნებაზე მეტყველებს; ვერ შეძლო სტუდიაში მიყვანილი ბავშვების დაინტერესება, მის მიერ მოთხრობილ ზღაპრებს პატარები გულგრილად უსმენდნენ. თანამედროვე ბავშვების დაინტერესება რთულია. ეს თაობა განებივრებულია ვიზუალური ხელოვნებით, ისინი პატარაობიდანვე მრავალფეროვანი კომპიუტერული თამაშებით არიან დაკავებული, უყურებენ უახლესი ტექნოლოგიებით შექმნილ სამგანზომლებიან ფილმებსა თუ მულტფილმებს, ამის ფონზე „პეპეს ზღაპრები“ მათთვის მოსაწყენია.

საინფორმაციო საზოგადოების სტანდარტებთან შესაბამისობა და, ამასთან, თვითმყოფადობის შენარჩუნება, საზოგადოებრივი ტელევიზიის უმთავრესი ამოცანაა. თუმცა ამ ეტაპზე I არხის ბადეში განთავსებული საბავშვო პროექტების მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ (სულ სამი პროგრამა: ყოველ საღამოს – „პეპეს ზღაპრები“, კვირაში ერთხელ –„ბავშვობანა“ და განმეორებით – პლანეტა „ბასტი-ბუბუ“), საქართველოს პატარა ტელემაყურებელს არც თანამედროვე სივრცეში ინტეგრირების საშუალება აქვს და არც ეროვნული სახელმწიფოებრივი იდენტურობის შეგრძნება. ბევრ სხვა მიზეზთან ერთად, პროფესიონალიზმის დეფიციტი ამჟამინდელი საზოგადოებრივი მაუწყებლის საბავშვო პოლიტიკაში გარკვეულწილად განაპირობა „ვარდების რევოლუციის” შემდგომი პერიოდის ტენდენციამ, როცა კადრების შერჩევა არა მხოლოდ პარტიულ სტრუქტურებში, არამედ სხვა სფეროებშიც, არა პროფესიონალიზმისა და გამოცდილების, არამედ, „რევოლუციური დამსახურების მიხედვით“ ხდებოდა.

„რევოლუციური“ განწყობა, რომლისთვისაც დამახასიათებელია ყველაფრის “ახალი ფურცლიდან“ დაწყება, საბავშვო ტელემაუწყებლობასაც შეეხო. ტელეკომპანია „რუსთავი 2“ მაყურებლის დასაინტერესებლად და მისაზიდად ყველანაირ ხერხს იყენებს. ყოველი ახალი საბავშვო პროექტის ეთერში გასვლამდე ორი კვირით ადრე, როგორც წესი, ანონსები შემდეგი ფრაზებით იწყება: პირველად ქართულ ტელესივრცეში... შესაძლოა, მათთვის, ვინც აღნიშნულ პროექტებს ამზადებდა, ეს მართლაც პირველი ნამუშევრები იყო, მაგრამ სინამდვილეში გადაცემები: „დუტას ზღაპრები“, „მხიარული სტარტები“, „ვისწავლოთ ხატვა“ და „ანა-ბანა“ ქართული ტელემედიისთვის პირველი ნამდვილად არ იყო. მაგალითად, „დუტას ზღაპრები“ ეთერში 2004 წელს გამოჩნდა, იმ დროს, როდესაც I არხზე „ტელეზღაპრები“ გაქრა. ჯერ არც ისე

დიდი დრო იყო გასული, რომ ტელემაყურებლის მეხსიერებიდან „ტელეზღაპრების“ გმირები წაშლილიყვნენ. სამწუხაროდ, „დუტას ზღაპრები“ „ტელეზღაპრების“ გადამღერება იყო. მისმა შემქმნელებმა ხერხად იგივე პრინციპები აიღეს, უფრო მეტიც, პირდაპირ გამოიყენეს „ტელეზღაპრების“ კომპიუტერული ფონები (პლაგიატობას საქართველოს ტელესივრცეში ვერ შეებრძოლები).

საბოლოო ჯამში, პროექტი ვერ გახდა რეიტინგული. შესაბამისად, „დუტას ზღაპრების“ ეკრანული სიცოცხლე ხანმოკლე აღმოჩნდა. ამის ერთ-ერთი მიზეზი შესაძლოა ისიც იყო, რომ იმ პერიოდში დუტა სხირტლაძე მთელ ქართულ ტელესივრცეში ინტენსიურად პოზირებდა სარეკლამო რგოლებში. ეს ფაქტორი მის საწინააღმდეგოდ ამუშავდა, რადგანაც ზღაპრებში მან ვერ მოახერხა გარდასახვა. შედეგად, ზღაპრისა და რეკლამის გმირი დუტა თითქმის არაფრით განსხვავდებოდა. ასეთი ტიპის პროექტებში, ფრაგმენტულ მონაკვეთებში, სადაც არ არის საშუალება მთელი სახის თანმიმდევრულად თამაშისა, მხატვრული სახის შექმნა უფრო რთულია.

“რუსთავი 2”-ის ეთერიდან ასევე პერმანენტულად იუწყებოდნენ, რომ “პირველად საქართველოში” ეთერში გავიდოდა “მხიარული სტარტები”. შესაძლოა, არხის ხელმძღვანელობამ მართლაც არ იცოდა, რომ ჯერ კიდევ 90-იან წლებში, I არხის ეთერში დიდი ხნის განმავლობაში გადიოდა გადაცემათა ციკლი „მხიარული შეჯიბრი“, რომელსაც იგივე დატვირთვა ჰქონდა – აშუქებდა ბავშვების სპორტულ თამაშობებს. ბუნებრივია, თამაშები შეიცვალა, მაგრამ ის, რომ ასეთი მიმართულების გადაცემა პირველად გაჩნდა საქართველოს ტელევიზიაში, არაპროფესიულად ჟღერდა. იგივე შეიძლება ითქვას გადაცემაზე „ვისწავლოთ ხატვა“ (გადაცემა მხატვარ ზ. სულაკაურს მიჰყავდა). ჯერ კიდევ საბჭოთა პერიოდში არსებობდა მსგავსი გადაცემები საქართველოს ტელეეთერში – „მხატვრის სახელოხნოში“ და „გზა მშვენიერებისაკენ“. რაც შეეხება საბავშვო კონცერტ „ანა-ბანას“ (რომელიც, „რუსთავი 2“-ის ფორმულირებით, ასევე „პირველად გაჩნდა” საქართველოს ტელეისტორიაში), აღვნიშნავთ მხოლოდ, რომ საქართველოს ტელევიზიის დაარსების პირველივე დღიდან საბავშვო კონცერტები მუდმივად მზადდებოდა. ის რომ იცვლება ფორმები, იმას არ ნიშნავს, რომ ასეთი რამ ჯერ არ გაკეთებულა.

ამერიკული პროექტი „საბავშვო ამბები“ საინფორმაციო პროგრამაა უმცროსკლასელთათვის; იგი არც ფორმითა და არც იდეით სიახლეს არ წარმოადგენს. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ჯერ კიდევ 1992 წელს, სახელმწიფო არხზე, სკოლამდელი ასაკის ბაშვებისათვის მომზადებული ორიგინალური მხატვრული ფორმის მრავალსიუჟეტიანი

გადაცემა „ბასტი-ბუბუ“, მთელი საქართველოს ბავშვების პრობლემებსა და უცხოეთში მომხდარ ბავშვებისათვის საინტერესო ამბებს გადმოსცემდა. ამავე პერიოდში უფროსკლასელთათვის შეიქმნა საინფორმაციო პროგრამა „საყმაწვილო ქრონიკები“, სადაც თინეიჯერები თავად მუშაობდნენ სიუჟეტებზე და მოზარდების პრობლემებსა და ცხოვრებაზე ყოველ კვირას დაიჯესტის ფორმის პროგრამას ამზადებდნენ. ამერიკული პროექტი „საბავშვო ამბები“ კარგი პროექტია, მაგრამ როდესაც ჩვენ თავად ამ მიმართულებით უკვე 28 წლის წინ გვქონდა ამ ტიპის მაღალმხატვრულად მომზადებული პროგრამები, თავისთავად ჩნდება კითხვა – რატომ უნდა ჩაითვალოს ამერიკული პროექტი ნოვატორულად საქართველოში? ჩვენ გვესმის რომ ეს პროექტი ემსახურება ქართველი ბავშვების ჩართვას გლობალიზაციის პროცესებში. ამ მრავალსიუჟეტიან გადაცემაში სიუჟეტების მესამედი უცხოელი ბავშვების თემებით არის გაჯერებული. ბუნებრივია, რომ ტელეარხი მსოფლიო სტანდარტებისკენ მიისწრაფვის, ეს საჭირო საქმეა, მაგრამ თანამედროვე ტელემედიის საბავშო პროგრამების მესვეურებმა არც ეროვნული თვითმყოფადობის შენარჩუნების ამოცანა უნდა ჩათვალონ მეორეხარისხოვნად.

გარდა აღნიშნული გადაცემებისა, მოზარდი მაყურებლისთვის „რუსთავი 2“-ის ეთერში წარმოდგენილია ბრიტანული პროექტები: „ეკივოკი“ და „ყველაზე ნიჭიერი“. როგორც წამყვანი იუწყება, „ეკივოკი“ ინტელექტუალური თამაშია დიდებისა და პატარებისთვის, რომელიც „ბავშვურ სუპერლოგიკაზეა” აგებული. ინტელექტუალურს ამ თამაშს ნამდვილად ვერ ვუწოდებთ, თანაც, გადაცემა არ არის გათვალისწინებული ბავშვებისათვის. ამ „ბავშვების სუპერლოგიკაზე” აგებულ დიდებისათვის შექმნილ გასართობ პროგრამას არანაირი სასარგებლო და საინტერესო ინფორმაცია არ მოაქვს. პროგრამა თავისებურად ემსახურება საზოგადოებაში გარკვეული კატეგორიის ადამიანების პოპულარიზაციას.

მეორე ბრიტანული პროექტი – „ყველაზე ნიჭიერი“ ინტელექტუალური თამაშია უფროსკლასელთათვის, რომელიც, ჩვენი აზრით, მომავალი თაობის ახალ ტემპო-რიტმზე გადაყვანას ემსახურება, იმ თავბრუდამხვევ სისწრაფეზე, საითკენაც სამყარო მიექანება.

თანამედროვე მაღალტექნოლოგიურ კომუნიკაციურ სამყაროში, სადაც, აწმყო მომენტალური გადართვაა წარსულსა და მომავალს შორის, სისწრაფე მართლაც ცხოვრების წესად იქცა; მაგრამ პროცესებისა და რიტმის ხელოვნური, ჩვენი განვითარების არაადეკვატური დაჩქარება, მოზარდ თაობას ამ პროცესების ორგანულ მონაწილედ ვერ აქცევს და, შესაძლოა, „მოჩქარეს მოუგვიანდეს“ მსგავსი შედეგიც მივიღოთ.

აქ უნდა გავიხსენოთ ვახუშტი ბატონიშვილი, რომელმაც სისტემაში მოიყვანა და მთლიანი სახით გადმოგვცა უძვირფასესი ცნობები ქართველთა ხასიათისა და ზნეობის შესახებ ამ

შემთხვევაში ჩვენთვის საინტერესოა ციტატა თავიდან: „კაცთათვის“: „ახოვანნი, საჭურველთმოყვარენი, ამაყნი, ლაღნი, სახელის მაძიებელნი ესრეთთ, რამეთუ თვისთა სახელთათვის არა რიდებენ ქვეყანასა და მეფესა თვისსა... “ [32] თუმცა ქართველებისათვის დამახასიათებელი ეს თვისება განსაკუთრებით კარგად „ვეფხისტყაოსანში“ წერია: „სჯობს სახელისა მოხვეჭა ყოველსა მოსახვეჭელსა“ [33] ქართული ხასიათისა და ესთეტიკური ბუნების რკვევისას იგივე მთავარ მახასიათებელზე ამახვილებს ყურადღებას კრიტიკოსი გ. ასათიანი: „მოდი, ნუ გამოვედევნებით იმის გარკვევას, თუ რატომ მიაჩნდა ქართველ კაცს სახელის მოპოვება ყველაზე დიდ მიზნად. იმის გამო, რომ ცოტანი ვართ და სათითაოდ უნდა გამოვჩნდეთ, თუ კიდევ სხვა რაიმე მიზეზით? ამჯერად შედეგით დავკმაყოფილდეთ, ან, როგორც იტყვიან, „მოცემულობით“. სახელის მოხვეჭის გარეშე ქართული ხასიათი გაუგებარია“.

ამ ფონზე ისევ „ყველაზე ნიჭიერს“ დავუბრუნდეთ და ერთი წუთით წარმოვიდგინოთ ქართველი ბავშვების მდგომარეობა, რომლებიც მთელი შემართებით იბრძვიან სახელის მოსახვეჭად, მაგრამ, ხშირად, ცოდნასა და საზრიანობაზე მეტად, სასურველი შედეგის მიღწევისთვის არსებითი ფაქტორი სისწრაფეა. აქვე უნდა გავიხსენოთ მკვლევარ ი. ფენგის მოსაზრებაც, რომ „არ უნდა დავივიწყოთ, რომ სატელევიზიო ეკრანი გვკარნახობს თავის კანონებს... სიტყვა გვევლინება გამოსახულების მოქმედ და საიმედო მოკავშირედ. რადგანაც თუკი სიტყვა და გამოსახულება ურთიერთსაწინააღმდეგოდ მოქმედებენ მაყურებლის ყურადღების მოსაპოვებლად, მაშინ ყოველთვის გამოსახულება იმარჯვებს“ [34] ცხადია ზემოთ აღნიშნულ შემთხვევაში წამყვანის წარმოთქმული სიტყვები ვერ აღწევს, ხოლო ტიტრები ისეთი სიჩქარით იცვლება, რომ ვერც თვალი ახერხებს მის აღქმას, რის გამოც მაყურებლამდე პრაქტიკულად ინფორმაცია არ მიდის.

განსხვავებით „რუსთავი 2”-საგან, ტელეკომპანია “იმედის” მოსწავლეთათვის განკუთვნილი ინტელექტუალური გადაცემა „ეტალონი“ ინოვაციური პროექტია. „ევროპის საბუნებისმეტყველო მეცნიერებათა აკადემიამ“ გერმანიაში, ქალაქ ჰანოვერში, 2006 წლის 26-28 მაისს, ფართომასშტაბიან სამეცნიერო კონფერენციაზე პროექტი „ეტალონი“ პედაგოგიკის დარგში სიახლედ აღიარა, დიპლომი და ოქროს მედალი მიანიჭა. ამასთან, სპეციალური ტერმინი – „მედიაპედაგოგიკა“ შეურჩია. სასწავლო-შემეცნებითი მედიაპროექტი „ეტალონი“ არის მოსწავლე ახალგაზრდობისათვის განკუთვნილი, წარმატებული ყოველკვირეული ინტელექტუალური სატელევიზიო გადაცემა-თამაში, რომელიც შექმნილია საქართველოში და მსოფლიოში არსებულ ინტელექტუალურ თამაშებს შორის ანალოგი არა აქვს. „ეტალონი“

განსაკუთრებით მორგებულია პოსტსაბჭოთა ქვეყნების მოსწავლე-ახალგაზრდობის, მათი პედაგოგებისა და მშობლების მენტალიტეტს.

„ეტალონში“ მონაწილეობა შეუძლიათ საქართველოს ნებისმიერი სკოლის VIII, IX, XI, და XII კლასის მოსწავლეებს, ანუ, 12-17 წლის ახალგაზრდებს. „ეტალონი“ არ არის მარტო სატელევიზიო გადაცემა, ეს არის მედია და საგანმანათლებლო პროექტი. ყოველ ორშაბათს, საქართველოს ერთ-ერთ მაღალტირაჟიან ყოველკვირეულ ჟურნალ „რეიტინგში“ ქვეყნდება სტატია „ეტალონის“ გამარჯვებულის შესახებ. ამასთან, აღსანიშნავია საგამომცემლო საქმიანობაც. საქართველოში უკვე გაყიდვაშია „ეტალონის“ მაღალხარისხიანი სამი კატეგორიის რვეულები (დაბალი, საშუალო და მაღალი კლასებისათვის). იქმნება „ეტალონის“ ბიბლიოთეკა, რომელზეც ცნობილი ქართველი მეცნიერები და მწერლები მუშაობენ. ამ ბიბლიოთეკის წიგნებში თავმოყრილი იქნება სასკოლო საგნების მიხედვით დაყოფილი ის აუცილებელი ენციკლოპედიური ცოდნა, რომელიც ახალგაზრდებს სკოლის დამთავრებისთვის (და შემდგომაც) დასჭირდებათ.

„ეტალონში” იმარჯვებს ის, ვინც ყველაზე მეტ ქულას დააგროვებს. გამარჯვებულს ნახევარი წუთი ეძლევა, ამ დროში მას შეუძლია პირდაპირ ეთერში თავისი სურვილი მაყურებელს გაანდოს. ჯილდო საპატიოა – „ეტალონის“ დიპლომი, სტიპენდია და ინგლისში წასვლა სასწავლებლად. ამასთან, გამარჯვებული ბავშვის კლასის დამრიგებელს აჯილდოებენ ბინით თბილისში. რაც შეეხება „ეტალონის“ დიზაინს, ის თანამედროვე სტანდარტებს შეესაბამება. სტუდიაში რვა პულტთან კონკურსანტები დგანან, საპირისპირო მხარეს – პედაგოგები და მშობლები, რომლებიც თვალყურს ადევნებენ შეჯიბრს. სტუდიის შუაში, კათედრასთან, წამყვანი გ. ტყეშელაშვილი დგას. აქ ყველაფერი მათემატიკური სიზუსტით არის გათვლილი: სტუდია – საერთო ხედზე, წამყვანი საშუალო ხედზე სვამს შეკითხვებს. შემდეგ ეკრანზე ტიტრებით სავარაუდო პასუხები ჩანს. ვიდრე ბავშვები ფიქრობენ, წამყვანი რომელიმე კონკურსანტს წარმოგვიდგენს (ვიდეო სიუჟეტში კონკურსანტზე საუბრობენ მშობელი, პედაგოგი, მისი მეგობრები). ამ ხერხის გამოყენებით შეჯიბრის დაძაბულობა იხსნება და მაყურებელს ერთგვარად განტვირთვის საშუალება ეძლევა. შემდეგ იწყება პასუხების გაცემა, სავარაუდო პასუხებიდან სწორი შემოიხაზება. შეფასების დროს გამარჯვებულის სახეს გვიჩვენებენ. ხშირად ამ დროს პარალელური მონტაჟით დამარცხებულის სახესაც ვხედავთ, რაც გადაცემას უფრო საინტერესოს ხდის.

პროექტის რეჟისორი ნამდვილად ფლობს მონტაჟის ხელოვნებას, დინამიურობა მიღწეულია არა მარტო სწრაფი მონტაჟის საშუალებით, არამედ, შიდაკადრული მოძრაობითაც.

ხაზგასმით აღსანიშნავია გადაცემის ხმოვანი სტრუქტურა, ზუსტად არის მოძებნილი მუსიკალური თემა. გადაცემაში დაძაბული სიტუაციების შექმნისას სწორი ხმოვანი აქცენტები კეთდება, რაც კიდევ უფრო ზრდის დაძაბულობას და გადაცემას მეტი დინამიურობა ეძლევა.

პროექტის მომგებიანი შემოქმედებითი გადაწყვეტა შესაფერის წამყვანს მოითხოვს, რასაც ადეკვატურად ვერ პასუხობს წამყვანი გ. ტყეშელაშვილი. ვფიქრობთ, ამ გადაცემის სპეციფიკურ ხასიათს სულ სხვა მეტყველების კულტურის მქონე წამყვანი შეეფერება. მისი ინტონაცია ერთფეროვანი, მონოტონური და უემოციოა. ასეთი ტიპის თამაში-შეჯიბრის წამყვანისათვის პირველხარისხოვანი მნიშვნელობა ენიჭება რეაქციის სისწრაფეს, გონებამახვილობას, გულითადობას, კონტაქტურობას. ამის მიუხედავად გადაცემა „ეტალონი“ ქართულ მედიასივრცეში ნამდვილად უნდა ჩაითვალოს ბავშვებისა და მოზარდებისათვის განკუთვნილ ერთ-ერთ ყველაზე წარმატებულ ტელეპროექტად. უცხოელებმა რომ ამ ტელეპროექტს მედიაპედაგოგიკის განსაზღვრება მიუსადაგეს, ეს იმაზე მეტყველებს, რომ ყველაფერი უცხოელებისგან კი არ უნდა გადავიღოთ, არამედ შევქმნათ საკუთარი გადაცემები, სადაც, ზოგად განათლებასთან ერთად, ჩვენი ქვეყნის ისტორიისა და კულტურის ცოდნა იქნება კულტივირებული.

ტელეკომპანია „იმედს“ აქვს ასევე სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის განკუთვნილი გადაცემა „რაო-რაო“, რომელიც I არხზე განხორციელებული საბავშვო გადაცემის – „პატარა ამბები დიდ თემებზე“-ს აშკარა ზეგავლენით არის მომზადებული, თუმცა ავტორების მცდელობა ბოლომდე ვერ განხორციელდა. მოკლემეტრაჟიან პროექტში (5-7 წთ) 7 წლამდე ბავშვები მონაწილეობენ. მათი ამოცანაა წამყვანის მიერ შეთავაზებული სიტყვების (ტოლერანტული, ლობისტი, ლეგალიზაცია და ა.შ.) განმარტება. ცხადია, მათი პასუხები ამ სიტყვებთან მიმართებაში არ არის შესაბამისი და ეკრანიდან სასაცილოდ ჟღერს. გადაცემაში არ იხსნება არც ერთი ბავშვის სახე, არ ჩანს მათი აზროვნების თავისებურება, ხასიათი, ამიტომაც გადაცემა ზედაპირულია, თანაც დიდებისათვის განკუთვნული პროგრამის შთაბეჭდილებას უფრო ტოვებს, რადგან სწორედ ისინი ხარხარებენ გულიანად ბავშვების პასუხებზე; თავად პატარები კი, ბუნებრივია, მოცემული ცნებებისა და მათი პასუხების შეუსაბამობას ვერც აღიქვამენ და, შესაბამისად, ვერც გაერთობიან ამ სიტუაციით. ტერმინების მნიშვნელობა გადაცემის ბოლოს მაინც რომ აუხსნან ბავშვებს, მაშინ დაკონკრეტდება პროექტის მიზანი, ხოლო გადაცემა დრამატურგიულადაც გაიმართება და შემეცნებით-გასართობ ხასიათსაც მიიღებს.

საქართველოს საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნებას“ დაარსების დღიდანვე აქვს სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისა და მოზარდებისათვის განკუთვნილი გადაცემები: „ძილი

ნებისა, პატარებო“ და „სუფთა დაფა“. პროგრამა „ძილი ნებისა, პატარებო“ თანამედროვე სტანდარტებს ვერანაირად ვერ აკმაყოფილებს. პრიმიტიულია პროგრამის ქუდი, რომელიც არა მხოლოდ ტექნიკურად, არამედ იდეურადაც არანაირ კავშირში არ არის გადაცემის არსთან; ინტერიერი, სადაც წამყვანი ზის, გაურკვეველი ეპოქისაა, გამოყენებულია ეთნოგრაფიული მუზეუმის ერთ-ერთი კუთხე, თუმცა, მისი დანიშნულება მაყურებლისთვის აბსოლუტურად გაუგებარია. რაც შეეხება წამყვანს, ვანო პაპას (მსახიობი ვ. იანთბელიძე), იგი ზღაპრებს კი არ გვიყვება, არამედ, პირდაპირი მნიშვნელობით გვიკითხავს, სათვალით და ენის მოჩლექით. ამ მიზეზთა გამო მსახიობმა ვერ გამოიყენა ტელევიზიის ერთ-ერთი უნიკალური თვისება – დიალოგური ბუნება, რის გამოც კონტაქტი პატარა ტელემაყურებელთან პრაქტიკულად გაწყვეტილია. „ძილი ნებისა, პატარებო“ 60-იანი წლების დასაწყისის საბჭოთა საქართველოს ტელევიზიის საბავშვო გადაცემის ცუდ ვარიანტს მოგვაგონებს და XXI საუკუნის საქართველოს ტელესივრცეში ანაქრონიზმად გამოიყურება.

რაც შეეხება მეორე პროგრამას, „სუფთა დაფას“ (ავტორი მამა გიორგი ყიფშიძე), შეიძლება ითქვას, რომ იდეისა და სათქმელის თვალსაზრისით მთელ ქართულ ტელემედიაში ერთადერთია, რომელიც მოზარდებს საშუალებას აძლევს თავის პრობლემებზე ხმამაღლა, დაუფარავად ისაუბრონ და უამრავ კითხვებზე, რომელიც აწუხებთ, მოძღვრისგან, ფსიქოლოგისა თუ სხვადასხვა დარგის სპეციალისტებისგან პასუხები მიიღონ. გადაცემა თავის დანიშნულებას იდეურად ამართლებს, რასაც მისი ფორმის გადაწყვეტაზე ვერ ვიტყვით. გადაცემა თავისი ქრონომეტრაჟით (ხანდახან იგი 2 საათს გრძელდება) დამღლელია, მით უფრო, რომ იგი მხოლოდ და მხოლოდ კითხვა-პასუხებზეა აგებული და არანაირ ვიზუალურ ჩანართებს არ მოიცავს, რაც ტელევიზიის სანახაობრივ ბუნებას სათავეშივე ეწინააღმდეგება. სწორედ ესაა ერთ-ერთი ძირითადი მიზეზი იმისა რომ, გადაცემა, შესაძლოა, მხოლოდ რელიგიურად განწყობილი მოზარდებისთვის იყოს მისაღები, რადგან არარელიგიურად განწყობილი მოზარდები ამ ფორმით წარმოდგენილ პროგრამას უბრალოდ არც შეხედავენ.

ამრიგად, ხელისუფლება საბავშვო მაუწყებლობას სახელმწიფოებრივ მნიშვნელობას ანიჭებდა გარდამავალი პერიოდის ყველაზე მძფრი კატაკლიზმების პერიოდშიც (1989-1992წლებში). საქართველოს მიერ დამოუკიდებლობის დეკლარირების შემდგომ ეპოქაში აქტიურად დაიწყო ცენტრალური გადაცემების ანალოგით შექმნილი საბავშვო გადაცემების ქართული ანალოგით შეცვლის მცდელობა. ქართულ ტელესივრცეში ჭეშმარიტად ეროვნულმა, ინოვაციურმა, თანამედროვე სტანდარტებთან მიახლოვებულმა პირველმა საინფორმაციო პროგრამა “ბასტი-ბუბუმ” 30–წლიანი “ძილისპირული” ეთერიდან ჩამოხსნა და I არხის

ტელემაუწყებლობის ბადეში 18 წლის განმავლობაში სამართლიანად დაიკავა სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის განკუთვნილი ნიშა.

მესამე თავი

საბავშვო ტელემაუწყებლობის როლი მოზარდი თაობის ფორმირებაში

&1. ტელემედიის გავლენა და ზემოქმედება აუდიტორიაზე

ტელემედიის ზეგავლენაზე მსჯელობისას საგულისხმოა არ მხოლოდ პოლიტიკურ და ეკონომიკურ პროცესებზე მისი ზემოქმედების უნარი, არამედ უპირველესად ალბათ ის ფაქტორი, თუ რა მიმართებაშია იგი ამა თუ იმ ქვეყნის კულტურულ ღირებულებებთან, მისი ხალხის სულიერ წყობასა და მენტალობასთან.

საზოგადოებრივ პროცესებსა თუ ინდივიდზე ტელევიზიის ზემოქმედება პირობითად ორ ძირითად მიმართულებად შეიძლება გავმიჯნოთ – მაფორმირებელად და მანიპულატორულად. მაფორმირებელი პროგრამა მიმართულია პიროვნების სრულყოფისაკენ. მისი მიზანია ადამიანის ყოველმხრივი ინფორმირება, პოლიტიკური, ზნეობრივი და ესთეტიკური განვითარება, მისი სულიერი ინტერესებისა და მოთხოვნილებების სფეროს გაფართოება. ამგვარი ხასიათის ტელეინფორმაციის ზემოქმედების ეფექტიანობა ბევრადაა გაპირობებული მასში კულტურული ღირებულებების, ადამიანური ცოდნისა და გამოცდილების კონცენტრაციით, რისი გავრცელებაც საზოგადოებაში იწვევს ახალი შეხედულებებისა და წარმოდგენების ჩამოყალიბებას და, საბოლოო ჯამში, ქცევისა და მოქმედების გარკვეულ შეცვლასაც. მანიპულატორული პროგრამა პირიქით – კი არ ზრდის და ავითარებს პიროვნებას, არამედ, მარიონეტად, პროგრამის ბრმა ობიექტად, მასის უსახო ნაწილად აქცევს.

ასეთი მიმართულებით აგებული ტელეპროდუქცია სამყაროს დამახინჯებულ ინფორმაციულ სურათს ქმნის. ისინი ლოზუნგებით, მითებით, სტერეოტიპებით მილიონობით ადამიანის ცნობიერებას ავსებენ, რითაც მათ უქმნიან სამყაროს შეცნობის მისეულ ილუზიას, სინამდვილეში კი თანდათან უსუსტებენ რეალობის აღქმის უნარს. ეს ძირითადად ინფორმაციული და პოლიტიკური მაუწყებლობისთვისაა დამახასიათებელი.

რაც შეეხება მხატვრულ ტელევიზიას, იგი გარკვეულწილად „მასობრივი კულტურის“ მთავარი გამავრცელებელი გახდა. უფრო მეტიც, ტელევიზიამ, როგორც კომუნიკაციის ყველაზე ეფექტურმა საშუალებამ, ხელი შეუწყო ეკრანზე იოლი და გამარტივებული ფორმების დამკვიდრებას; თუ ფსიქოლოგების აზრსაც გავითვალისწინებთ, რომლის მიხედვითაც ტელეაუდიტორიის დიდი ნაწილი ყველაზე უფრო დიდი სიამოვნებით სწორედ იმას აღიქვამს,

რისი ათვისებაც ნაკლებ გონებრივ დაძაბულობას მოითხოვს, ადვილი წარმოსადგენია „მასობრივი კულტურის“ ეფექტი ეკრანზე.

XXI საუკუნეში ტელევიზია წარმოადგენს ხელოვნების ერთ–ერთ ძირითად გამავრცელებელს. აქედან გამომდინარე, მან ხელი უნდა შეუწყოს პიროვნებას მშვენიერების შეგრძნებასა და შესაბამისი მოთხოვნილებების გამომუშავებაში, უჩვენოს სულიერი განვითარების გზა, აგრძნობინოს ესთეტიკური ტკბობის სიხარული. ამიტომ აქვს უდიდესი მნიშვნელობა ნამდვილი და ფსევდოკულტურის, ჭეშმარიტი ხელოვნებისა და ელემენტარული სანახაობის ერთმანეთისაგან გარჩევას. მით უმეტეს, როდესაც ფაქტობრივად ხელოვნების ყველა სახეობა ტელეეკრანზე თავისთავად იძენს გარკვეულ სანახაობით ფორმას. ცხადია, სანახაობა თავისთავად ხელოვნებას არ წარმოადგენს, ანუ რეალური სინამდვილის მხატვრულ გააზრებასა და სახეობრივ ასახვას, მაგრამ ხშირ შემთხვევაში სანახაობა საფუძვლად უდევს გასართობ პროგრამებს, რაც „მასობრივი კულტურის“ ძირითად პოლიგონს წარმოადგენს.

მკვლევარებისთვის ცნობილია, რომ გასართობი ტელეპროდუქცია სრულებითაც არაა ნეიტრალური ხასიათის, იგი იდეოლოგიის სფეროს მიეკუთვნება, პროპაგანდას უწევს გარკვეულ ღირებულებებს, პრინციპებს და გავლენას ახდენენ პიროვნების ჩამოყალიბებაზე. ე.ი. მას მკვეთრად გამოხატული აღმზრდელობითი ფუნქციები გააჩნია.

საერთოდ, აღზრდა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა ზოგადი ინტეგრალური ფუნქციის მატარებელია. თავად კომუნიკაციის ცნება გაცილებით მეტ მნიშვნელობას მოიცავს, ვიდრე ეს უბრალო შეტყობინება ან მისი გადამცემი სისტემებია. კომუნიკაცია სოციალურ რეალიებს განსაზღვრავს და, ამდენად, გავლენას ახდენს შრომის ორგანიზაციის, ტექნოლოგიური განვითარების, თავისუფალი დროის გამოყენების და სხვა პროცესებზე. იგი არსებითად მოქმედებს ცხოვრების წესის ყველა ძირითად სოციალურ პარამეტრზე, თუ გავითვალისწინებთ, რომ მედიის გენერალური ფუნქცია არის საზოგადოების მართვაში მონაწილეობა.

ტელემკვლევარები აღნიშნავენ, რომ მასობრივ–ინფორმაციული ურთიერთობის უზრუნველყოფის მეშვეობით მართვას შეიძლება ორი ფორმა ჰქონდეს: მასობრივ აუდიტორიაზე იდეოლოგიური ზემოქმედების ფორმა (იდეოლოგიური მართვა) და საზოგადოებრივ სოციალურ ინსტიტუტებზე ზემოქმედების ფორმა (ორგანიზაციული მართვა). პირველი მათგანი საზოგადოების სოციალური აღზრდაა, რაც მედიის ერთ–ერთ ძირითად ფუნქციად მიიჩნევა და აუდიტორიასთან ურთიერთობის უამრავ მეთოდს, ფორმას, საშუალებას თუ მიზანდასახულობას მოიცავს.

ტელევიზიის აღმზრდელობით ფუნქციაში, რა თქმა უნდა, სრულებით არ იგულისხმება მხოლოდ მისი გამოყენება სწავლების ტექნიკურ საშუალებად და ბავშვებისა და მოზარდებისათვის გათვალისწინებული მაუწყებლობა. ტელევიზია ხელოვნების სხვადასხვა ნაწარმოებთა პროპაგანდასა და კულტურული თუ სხვა მოვლენების ტრანსლაციას ეწევა, მაგრამ იგი ყოველდღიურად თავადაც ქმნის საკუთარ იდეოლოგიურ პროდუქციას, აქვს საკუთარი პროგრამები, რომლებიც გავლენას ახდენს პიროვნების მსოფლმხედველობის, პრინციპების, გემოვნების, ღირებულებითი ნორმების ჩამოყალიბებაზე.

როგორც ცნობილია, აღზრდა მუდმივი კატეგორიაა, მაგრამ ეს მის უცვლელობას არ ნიშნავს. იგი გარკვეულწილად დამოკიდებულია საზოგადოებრივ ურთიერთობებსა და საზოგადოებაში გაბატონებულ შეხედულებებზე. ყოველ ისტორიულ პერიოდს თავისი ეთიკური და ესთეტიკური ნორმები აქვს. ყოველი საზოგადოება გამოიმუშავებს ხოლმე გარკვეულ სამართლებრივ, ეთიკურ, ესთეტიკურ და ა.შ. ნორმებს და ცდილობს ადამიანის იმ სოციალური თვისებების განვითარებას, რომლებიც ხელს შეუწყობენ ამ საზოგადოების სტაბილურობის შენარჩუნებას. ეს პრინციპები უძევს საფუძვლად სოციალური აღზრდის უმთავრეს მიზანს – პიროვნების სოციალიზაციას, რაც გულისხმობს კიდეც ადამიანის მსოფლმხედველობრივ თუ ზნეობრივ აღზრდას, მარადცვალებად საზოგადოებრივ პროცესებში სოციალური ადაპტაციის უნარის გამომუშავებას. ამ პროცესში კი ტელევიზიას უმნიშვნელოვანესი როლი ენიჭება, როგორც მისი სისტემატურობის, ისე ზემოქმედების ყოვლისმომცველობის გამო. ტელევიზია ემყარება მასობრივი ინფორმაციის სისტემის ორ ძირითად ნიშანს – მოხმარების ინდივიდუალიზებასა და გავრცელების გლობალურ ხასიათს.

ტელევიზიის როლი განსაკუთრებით ძლიერია პიროვნების სოციალიზაციაში, რადგანაც იგი ორიენტაციას იღებს ყველაზე მასობრივ აუდიტორიაზე და მნიშვნელოვან ზეგავლენას სწორედ მასზე ახდენს. ეს გარკვეულწილად გამოწვეულია იმითაც, რომ მაყურებელთა უმეტესობა უპირატესობას გასართობ, სანახაობით პროგრამებს ანიჭებს. ამ მხრივ განსაკუთრებული დარტყმის ქვეშ ბავშვებისა და მოზარდების ტელეაუდიტორიაა, რომელიც პრიორიტეტს ტელეპროდუქციის სანახაობით ფორმატს ანიჭებს. მისი აღქმის სპეციფიკურობა მოითხოვს, რომ ნებისმიერი გადაცემა რაც შეიძლება ადვილად გასაგები, თვალსაჩინო, ემოციური და სახალისო იყოს. სულაც არაა შემთხვევითი ბავშვებისათვის განკუთვნილი ტელეკინოპროდუქცია დაძაბული სიტუაციებითა და ტრიუკებით რომ არის სავსე, მაგალითად, „ჰარი პოტერი“, „ბეჭდების მბრძანებელი“, „ნარნია“, „ალისა საოცრებათა ქვეყანაში“ და სხვ.

ზემოთ ჩამოთვლილ ფილმებში რეჟისორები აქამდე არნახულ, წარმოუდგენელ ილუზიურ სამყაროს მოდელებს ქმნიან 2D და 3D ანიმაციიის გამოყენებით. ტელევიზიის, როგორც მასობრივი ინფორმაციის საშუალების, მნიშვნელობას განსაზღვრავს ესთეტიკური კრიტერიუმის სულ უფრო მზარდი როლი სინამდვილის, ფაქტებისა და მოვლენების აღქმისა და შეფასებისათვის. უპირველეს ყოვლისა, ტელევიზიის განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს ადამიანი, მისი შინაგანი სამყარო. ამ შემთხვევაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მის უნარს, მიმართოს ცალკეულ პიროვნებას და, ამავე დროს, მილიონებსაც. იგი ესთეტიკურ სახეს აძლევს პიროვნებისა და საზოგადოების ურთიერთობის სხვადასხვა გამოვლინებას, საერთო–საზოგადოებრივ ღირებულებებს კონკრეტული პიროვნების კუთვნილებად აქცევს. „ესთეტიკური აღზრდა ნიშნავს არა იმდენად ადამიანის ხელოვნებისადმი დამოკიდებულების აღზრდას, რამდენადაც, საერთოდ მისი აზროვნებისა და გრძნობების, ცხოვრებისეული პრინციპების ფორმირებას მშვენიერების კანონების შესაბამისად. აღზრდის ამ ფორმის სირთულეც სწორედ იმაში გამოიხატება, რომ აქ ესთეტიკური და ეთიკური მომენტები მტკიცედაა ერთმანეთს გადაჯაჭვული. სწორი პოლიტიკის პირობებში ტელევიზიას შეუძლია თავის სპეციფიკაზე დაყრდნობით, მნიშვნელოვანი როლის შესრულება საზოგადოების ესთეტიკურ და ეთიკურ აღზრდაში“ – აღნიშნავს მკვლევარი ე,იბერი [1].

ტელევიზიის უპირატესობა აღმზრდელობით ზემოქმედებაში უპირველესად იმით გამოიხატება, რომ ტელეპროდუქცია ერთდროულად აღიქმება აუდიალურ–ვიზუალურად, რაც უშუალოდ ცნობიერების ემოციურ სფეროს უკავშირდება. ამ ფაქტორს გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს, მაშინ როცა საქმე ეხება ადამიანის სოციალურ ფსიქოლოგიას; კონკრეტულად კი, სოციალური გრძნობების, განწყობების, ჩვევების, ინტერესების და ა.შ. აღზრდას. ტელევიზია მოიცავს ტრადიციულ და დიდი ხნის განმავლობაში აპრობირებულ, დიდაქტიკურ პრინციპებს, ამავდროულად, იგი თვალსაჩინო, ყველასათვის ადვილად გასაგები, სახალისო და გასართობია. თუმცა, ტელევიზიის ზემოთ ჩამოთვლილმა თვისებებმა, პიროვნების აღზრდის პროცესში შეიძლება შეასრულოს როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი როლი. „ტელეგადაცემებმა შეიძლება მაყურებელში გააძლიეროს აგრესიულობა, წააქეზოს თავდასხმისათვის, შეიძლება ასევე, ბიძგი მისცეს და მიბაძოს ეკრანზე ნანახ განსხვავებულ აგრესიულ ქცევას. რა შედეგი მოყვება ამას, ამის განსაზღვრა ძალიან ძნელია, რადგან აგრესიულობა რეალურ ცხოვრებაში დამოკიდებულია სიტუაციურ ფაქტორებზე, ამ ფაქტორების როლი ნიშნავს იმას, რომ თუ იგი დაუყოვნებლივ შედეგს არ იძლევა, ეს არ გამორიცხავს იმას, რომ ტელევიზიით გადაცემული

ძალადობის სურათი დაუყოვნებლივ გავლენას არ მოახდენს მასზე, როცა ასეთი ქცევის შესაფერისი პირობები იქნება“ [2].

არქიმანდრიტ რაფაელ კარელინის მოსაზრებით, „ყველაზე მნიშვნელოვანი ის არის, რომ ტელევიზიას შეუძლია გაკვეთილების გადმოცემა მეცნიერების, ხელოვნებისა და ტექნიკის სხვადასხვა საკითხზე თვალსაჩინოდ და ამომწურავად, ამით კი შესაძლებელია განათლების დონის გაზრდა და თვალსაწიერის გაფართოება, რითაც ტელევიზია ძლიერ დარტყმას მიაყენებს უმეცრებას, დილეტანტიზმს და ცრუ მეცნიერებას, რომელთაც ყოველთვის ბევრი ვნება მოჰქონდათ სამყაროსათვის“ [3]. ცნობილი ფრანგი მწერალი ა. მორუა დარწმუნებული იყო, რომ ტელევიზია თავის მისიას შეასრულებდა და ხელოვნების მთავარ პრინციპებს არ უღალატებდა. იგი წერდა: „გაზვიადებულია მოსაზრებები იმის თაობაზე, რომ ტელევიზია, რადგან იგი გათვლილია ფართო მაყურებელზე, აუცილებლად გამოიწვევს მხატვრული დონის დაცემას. თუ ტელევიზიის ხელმძღვანელობა, კომერციული მოსაზრებებით, საეჭვო გემოვნების გადაცემებს დაეყრდნობა, მაშინ ეს ჩვენი მსჯელობის საგანი არ იქნება და ცხადია შედეგიც გასაგები გახდება. მაგრამ თუ ტელევიზია შეეცდება საკუთარი ხალხის განათლებას და კულტურის განვითარებას, თავისთავად ცხადია, ასეთი ტელევიზია სულ სხვა ფუნქციისა და დანიშნულების მატარებელი იქნება. ხელოვნება – ამ შემთხვევაში ტელევიზია, უნდა ემსახურებოდეს ადამიანებს. ის უნდა იყოს ურთიერთგაგების, ენთუზიაზმის და სიყვარულის მძლავრი წყარო“ [4]. ტელეეკრანი მოიცავს და გულისხმობს სანახაობას, ტელევიზიაში ჟურნალისტური პროექტებიც კი სანახაობაა, რომ არაფერი ვთქვათ გასართობ–შემეცნებით მუსიკალურ, კინო და სხვა პროგრამებზე. ყველაზე მეტი სანახაობრიობით საბავშვო პროექტები გამოირჩევა. აქედან გამომდინარე, განსაკუთრებული თვისებები სწორედ საბავშვო პროგრამების წამყვანებს მოეთხოვებათ. მათ უნდა ჰქონდეთ ინტელექტი, დემოკრატიულობა, არტისტულობა, უშუალობა და ხალასი იუმორი. წამყვანი უნდა იყოს პიროვნება, ადამიანი „ღუზა“, ვისაც ძალუძს „გამოიჭიროს“ ყველაზე ხალასი მაყურებელი (ბავშვები და მოზარდები), მოაჯადოვოს და მიაჯაჭვოს ეკრანს. მას ხომ ძალიან სპეციფიკური მაყურებელი ჰყავს. საბავშვო პროგრამების უმრავლესობა აგებულია თამაშებზე, ვიქტორინებსა და კონკურსებზე. სწორედ ეს განსაზღვრავს მათ პოპულარობას, თუმცა, აქ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს შემეცნებითი ფაქტორი, განსაკუთრებით კი, თანამონაწილეობის ილუზია, თანაგანცდის ეფექტი, რასაც იწვევს ეკრანზე გათამაშებული კონფლიქტი. ე. იბერის აზრით, „მეტად ხელსაყრელია სწორედ თამაშისა და კონკურსის ტიპის გადაცემის „დატვირთვა“ შემეცნებითი ინფორმაციით. აღარ გავაგრძელებთ იმის მტკიცებას, რომ უწინარესად სანახაობითობა განაპირობებს აგრეთვე მაყურებლის

დაინტერესებას სამეცნიერო–პოპულარული და კულტურულ–საგანმანათლებლო სატელევიზიო ციკლებით. მაუწყებლობის ეს ორი მიმართულება წამყვან როლს ასრულებს სამეცნიერო ცოდნისა და კულტურის მიღწევების პროპაგანდაში და მას უდიდეს აღმზრდელობით მნიშვნელობასაც ანიჭებენ ყველა ცივილიზებულ ქვეყანაში“ [5]. ცნობილია, რომ მსოფლიოს ტელეკომპანიები ეთერს დიდი რაოდენობის მულტფილმებითა და ფილმებით ავსებენ. მაგრამ ტელევიზიის სამაუწყებლო ბადეში პრიორიტეტი ტელეპროექტებს ენიჭება. ტელეპროდუქციას სულ სხვა დატვირთვა აქვს. თუმცა, ტელევიზიისა და კინოს საერთო თვისებების სიმრავლე ბევრის ცნობიერებაში ჩრდილავს იმ განსხვავებას, რომელიც ასე აშკარად არაა გამოხატული.

კინოეკრანზე შესაძლებელია იმ მოვლენების, საგნების და ადამიანების ნახვა, რომლებიც წარსულში იმყოფებოდნენ ობიექტივის წინ, ტელევიზიას კი უპირველესად შესწევს უნარი ეკრანზე გვიჩვენოს მოვლენა აწმყოს სახით, შეუქმნას მაყურებელს ილუზია, რომ ის თავად ესწრება ამა თუ იმ მოვლენას. აქ საქმე გვაქვს ე.წ. „თანადასწრების ეფექტთან“, ეს პირდაპირი ჩართვები და ტრანსლაციებია, რომლებიც მაყურებელში, მიმდინარე მოვლენების განვითარების პარალელურად, წარმოშობს სრულიად განსხვავებული ხასიათის განცდას.

ტელევიზიას, გარდა ამისა, კინოსგან განასხვავებს ჩვენების პირობები და აუდიტორიის ხასიათი. კინო დისკრეტული ბუნებისაა, მაშინ როცა ტელევიზია უწყვეტად ფუნქციონირებს. კინო, როგორც ხელოვნების სახეობა, მასობრივ ცნობიერებაზეა გათვალისწინებული, მაშინ როცა ტელევიზია საზოგადოებრივი აზრისკენაა მიმართული და არა მხოლოდ ასახავს, არამედ, მასზე ძლიერ ზეგავლენას ახდენს და მონაწილეობს მის ჩამოყალიბებაში.

ტელევიზია მაშინვე ეხმაურება ქვეყნის პოლიტიკურ სიტუაციაში ცვლილებას, ზოგჯერ კი ცდილობს მოსალოდნელ პოლიტიკურ მოვლენას დაასწროს, რათა მაყურებელს ამ მოვლენის საკუთარი შეფასება მოახვიოს თავს, მისი აზროვნება „სასურველი“. „მიზანდასახული“ გზით წარმართოს. ასეთ შემთხვევაში ტელევიზიის პრაქტიკა სრულიად განსხვავდება პრესის პრაქტიკისაგან, ტელევიზია უბრალოდ იყენებს თავის პრივილეგიას და ამას უფრო ოპერატიულად აკეთებს.

ტელევიზიის ძირითადი მიზნებია: ინფორმირება, განათლება და გართობა. ტელევიზიის პროგრამები მაყურებელს უნდა აძლევდეს ინფორმაციას და პასუხობდეს საზოგადოებრივი ცხოვრების უმთავრეს საკითხებს: პოლიტიკურს, ეკონომიკურს, სოციალურს, კულტურულს. ტელევიზიის, როგორც მასობრივი კომუნიკაციის ერთ–ერთი მძლავრი იარაღის როლით, ტელევიზიის შექმნის პირველივე დღიდანვე დაინტერესდნენ მეცნიერები, მედიის მკვლევარები და ტელემოღვაწეები.

რამდენადაც იზრდება ინფორმაციის ნაკადი, იმდენად იკუმშება მისი მოცულობა, რათა ინდივიდის ათვისების შესაძლებლობაში ჩაეტიოს. ამიტომ ადამიანი ხშირად იძულებულია ინფორმაცია სხვისი სიტყვებით, სხვისი ინტერპრეტაციით მიიღოს (ჩვენ უკვე მივეჩვიეთ, რომ, მაგალითად, ტელევიზიით პრეზიდენტის გამოსვლის მთელ ჩანაწერს კი არ ვუყურებთ, არამედ, ვისმენთ ჟურნალისტის მიერ ადაპტირებულ ტექსტს).

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, რომელიმე მოვლენაზე ობიექტური მსჯელობა კომუნიკაციის საშუალებებზეა დამოკიდებული. კომუნიკაციური პროცესის ფაზათა ფორმალური ანალიზი ნათელ სურათს არ იძლევა, რადგან საინტერესოა არა მარტო ინფორმაციის გადაცემისა და მიმღების ურთიერთობა, არა მარტო „წარმოთქმა“ და მისი კომუნიკაციის საშუალებით გადაცემა, არამედ პირველ რიგში ინფორმაციის წყარო და მისი სოციალური მიმართულება. ცნობილია, რომ თავისი ხასიათით ინფორმაცია კიბერნეტიკაში და საზოგადოებრივი ინფორმაცია მკვეთრად განსხვავდება. რამდენადაც მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებით საზოგადოებას გადასცემენ არა ნეიტრალურ, არამედ მიზანმიმართულ ინფორმაციას, რაც თავის მხრივ განსაზღვრულ სოციალურ ძალებზეა დამოკიდებული. თვითონ ინფორმაციის მიწოდება ყოველთვის მიზანდასახულია და ვინმეს ან რაიმეს ემსახურება. „შეცნობა გარეგანი შთაბეჭდილებების პასიური აღქმა კი არ არის, არამედ, მოვლენის არსში წვდომაა. მოვლენის არსი და თავად მოვლენა იდენტური სრულიადაც არ არის, თუმცა, ისინი ქმნიან დიალექტიკურ ერთიანობას. ინფორმაციის მომზადების პროცესში მოვლენა შეგნებულად და წინასწარვე გამოეყოფა თავის არსს“ [6].

& 2. ტელევიზიის შემეცნებითი და საგანმანათლებლო ფუნქცია მოზარდი აუდიტორიისათვის

მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში ბავშვებისა და მოზარდებისთვის ზოგადსაგანმანათლებლო ხასიათის მრავალი პროგრამა და ცალკეული არხებიც კი არსებობს: ინგლისში („ბი–ბი–სი“), გერმანიაში („ცდფ“), იაპონიაში („ენ–ეიჩ–კეი“). ცალკე განხილვის საგანია აშშ–ის არაკომერციული საზოგადოებრივი ტელეორგანიზაცია (პი–ბი–სი), რომლის ძირითად ფუნქციას ცოდნისა და კულტურის პროპაგანდა წარმოადგენს. იგი „ბი–ბი–სი“–სგან ყიდულობს და ავრცელებს მეტად საინტერესო საზოგადოებრივ–პოლიტიკური პროგრამებს არა მარტო ამერიკაში, არამედ, მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში. „პი–ბი–სი“ პოპულარული და სანახაობრივი

ფორმით უხსნის ბავშვებს ბუნების სხვადასხვა მოვლენებს. მისი ტელეპროდუქცია: „ფორსაიტების საგა“, „ლეონარდო და ვინჩი“, „ანა კარენინა“ და სხვ. მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში დიდი პოპულარობით სარგებლობდა. სწორედ „პი–ბი–სი“–ში შეიქმნა პირველად ტელეპროექტი „მოაზროვნეთა შეხვედრა“, სადაც სხვადასხვა ქვეყნის ცნობილი პიროვნებები ერთმანეთს ხვდებოდნენ და ინტელექტუალურ კამათში ეჯიბრებოდნენ. ცალკე უნდა აღვნიშნოთ „ბი–პი–სის“ ორიგინალური, გახმაურებული პროექტი „სეზამ სტრიტი“.

იაპონიაში სახელმწიფო და კომერციული ტელექსელები თითქმის ერთდროულად, 50–იანი წლების დასაწყისში წარმოიშვა. მძლავრი სახელმწიფო ქსელი – იაპონიის სამაუწყებლო კორპორაცია (ნიპონ ჰოსო კიოკაი – (ენ–ეიჩ–კეი) ორ არხზე მაუწყებლობს. ამ ქსელის საქმიანობას განსაზღვრავს და აკონტროლებს პარლამენტი. „ენ–ეიჩ–კეი“–ის მეორე არხი ფართოდ უღებს მოსწავლეებს ცოდნის სამყაროს კარებს. „80–იანი წლების შუახანებში იგი კვირაში 60 ტელეციკლს გადმოსცემდა. ეს იყო: საშუალო სკოლების 20 საგანი, კოლეჯების 10 საგანი; დაუსწრებელი ტელეუნივერსიტეტი; ინგლისური, ფრანგული, ჩინური, რუსული, ესპანური, გერმანული ენების შემსწავლელი კურსები. სასწავლო პროგრამებს საბავშვო ბაღების 80%–ზე მეტი, დაწყებითი სკოლების 95% და უფროსი კლასების ნახევარზე მეტი ღებულობს“ [7]. ჩამოყალიბების პერიოდში იაპონიის ტელევიზია ამერიკულ ნიმუშებს ბაძავდა, მაგრამ შემდგომში ტელეიმპორტის შესაღწევად „დახურულ საზოგადოებად“ იქცა და თავად დაიწყო ფართო ტელეექსპორტი. იაპონიამ უარი თქვა ამერიკულ ვესტერნზე და თავისი ვარიანტით – სამურაული დრამით ჩაანაცვლა, რომელიც თავისი დახვეწილობითა და დაძაბულობით ამერიკულ ანალოგს სულაც არ ჩამოუვარდებოდა და იქცა კიდეც ერთ–ერთ პოპულარულ ჟანრად. იაპონური სერიალები წლობით გრძელდებოდა როგორც აშშ–ში, ისე, ლათინურ ამერიკაში და განსაკუთრებული მოწონებით მოზარდებში სარგებლობდა. საბავშვო აუდიტორიისთვის გამიზნული გადაცემების სიუხვითა და მიზანმიმართებით გამოირჩევა ბრიტანული ტელეარხები. სწორედ ინგლისში შეიქმნა საერთაშორისო საზოგადოებრივი ორგანიზაცია „კამპანია ხარისხიანი ტელევიზიისთვის“, რომელმაც აიძულა პარლამენტი გადაწყვეტილება მიეღო, რომ ბიზნესმენები კომერციულ არხებზე მაუწყებლობის ლიცენზიას მხოლოდ მაუწყებლობის მაღალი ხარისხის გარანტიით მიიღებდნენ. პარლამენტმა შექმნა „დამოუკიდებელი ტელევიზიის კომისია“, რომელმაც დაამუშავა პროგრამების ხარისხისა და მრავალფეროვნების მოთხოვნები, მაგალითად, ახალი ამბების სავალდებულო პროგრამა კვირაში 1 სთ და 30 წთ მოცულობით, საბავშვო გადაცემებისათვის კვირაში არანაკლებ 10 საათის მაუწყებლობა და ა.შ.

ჯერ კიდევ 90–იან წლებში, „ბი–ბი–სის“ ეთერში გამოჩნდნენ ისეთი პერსონაჟები, რომლებიც საყოველთაოდ გახდნენ ცნობილი სახელწოდებით „ტელეღიპუცები“. სერიალი მსოფლიოს 75 ქვეყანაში გაიყიდა და 45 ენაზე ითარგმნა, მათ შორის ქართულადაც. ამას გარდა, შეიქმნა სპეციალური დოკუმენტური გადაცემები საბავშვო თემატიკაზე: „ბრიტანეთის საიდუმლო სირცხვილი“ და „ერთი ცხოვრება“.

„ბი–ბი–სი–2“–ზე პრიორიტეტულია დოკუმენტური ფილმები, მათი მიზანია მაყურებელს, განსაკუთრებით კი მოზარდებს, შეულამაზებლად უჩვენოს ბრიტანული ცხოვრება (მაგალითად, „როლფი წარმოადგენს კულტურულ სიახლეებს“ და „უნიკალური ბრიტანული ხელოვნება“).

ჟურნალისტ ქ. სადღობელაშვილს ტელევიზიისადმი მიძღვნილი პუბლიკაციების ციკლში სანიმუშოდ მოჰყავს „ბი–ბი–სი“–ს მაგალითი. იგი წერს: „ბი–ბი–სი“ ხარისხიანი პროგრამებით არის განთქმული. ჩვენგან განსხვავებით, დიდი დრო ეთმობა ეროვნული მნიშვნელობის თემატიკისა და მოვლენების გაშუქებას... “ბი–ბი–სი“ მაგალითია იმისა, თუ როგორ ეპყრობიან ბრიტანელები საკუთარ ისტორიას, კულტურას, ყოფას და, პირველ რიგში, საკუთარ ხალხს, ვისთვისაც უნდა მუშაობდეს ტელევიზიაც და ხელისუფლებაც“ [8]. საგანგებოდ უნდა აღინიშნოს ამერიკული ტელევიზიაც. მას სამართლიანად ეკუთვნის წამყვანი როლი და ამიტომაც იგი სხვა ქვეყნის ტელევიზიებს კი არ უნდა შევადაროთ, არამედ მთელი დანარჩენი მსოფლიოს ტელევიზიებთან შეიძლება დავაპირისპიროთ.

აშშ–ის საწარმოო ბაზა ისეთია, რომ უფრო მეტი ტელეპროგრამები მზადდება, ვიდრე ეროვნულ ეთერს შეუძლია დაიტიოს. ამას, უწინარეს ყოვლისა, განაპირობებს ჰოლივუდი, რომელიც სატელევიზიო საწარმოდ იქცა და თავისი პროდუქციით ისევე ამარაგებს მსოფლიოს მცირე ეკრანებს, როგორც ადრე დიდ ეკრანებს ავსებდა. აშშ–ის კომერციული ტელესადგურების ძირითადი მასა წამყვანი ეროვნული ქსელების ეგიდით არის დაჯგუფებული. ესენია: „ამერიკის სამაუწყებლი კომპანია“ (ეი-ბი–ესი), „ეროვნული სამაუწყებლო კომპანია“ (ენ–ბი–სი), „კოლუმბიის სამაუწყებლო სისტემა“ (სი–ბი–ესი). მოქმედებს არაკომერციული საგანმანათლებლო ხასიათის (სასწავლო) სადგურები, რომლებიც მთავრობის სუბსიდიებისა და სხვადასხვა ფონდის ხარჯზე არსებობენ. ისინი გაერთიანებული არიან ეროვნულ ქსელში – „საზოგადოებრივი სამაუწყებლო სისტემა“ (პი–ბი–ესი).

1951 წლიდან აშშ–ში საბავშვო პროგრამებს კვირაში 27 საათი ეთმობოდა. თავდაპირველად ეთერში ძირითადად სათავგადასავლო ფილმები გადიოდა, თუმცა მათ თანდათან ფილმებს საბავშვო შოუები ჩაენაცვლა. იმ დროისთვის პოპულარული იყო: “მარტოხელა რეინჯერი“, “ცის მეფე“ და “ლესი“. მარიონეტული, თოჯინური პროგრამა “თოჯინა“ და “ფრენი და ოლი“.

1960–იანი წლებიდან აშშ–ში ყველა გასართობი პროგრამა მულტფილმებმა შეცვალა, მაგრამ, ამავდროულად, გაჩნდა ანიმაციური შოუები: “ქვის ხანის ადამიანები“, “ჯეტსონები“ და “ბულვიკელი“. 1980–იან წლებში წარმოიქმნა ახალი საკაბელო ქსელები, რომლებშიც ყველაფერი ბავშვებისთვის იყო გამიზნული, აქ გაჩნდა მთელი რიგი ახალი პროგრამები. ამ საკაბელო ქსელებზე პროგრამები მაყურებლის მოთხოვნის შესაბამისად ხშირად იცვლებოდა და მიმდინარეობდა ექსპერიმენტები, სწორედ ამ დროისთვის შეიქმნა ცოცხალი შოუები და ახალი ამბები ბავშვებისათვის.

&3. სატელევიზიო აუდიტორია და საბავშვო ტელეაუდიტორიის კვლევის ასპექტები

ტელევიზიამ აქტუალური გახადა ინფორმაცია, ანუ მომხდარი ფაქტის ოპერატიულად მიწოდება. ტელევიზიას, პრესისაგან განსხვავებით, შეუძლია არა მარტო აჩვენოს ესა თუ ის მოვლენა, არამედ „იქ ყოფნის“ შთაბეჭდილების ილუზია შეუქმნას ადამიანებს და მოვლენის მონაწილედაც აქციოს. ტელევიზიამ განსაკუთრებით გაზარდა ფაქტის კომენტირების მნიშვნელობა. შესაბამისად, წარმოიშვა აუდიტორიის შესაძლო დეზინფორმაციის პრობლემა, გამოწვეული ფაქტისა და კომენტარის ურთიერთმიმართების დარღვევით. ამ საკითხების კოორდინირება შესაძლებელია მასების შემეცნების საერთო დონის შესწავლითა და გაანალიზებით - როგორ იცვლება აუდიტორია, როგორ ზემოქმედებს ინფორმაცია მაყურებლის ცნობიერებაზე.

ტელევიზიისა და მაყურებლის ურთიერთობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია. ტელევიზიის სისტემა თავისთავად გულისხმობს არა მხოლოდ სამაუწყებლო ორგანიზაციების (სტუდიების) მოღვაწეობას და სატელევიზიო პროგრამების ერთიანობას, არამედ სატელევიზიო აუდიტორიასაც. ტელევიზია და მისი აუდიტორია, როგორც ერთიანი სისტემა, ცალკეული ელემენტების ურთიერთკავშირს ითვალისწინებს. ერთი მხრივ, იგი მოწოდებულია მაქსიმალურად დააკმაყოფილოს ფართო მასების მოთხოვნილებები, ხოლო, მეორე მხრივ, ტელევიზია ამ მოთხოვნილებების ფორმირების ინსტრუმენტია. აქ შეიძლება გავიხსენოთ მოსაზრება იმის თაობაზე, რომ საწარმოო აწარმოებს არა მხოლოდ საგანს სუბიექტისთვის, არამედ სუბიექტსაც საგნისთვის.

ტელევიზიის არსებობის პირველ წლებში სატელევიზიო აუდიტორიის საკითხი არ იყო აქტუალური, მაგრამ შემდგომში, როდესაც სატელევიზიო პროგრამამ შეიძინა შინაარსობრივი და ფორმის სპეციფიკის მნიშვნელოვანი სოციალურ–პოლიტიკური, მხატვრულ–ესთეტიკური და მეცნიერულ–საგანმანათლებლო ფუნქციები, დაიწყო სატელევიზიო აუდიტორიის, როგორც სატელევიზიო მაუწყებლობის სისტემის შემადგენელი ნაწილის, შექმნისა და ჩამოყალიბების პროცესი. ტელემკვლევარი რ. ბორეცკი აღნიშნავს, რომ „ტელევიზია თავის აუდიტორიასთან მუდმივ ურთიერთმოქმედებაშია და გარკვეული თვალსაზრისით წარმოადგენს რთულ დინამიურ სისტემას...“ [9]. ტელევიზიის განვითარების პირველ პერიოდში გადაცემების ავტორები და მონაწილეები აუდიტორიასთან დისტანცირებული იყვნენ, არ არსებობდა პირდაპირი და უშუალო კონტაქტები (გამონაკლისი იყო წერილები, რომელსაც ტელემაყურებლები სტუდიაში აგზავნიდნენ).

აქვე აღვნიშნავთ, რომ გარკვეული ფორმით უკუკავშირი ტელევიზიაში მისი განვითარების ადრეულ პერიოდებშიც არსებობდა. მაგალითად, 60–70 წლებში ტელევიზიაში ხშირი იყო ისეთი გადაცემები, რომლის მიმდინარეობის დროსაც მაყურებელი ტელეფონით უკავშირდებოდა სტუდიის თანამშრომლებს. ამჟამად კი ნებისმიერ პროგრამებში (პირდაპირი ტრანსლაციის) შესაძლებელია მაყურებელმა ეთერში დაუსვას კითხვები გამომსვლელებს. ასეთი ჩართვებისას კადრს გარეთ ისმის მაყურებლის კითხვა ან ჩართვის ადგილიდან გვიჩვენებენ თავად მაყურებელს. ხანდახან მაყურებელი და გამომსვლელი ერთდროულადაა კადრში. ამ დროს უკუკავშირი ძალზე დამაჯერებელი და ეფექტურია. ამ ხერხით გადაწყვეტილი სატელევიზიო ფორმატები განსაკუთრებულად მომგებიანია თოქშოუებში, გასართობ პროგრამებსა და კონკურსებში და ა.შ. ეს ხერხი, ამავდროულად, უფრო მეტ ზეგავლენას ახდენს ტელედრამატურგიის განვითარებაზე, თანამედროვე მაყურებელში იწვევს მოვლენისადმი მეტ ნდობასა და დამაჯერებლობას.

სატელევიზიო ქსელის გაფართოებამ და გავრცელების არეალის გაზრდამ თანდათან გამოავლინა მისი დადებითი და უარყოფითი მხარეები. მსოფლიოს წამყვანმა ტელეკომპანიებმა აქტიურად დაიწყეს „ტელევიზიის ფსიქოლოგიის“ შესწავლა. მეცნიერების კვლევის ობიექტები იყვნენ, ერთის მხრივ, ის ადამიანები, რომლებიც ქმნიდნენ ტელეპროდუქციას და, მეორეს მხრივ, კი მაყურებლები. პ.რონდიერი წერდა: „ჰამბურგში ორმა პედაგოგმა გამოიკვლია 8000 მოსწავლე. გამოკვლევამ გვიჩვენა, რომ ტელევიზიის გადაცემათა ჭარბ ყურებას მოსწავლეები ფიზიკურ და გონებრივ აპათიამდე მიჰყავს. სამწუხაროდ, მათ ფანტაზიებსაც ფრთები ეკვეცება. ბავშვები მეტისმეტად დაძაბულები, ემოციურები არიან, რის შედეგადაც ისინი მეორე დღეს

გაკვეთილებზე მოდუნებულები და უყურადღებოები ხდებიან. გამოკვლევებმა ცხადყო, რომ რაც მეტად უყურებენ ბავშვები ტელეგადაცემებს, მით უფრო ნაკლებია მათი აკადემიური მოსწრება“ [10].

ბავშვები ძირითადად სამი წლის ასაკიდან იწყებენ ტელევიზორის ყურებას. ყველაზე მეტად მის ზემოქმედებას 13–15 წლამდე ასაკის მოზარდები განიცდიან. რამდენად დიდია ტელევიზიის გავლენა ბავშვების ცნობიერების ჩამიყალიბებაზე, შეიძლება განვსაჯოთ ტერმინით, რომელიც ჯერ კიდევ წინა საუკუნეში წარმოიშვა იაპონიაში – „ტერებიკო“. ასე უწოდებდნენ მასობრივი ტელემაუწყებლობის ეპოქაში დაბადებულ ბავშვებს. იაპონია ერთ–ერთი ყველაზე განვითარებული ქვეყანაა მედიასაშუალებათა განვითარების თვალსაზრისით. იაპონელები აღმერთებენ ტელევიზიას. „80–იანი წლების დასაწყისში გელაპის სამსახურმა იაპონელებისა და ამერიკელების მიდრეკილებათა შედარება გადაწყვიტა და დაიწყო გამოკითხვა, ხუთი საგნიდან (გაზეთი, ტელეფონი, ტელევიზორი, ავტომობილი, მაცივარი) უპირატესად რომელს აირჩევდნენ. გამოკითხვამ ასეთი სურათი აჩვენა: თუ ამერიკელებს შორის 42%–მა მაცივარი აირჩია და 39%–მა ავტომობილი, იაპონელთა შორის 31%–მა ტელევიზორი ამჯობინა“ [11].

აშშ კომერციული ტელევიზიის ქვეყანაა. ინგლისის, საფრანგეთის, იაპონიისა და ბევრი სხვა ქვეყნისგან განსხვავებით, იქ არც ერთი სატელევიზიო არხი არ არის სახელმწიფო საკუთრება. მიუხედავად ამისა, აშშ–ის სატელევიზიო სივრცეში საბავშვო–სამაუწყებლო პოლიტიკის ჩამოყალიბება საერთო–ეროვნული ინტერესების რანგშია აყვანილი. „ჯერ კიდევ 60–იანი წლების დასასრულს აშშ–ში საბავშვო აუდიტორიის ტიპოლოგიის შექმნის მცდელობა დაიწყო. მისი მიზანი იყო მეცნიერულად გამოეკვლიათ, თუ რა პროგრამებით უნდა დაეკმაყოფილებინა საბავშვო აუდიტორია მასობრივ–საინფორმაციო საშუალებებს. ცნობილი მეცნიერის და თეორეტიკოსის უ. შრამის ხელმძღვანელობით დაიწყო ფართომასშტაბიანი კვლევები, შეიქმნა მონოგრაფია „ტელევიზია ჩვენი ბავშვების ცხოვრებაში“ [12]. ავტორებმა მიზნად დაისახეს გამოეკვლიათ, თუ რა ზეგავლენას ახდენდა ტელევიზია და ბეჭდვითი სიტყვა ბავშვებზე; ექსპერიმენტი შემდეგ საფეხურებად დაიყო:

1. ბავშვები, რომლებიც ორიენტირებულები არიან ფანტაზიაზე (ბევრს უყურებენ ტელევიზორს, ცოტას კითხულობენ);

2. ბავშვები, რომლებიც მიისწრაფიან მიიღონ სასარგებლო ცოდნა (ცოტას უყურებენ ტელევიზორს და ბევრს კითხულობენ);

3. ბავშვები, რომლებიც ინტენსიურად კითხულობენ და ნაკლებად უყურებენ ტელევიზორს;

4. ბავშვები, რომლებიც ნაკლებად უყურებენ ტელევიზორს და ნაკლებად კითხულობენ.

გაირკვა, რომ ტელევიზორს სკოლამდელი ასაკის 10 ბავშვიდან 9 უყურებს. დაწყებით კლასებში (აშშ–ში იმ დროისთვის სწავლას 5 წლის ასაკიდან იწყებდნენ და 12 წელიწადი სწავლობდნენ). კვლევებმა ცხადყო, რომ მე–6–7 კლასის მოსწავლეები დღეში 3–4 საათი ტელევიზორს უყურებდნენ და ბავშვები სწავლების პირველ წელიწადს ტელევიზორთან იმდენივე დროს ატარებდნენ, რამდენსაც სკოლაში სწავლაზე ხარჯავდნენ.

ამერიკელმა მეცნიერებმა საინტერესო ფაქტობრივი მონაცემები შეაგროვეს, თუ როგორ მოქმედებდა ტელევიზია და ბეჭდვითი სიტყვა ბავშვების გემოვნებასა და უნარ–ჩვევების ფორმირებაზე და ცდილობდნენ კვლევის შედეგად მიღებული აღმოჩენების საფუძველზე ტელეგადაცემებში პრაქტიკულად დაენერგათ და განეხორციელებიათ მათთვის მისაღები და სასურველი ტენდენციები. [13]

70–იანი წლების დასაწყისში უკვე თითქმის მთელი მსოფლიოს წინაშე გაჩნდა პრობლემები და კითხვები: როგორ ზეგავლენას ახდენს ბავშვის პიროვნების ფორმირებაზე ტელეეკრანი? ამ პრობლემებით განსაკუთრებით კაპიტალისტური ქვეყნების მეცნიერები დაინტერესდნენ, რადგანაც ბავშვების გატაცება ტელევიზიით სერიოზულ განგაშს იწვევდა. გამოკვლევები ცხადყოფდა, რომ დანაშაულის ზრდა, სექსუალური თავაშვებულობა, სისასტიკე პირდაპირ კავშირში იყო ტელევიზიასთან. მკვლევარები ცდილობდნენ დაედგინათ, თუ რა იწვევდა მოზარდებში აგრესიული ქცევის ზრდას. ერთ–ერთ მიზეზად მეცნიერები ასახელებდნენ ტელევიზიას (როგორც აგრესიული ქცევის მიბაძვის საშუალებას).

ფსიქოლოგების მოსაზრებით, ტელევიზიას შეუძლია შეცვალოს ფუნდამენტური წარმოდგენა სოციალური რეალობის ბუნების შესახებ. ტელევიზიის საშუალებით ბავშვი უდიდესი მოცულობის ინფორმაციას იღებს იმ სამყაროს შესახებ, რომელშიც ცხოვრობს. ტელევიზია ბავშვებს მიმზიდველი კადრებით, ერთი მხრივ, იპყრობს და, მეორე მხრივ, თითქოსდა მახეში იტყუებს, ანკესზე წამოაგებს, აღაგზნებს სექსის, ძალადობის, ხიფათის ეპიზოდების ჩვენებით. „აშშ–ის ნაციონალური კომისიის სპეციალურ მოხსენებაში, რომლის მასალებიც გამოქვეყნდა 1969 წელს, სპეციალისტები შეშფოთებულები იყვნენ მოზარდებში სისასტიკისა და აგრესიულობის გამოვლინებების მზარდი მაჩვენებლებით“[14]. მათი მოსაზრებებით, სატელევიზიო პროგრამებში ძალადობის ჩვენება დამღუპველ გავლენას ახდენდა აუდიტორიაზე, განსაკუთრებით კი, საბავშვო აუდიტორიაზე. გასასტიკდა კინო,

შესაბამისად, ტელევიზიაში გახშირდა საშინელებების და ძალადობის ჩვენება და თანდათან მტკიცდება აზრი, რომ ძალადობაში არაფერია უჩვეულო, რომ ეს ყველაფერი ყოველდღიური ცხოვრების თანმდევია.

1970 წლის 2 აპრილს, ინგლისის შინაგან საქმეთა მინისტრმა ბი–ბი–სი–ს პრეზიდენტი მიიწვია, რათა შეთანხმებულიყვნენ, რომ ტელევიზიებში შეზღუდულიყო სისასტიკის ჩვენებები. ამის საფუძველი გახდა ის ფაქტი, რომ სამინისტროებსა და ტელესტუდიებში შესული წერილების უმრავლესობაში გახშირდა საუბარი საფრთხეებზე. მათი ავტორების აზრით, ტელევიზიით ნაჩვენები სისასტიკის გამომხატველი სცენები პირდაპირ დაკავშირებულია ახალგაზრდებს შორის დანაშაულის ზრდასთან [15].

ინგლისელი ფსიქოლოგი ჰ. ჰიმმელვეიტი ნაშრომში „ტელევიზია და ბავშვები“ წერს: „ბავშვების ¾ უპირატესობას ანიჭებს უფროსებისათვის განკუთვნილ დეტექტივებს, კომედიებს, ვარიეტეს, მრავალსერიან ტელეფილმებს... წმინდა საბავშვო გადაცემებმა (თოჯინური სპექტაკლები, გადაცემები შრომით ჩვევებზე, საზოგადოებისთვის სასარგებლო პროფესიებზე) კი მეორე ადგილი დაიკავა“[16]. კვლევები ამ მიმართულებით სხვა ქვეყნებშიც მიმდინარეობდა. „შვედეთში მოზარდებზე ჩატარებულმა კვლევების მონაცემებით აღმოჩნდა, რომ ბავშვები და მოზარდები პირველ რიგში ინტერესით უყურებდნენ ისეთ ტელერეპორტაჟებს, სადაც აქტუალურ მიმდინარე მოვლენებს აშუქებდნენ. მეორე ადგილზე იყო პოლიციელებზე მომზადებულ თემატურ გადაცემები და მსუბუქი ჟანრის უცხოური ტელეფილმები. კვლევებმა ცხადყო, რომ შვედეთში მოზარდები პირველ ადგილზე სპორტულ გადაცემებს აყენებდნენ, მეორეზე – ახალ ამბებს, ხოლო მესამეზე – კომედიურ სერიალებს. [17]

ამ მიმართულებით ჩატარებულმა კვლევებმა კიდევ ერთხელ დაადასტურა, რომ ტელევიზიის ზეგავლენის ქვეშ ყველაზე მეტად ბავშვები, განსაკუთრებით კი, 12–15 წლის მოზარდები აღმოჩნდნენ. ფსიქოლოგი ქ. ბერიძე სტატიაში „ტელევიზიის გავლენა მოზარდების აგრესიულ ქცევაზე“ ასეთ ფაქტს იმოწმებს: „თანატოლებმა 5 წლის გოგონა ჩაქოლეს ქვებით, ფეხებით სცემეს და დატოვეს თოვლში; აშკარად იმიტირებული ქცევით, რომელიც მათ ნახეს სატელევიზიო შოუში, რაც გახდა იმის მიზეზი, რომ სკანდინავიის სამ ქვეყანაში აიკრძალა ამ შოუს ჩვენება“[18]. თუმცა, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებათა დამცველები ხშირად შეგვახსენებენ, რომ ძალადობა ტელევიზიაზე გაცილებით ადრე გაჩნდა. მათ შემდეგი არგუმენტები მოჰყავთ: ტელევიზიას ხომ არანაირი მონაწილეობა არ მიუღია ებრაელებისა და ძირძველი ამერიკელების (ინდიელების) მასობრივ განადგურებაში. ძალადობის ეპიდემია ბევრი ფაქტორის მოქმედების შედეგია და ეს თემა ცალკე განხილვის საგანია.

ტელევიზიის ქომაგების მოსაზრებით, პირიქით, ტელევიზია გარკვეულწილად ამცირებს აგრესიას, მიჰყავს რა ადამიანები ქუჩიდან სახლში და საშუალებას აძლევს მათ გარეთ გამოიტანონ თავიანთი აგრესია, ისე რომ ირგვლივ მყოფთაც არ მიაყენონ ზიანი. ტელევიზია მხოლოდ გამოხატავს გარემოს.

ცხადია, ტელევიზია მხოლოდ საშუალებაა, ოღონდაც გასათვალისწინებელია მისი როგორც იდეოლოგიური ზემოქმედების იარაღის გამოყენების მიზნები, ამოცანები და სტრატეგია. ამერიკელ მწერალთა გილდიის წევრი ბ. ტრაივერსი ასე ახასიათებდა ტელევიზიას: „ტელევიზია ეს კომერციული რეკლამის ფორმაა, რომელიც ვრცელდება ხმოვან–გამოსახულებით. თანაც ის ბევრად უფრო მეტ ზეგავლენას ახდენს, ვიდრე გაზეთი“[19]. კოლუმბიის უნივერსიტეტის ჟურნალისტიკის პროფესორი ფ. ფრენდლი, რომელიც ამავდროულად „სი–ბი–ეს“–ის საინფორმაციო სამსახურის უფროსიც იყო, აქცენტებს აკეთებს იმ კრიტერიუმებზე, რომლებითაც ტელევიზიის თანამშრომლები ხელმძღვანელობდნენ, როდესაც ყოველდღიურად არჩევდნენ სტანდარტულ განრიგში ჩასასმელ გადაცემებს. ფ. ფრენდლი კვლევების საფუძველზე წერდა: „უპირველესად გასათვალისწინებელია შემდეგი ფაქტორები: 1. აუდიტორიის მოცულობა; 2. მათი ზემოქმედება რეკლამის მომწოდებელზე; 3. მათი ზეგავლენა კომპანიის შემოთავაზებულ შეკვეთებსა და ბირჟაზე; 4. კორპორაციის პრესტიჟი; 5. პასუხისმგებლობის გრძნობა... და პირადი გემოვნება“ [20].

სულ სხვა ვითარება იყო საბჭოთა კავშირში, სადაც კაპიტალისტური ქვეყნებისგან განსხვავებით, მთელ ტერიტორიაზე ვრცელდებოდა მხოლოდ სახელმწიფო ტელემაუწყებლობა. უალტერნატივო საბჭოთა ტელევიზია თავისი პრობლემებითა და ამოცანებით ზემოთ განხილული ტელევიზიებისგან დიამეტრალურად განსხვავდებოდა. თუმცა, კვლევები საბავშვო აუდიტორიაზე ტელევიზიის გავლენის მიმართულებით. „ 50–60–წლებში, სოციალისტურ ქვეყნებშიც დაიწყო. მაგალითად, გამოკვლევები ჩატარდა მოსკოვში და მის შემოგარენში, გამოიკითხა 1000 ბავშვი... კითხვაზე: რა როლს თამაშობს ტელევიზია თქვენს ცხოვრებაში, 86,2%–მა უპასუხა, რომ თავისუფალ დროს ტელევიზორის ყურებას ამჯობინებს. კვლევებით დადგინდა, რომ 11–15 წლამდე ბავშვებისათვის ტელევიზორის ყურება პირველ ადგილზე იყო, ხოლო 16–17 წლის ბავშვებისათვის – მესამე ადგილზე“[21].

კითხვაზე: ყველაზე ძალიან რა მოგწონთ? ბავშვებმა ასე უპასუხეს:

პასუხები	უმცროსკლასელები (5 – 6 კლას.)	უფროსკლასელები (7 – 8 კლას.)	მოზარდები (9 – 10 კლას.)
ვუსმენ რადიოს	**6, 4%**	**9,8%**	**3,8%**
კინოში დავდივარ	**27, 0%**	**23,0%**	**20,4%**
ვუყურებ TV პროგრამებს	**34, 3%**	**37,8%**	**28,1%**
ვკითხულობ წიგნებს	**31, 8%**	**50,5%**	**49,5%**
დავდივარ სპორტზე	**7,3%**	**7,0%**	**6,0%**
დავდივარ თეატრში	**0,3%**	**1.8%**	**2,8%**

ზემოთ წარმოდგენილი ცხრილის მიხედვით ჩანს, რომ ტელევიზორის ყურებას პრიორიტეტს ანიჭებენ უმცროსკლასელები (34,3%), ხოლო უფროსკლასელებისა და ახალგაზრდებისათვის პირველ ადგილზე წიგნის კითხვაა (50,5% და 49,9%), ყველა კატეგორიის ბავშვებისათვის მესამე ადგილზეა კინოში სიარული (27,0%, 23,8%, 20,4%). გამოკვლევის შედეგების საფუძველზე მკვლევარები აცხადებდნენ: არ შეიძლება დავადანაშაულოთ ტელევიზია იმაში, რომ ბავშვებს წიგნების კითხვის სურვილი წაართვა. „როგორც მრავალი მკვლევარი, მასწავლებელი, ბიბლიოთეკარი ამტკიცებს ბავშვების ინტერესს აღძრავენ სწორედ ის წიგნები, რომლის მიხედვითაც იქმნება სატელევიზიო ნაწარმოებები... მრავალსერიანმა ფილმმა „როგორ იწრთობოდა ფოლადი“ ნ. ოსტროვსკის ნაწარმოებს მეორე სიცოცხლე მისცა“[22]. კითხვაზე – დაასახელეთ ცენტრალური ტელევიზიის ის გადაცემები, რომლებსაც რეგულარულად უყურებთ, ბავშვებმა სულ 54 პროგრამა დაასახელეს: 28 საბავშვო, 4 ახალგაზრდული და 22 უფროსებისათვის განკუთვნილი ტელეგადაცემა. კვლევების შედეგად დადგინდა: ყველა ასაკობრივი ჯგუფი თავად ირჩევს განსაზღვრულ გადაცემებს. ბავშვების უმრავლესობა ყველა

ასაკობრივ ჯგუფში რეგულარულად უყურებს იმ გადაცემებს, რომლებიც მათთვის არ არის განკუთვნილი: უმცროსი ასაკის ბავშვები სხვა ასაკობრივ ჯგუფთან შედარებით უფრო აქტიურად უყურებენ მათთვის განკუთვნილ პროგრამებს; უფროსი ასაკის მოზარდები უპირატესობას ანიჭებენ უფროსებისათვის განკუთვნილ გადაცემებს, თუმცა ამავდროულად რეგულარულად უყურებენ მათთვის მომზადებულ პროგრამებს; უფროსი ასაკის ბავშვებში, მოზარდებში, უმცროსი ასაკის ბავშვებისაგან განსხვავებით, საინფორმაციო პროგრამებისადმი ინტერესი შეიმჩნევა. ისინი სიამოვნებით უყურებენ შემდეგ პროგრამებს: „ვრემია“, „ნოვოსტი“, „სემ დნეი“, და ა. შ.

საბჭოთა ფსიქოლოგები, ტელემოღვაწეები და მასწავლებლები აქტიურად იკვლევდნენ საბავშვო ტელეაუდიტორიას და იმ თემებს, რომელიც სახელმწიფო ტელევიზიის სამაუწყებლო ბადეში იყო განთავსებული. მრავალმხრივმა კვლევებმა და დაკვირვებებმა ისეთი თემებისადმი, როგორიც იყო სკოლის პიონერული და კომკავშირული ცხოვრება, მოსწავლეთა დაბალი ინტერესი აჩვენა (უმცროსკლასელთა ასაკში – 6,4%, უფროსი ასაკის ჯგუფებში – 18, 3% და ახალგაზრდებში – 10, 5%). სამივე ასაკობრივ ჯგუფში ისეთმა თემებმა, როგორიც იყო მოთხრობები მშენებლობაზე, ფაბრიკებზე, ქარხნებზე, დაბალი ინტერესი აჩვენა (4,1%, 5,3%, 2,7%) [23].

ეს ფაქტორი საბჭოთა მკვლევარებს სერიოზულ საფრთხედ მიაჩნდათ: „არის თემები, რომლებსაც რედაქცია სათანადო ყურადღებას აქცევს, მაგალითად, პიონერებს, მაგრამ მათ მიმართ მაყურებლის მხრიდან დიდი ინტერესი არ არის. შესაძლოა, აქ საქმე ფორმის გადაწყვეტასა და მასალის არჩევაშია. საბავშვო რედაქციები მდგომარეობის შესაცვლელად ახლა გადამწყვეტ ზომებს იღებენ. ვფიქრობთ, რომ აუცილებელია შეიქმნას გადაცემათა სერიები ვ. ლენინის ცხოვრებასა და მოღვაწეობაზე, მის თანამოაზრეებზე, მათ ფილოსოფიურ შეხედულებებზე. ამ პროგრამების მომზადების შემდეგ აუცილებელია გადაცემების გამეორება, იმის გათვალისწინებით, რომ საბავშვო ტელეაუდიტორია ფართოვდება და იცვლება“[24]. საბჭოთა მკვლევარები ფიქრობდნენ, რომ ტელეეკრანს აკლდა დადებითი გმირები, რომლებსაც ნიჭიერი მსახიობები განასახიერებდნენ, მათი მოსაზრებით, ბავშვებზე ყველაზე დიდ ზემოქმედებას ის ციკლური სატელევიზიო პროგრამები მოახდენდნენ, რომლებშიც თემებიც ვარიაციულად რამდენჯერმე გამეორდებოდა. „სწორედ გმირი (პერსონაჟი) ციკლური პროგრამისა საკმაოდ ძლიერ ზეგავლენას ახდენს შეხედულებებზე, მისი ცხოვრების წესი აძლევს მაგალითს, არწმუნებს ბავშვებს და ისინიც სხვადასხვა სიტუაციებში სწორედ ისე იქცევიან. საბჭოთა მკვლევარების ვარაუდით სწორედ ასე შეიძლებოდა პიროვნების სწორი ფორმირება. ამის

იდეალურ მაგალითად მოჰყავდათ დადებითი გმირები ფილმიდან „როგორ იწრთობოდა ფოლადი“ და მხატვრული ფილმი „ გაზაფხულის 17 გაელვება“ [25]

საქართველოში 80–იანი წლების ბოლოს (1977) ტელევიზიისა და ტელეაუდიტორიის შესწავლის მიზნით ქ. თბილისში მცხოვრებთა მასობრივი გამოკვლევა დაიწყო (მასალები შეკრებილი აქვს ნ. ლეონიძეს) გამოკითხული მოსახლეობის უმრავლესობას მუშები შეადგენდნენ (55,3%), შემდეგ – მასწავლებლები (5,4%), ექიმები (5,1%) და ა.შ. წინასწარ შედგენილი ანკეტების (1200) მიხედვით გამოკითხვა ჩატარდა სხვადასხვა საწარმოო დაწესებულებებსა და სასწავლებლებში. ელექტრულ–გამომთვლელი მანქანების საშუალებით 917 ანკეტა დამუშავდა. გამოკითხული ტელემაყურებლების 51,0% მამაკაცები, ხოლო 49,0% ქალები იყვნენ... გამოკითხულთა ნახევარზე მეტი სკკპ წევრები (კანდიდატები), ანდა კომკავშირელები (55,9%) იყვნენ, ხოლო უპარტიოები 44,1%–ს შეადგენდნენ.

სოციალურ–დემოგრაფიული ნიშნების კორელაციურმა ანალიზმა სხვადასხვა სახის შედეგები აჩვენა. გამოკვლევის თანახმად, საინფორმაციო პროგრამების მუდმივი მაყურებლები მუშები იყვნენ. აღმოჩნდა, რომ ინტელიგენცია და მოსწავლეები ტელევიზორს ხანდახან, ან საერთოდ არ უყურებდნენ. ანკეტის კითხვაზე – პირადად თქვენთვის რას წარმოადგენს ტელევიზორი – ტელემაყურებლებმა შემდეგი მოსაზრებები გამოთქვეს:

1. ჩვენი ქვეყნის და საზღვარგარეთის სხვადასხვა ამბების, ფაქტების შეტყობინების წყარო (21,5%);
2. ტელევიზიის მიმართ ჩემი პირადი დამოკიდებულების განსაზღვრა არ შემიძლია (2.3,8%);
3. პირადად ჩემთვის ტელევიზია არაფერს ნიშნავს (1,6%).

გამოკვლევების საფუძველზე ტელეაუდიტორია სამ კატეგორიად დაიყო: **რაციონალური ტიპი** (56,9%). ამ კატეგორიას წარმოადგენდნენ მუშები და მოსწავლეები, რომელსაც ჰქონდათ საშუალო განათლება და მიაჩნდათ, რომ ტელევიზია არის ჩვენი ქვეყნისა და საზღვარგარეთის სხვადასხვა ამბების, ფაქტების შეტყობინების წყარო და, საერთოდ, კულტურისა და ცოდნის გაფართოების საშუალება; **ემოციური ტიპი** (32,6%). ამ კატეგორიასაც მიეკუთვნებოდნენ ძირითადად მუშები და მოსწავლეები, რომლებსაც ჰქონდათ საშუალო განათლება და თვლიდნენ, რომ ტელევიზია არის გართობისა და დასვენების საშუალება; **რაციონალურ–ემოციური ტიპი** (10,5%). მათ პასუხები ორივე კითხვაზე ჰქონდათ გაცემული. ამ კატეგორიას მიეკუთვნებოდნენ ინტელიგენციის წარმომადგენლები: ექიმები, პედაგოგები, მეცნიერ–მუშაკები.

კვლევების შედეგებზე დაყრდნობით აღმოჩნდა, რომ ტელემაყურებელთა 62,0% (573 გამოკითხული) გადაცემებს უყურებს კვირაში 3–4–ჯერ, ანდა, უფრო ხშირად; 22,6% (206 გამოკითხული) გადაცემებს უყურებს კვირაში ერთხელ ან ორჯერ, ხოლო 15,4% (143 გამოკითხული) სულ არ უყურებს, ან ძალიან იშვიათად უყურებს. გაირკვა, რომ ტელემაყურებელთა უმრავლესობამ (70,0%) წინასწარ იცოდა იმ გადაცემის შესახებ, რომლებსაც შემდგომ ნახულობდნენ. სატელევიზიო გადაცემებზე ანონსებსა და ინფორმაციებს ძირითადად სპეციალური ყოველკვირეული გაზეთიდან – „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“ (19,6%), ან ტელედიქტორების მიერ მიწოდებული წინასწარი ანონსირებიდან (15,8%) იგებდა. [26]

ამ გამოკვლევების საფუძველზე გაირკვა, რომ მოსწავლეების უმრავლესობა ძირითადად საბავშვო პროგრამებსა და საბავშვო პროგრამებსა და სატირულ–იუმორისტულ გადაცემებს უყურებდა.

&4. საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის სამაუწყებლო პოლიტიკა ტელევიზიის განვითარების საწყის ეტაპზე

(1958–1959 წლების სატელევიზიო ბადის მიხედვით)

საბავშვო გადაცემებს საქართველოს ტელევიზიაში, ბუნებრივია, საწყის ეტაპზე არ ჰქონდათ სისტემატური ხასიათი, გადაცემები, ძირითადად, ცენტრალური ტელევიზიის დაკვეთით, ან მათი ანალოგებით მზადდებოდა. მოგვიანებით, დაკვეთილი გადაცემების პარალელურად, შეიქმნა ქართული ორიგინალური ციკლები და პროგრამები. საბჭოთა საქართველოში, ცხადია, საბავშვო გადაცემების მიზნები და ამოცანებიც კომუნისტური იდეების შესაბამისი იყო. გარდა ამისა, საბავშვო გადაცემებს სატელევიზიო ბადეში განსაზღვრული მყარი დრო და ქრონომეტრაჟი არ ჰქონდათ, ხშირი იყო ერთჯერადი შემთხვევითი გადაცემებიც. მაგრამ 60–იანი წლების ბოლოს, საბავშვო რედაქციამ საქართველოს ტელევიზიის სამაუწყებლო ბადეში ერთგვარად თავისი ნიშა მოიპოვა, პროგრამებმაც შედარებით სისტემური ხასიათი მიიღო.

გაზეთ „ლაპარაკობს თბილისი“–ს 1958 წლის ნომრების მიმოხილვის შედეგად შეიძლება იქვას, რომ საქართველოს ტელემაუწყებლობა იმ დროისთვის შეზღუდულად მაუწყებლობდა. ამასთან, კვირაში ორი დღე – სამშაბათი და პარასკევი საერთოდ არ მაუწყებლობდა. მიუხედავად ასეთი მწირი სამაუწყებლო დროისა, საბავშვო გადაცემებს ყოველ შაბათს, საღამოს 19.30

საათიდან, თხუთმეტი ან ოცი წუთი ეთმობოდა, ხოლო კვირას – ორი საათი, 12.00 დან 14.00 სთ–მდე, ხანდახან პარასკეობითაც დღის განმავლობაში საბავშვო გადაცემები გადიოდა. თვალსაჩინოებისათვის წარმოვადგენთ 1958 წლის სამაუწყებლო ბადის იმ მონაკვეთს (19.01 – 02.02), სადაც ნაჩვენებია საბავშვო პროგრამების განთავსების დრო და ქრონომეტრაჟი.

კვირის დღე	გადაცემის დასახელება	საეთერო დრო ბადეში	ქრონომეტრაჟი
კვირა (19.01)	„ზღაპარი მეთოვლიაზე“ (თოჯინური ფილმი ყველაზე პატარებისათვის)	12.00 – 12.15	15 წთ
	„როცა გვერდით მეგობრები გყავს“ (მ/ფ უფროსკლასელთათვის)	12.15 – 13.00	45 წთ
ორშა-ბათი (20.01)	„საბავშვო თეატრები საკავშირო ფესტივალის წინ“	19. 30 – 20. 20	50 წთ
შაბა თი (25.01)	„პეტროდვორეცკი“ (კინონარკვევი)	19.30 – 19.55	25 წთ
კვირა (26.01)	„ბაბუა თევდორეს ზღაპრები“	12.00 – 12.25	25 წთ
	„ზეიმი საბავშვო ბაღში“ (კონცერტი)	12.25–12.50	25 წთ
ხუთშა-ბათი (30.01)	„მუსიკის ჯადოსნური პროფესორი დო–რე–მი„	19. 30 – 20.15	45 წთ
შაბათი (01.02)	„შეხვედრა მწერლებთან“	19.30 – 20. 00	30 წთ

საბავშვო სატელევიზიო პროგრამების ზემოაღნიშნული განრიგიდან ჩანს, რომ კვირის განმავლობაში საბავშვო პროგრამები სამაუწყებლო ბადეში ოთხ საათსა და ოც წუთს იკავებდა. ყოველ კვირას, დილის ეთერში (12.00–14.00 სთ), ყველაზე პატარებისა და უფროსკლასელებისათვის სტაბილურად გადიოდა ანიმაციური და მხატვრული ფილმები. ასევე,

შაბათ საღამოს, 19.30 საათზე, ყოველთვის გადიოდა საბავშვო გადაცემები, რომელიც 15–20 წუთს იკავებდა ეთერში.

1958 წლის 5 მარტიდან საქართველოს ტელეეთერში პირველად გავიდა სატელევიზიო ჟურნალი „საქართველოს პიონერი“, რომელიც ცენტრალური ტელევიზიის იგივე გადაცემის ზუსტი ასლი იყო და საბჭოთა მოსწავლეების დიდაქტიკურ–აღმზრდელობით ფუნქციებს ითავსებდა.

კვირის დღე	**გადაცემის დასახელება**	**საეთერო დრო ბადეში**	**ქრონომეტრაჟი**
კვირა (27.04)	ნ/ფ ზღაპარი მ/ფ „პედაგოგიური პოემა“	12.00 – 12.30 12.30 – 14.00	30 წთ 1.30წთ
პარასკევი (02.05)	„ჩვენც ვზეიმობთ“ (სტუდიაში სკოლამდელი და უმცროსკლასელები) მ/ფ „მოხუცი ხოტაბიჩი“	12.00 – 12.40 12.40 – 14.00	40 წთ 1.20 წთ
შაბათი (03.05)	„საქართველოს პიონერი“ (სატელევიზიო ჟურნალი) მ/ფ „ჩირაღდნები მდინარეზე“	12.00 – 12.45 12.45 – 14.10	45 წთ 1.25 წთ

წარმოდგენილი ბადის მიხედვით შეიძლება ითქვას, რომ იმ დროისთვის უკვე საბავშვო გადაცემების საეთერო დრო კვირაში 6 საათსა 10 წუთს მოიცავდა და მთლიანად იყო აგებული რუსული მულტფილმებით, დოკუმენტური თუ მხატვრული ფილმებით. ცხადია, ეს არ იყო გამოწვეული მხოლოდ ქართული ფილმების სიმწირით. ამას უფრო ღრმა მიზეზი ჰქონდა – მომავალ თაობაში საბჭოთა მენტალიტეტის ჩანერგვა და გაძლიერება. ამის ილუსტრაციაა 1958 წლის 19 იანვრიდან 1959 წლის 24 იანვრის ჩათვლით საბავშვო სატელევიზიო ბადის ანალიზი. წარმოვადგენთ იმ ანიმაციური, მხატვრული თუ დოკუმენტური ფილმების სრულ სიას,

რომელიც მთელი ამ პერიოდის განმავლობაში იყო განთავსებული ეთერში. პატარებისა და უმცროსკლასელებისათვის პროგრამები ყოველ კვირას 12.00 სთ –ზე იწყებოდა: „ზღაპარი მეთოვლიაზე“, „მელა და მგელი“, „უსინათლო მუსიკოსი“, „ხელმარჯვე ოსტატის თავგადასავალი“, „მამაცი ირემი“, „კატია და მგელი“, „პეტია და წითელქუდა“, „ჩვენ მიზნისკენ მივდივართ“, „საძაგელი ბატის ჭუკი“, „მილიონი ტომარაში“, „პატარა პეტერის სიზმარი“, „ვასია, პეტია და შარიკა“, სამეცნიერო–პოპულარული ფილმი „კატია და გარეული კატა“, ფილმი–ზღაპარი „ექიმი დულიტლი და მისი მეგობრები“, მხატვრული ფილმი „მამა კარლოს თოჯინები“ (ჩეხოსლოვაკიური ფილმი) და ერთადერთი ქართული სატელევიზიო სპექტაკლი, ჯ. როდარის „ხახვისთავა ბიჭი – ჩიპოლინო“, რომლის დადგმაც რესპუბლიკის დამსახურებულმა არტისტმა, რეჟისორმა მ. თუმანიშვილმა განახორციელა.

ჩიპოლინოს თეატრალური ინსტიტუტის სტუდენტი ბ. მირიანაშვილი ასრულებდა. ორნაწილიანი სატელევიზიო დადგმა „ხახვისთავა ბიჭი – ჩიპოლინო“ ეთერში 1959 წლის 29 იანვარს გავიდა. რაც შეეხება უფროსკლასელთათვის განკუთვნილ საეთერო დროს, ყოველ კვირა დღეს, პატარებისათვის განკუთვნილი პროგრამების შემდეგ, მათთვის გადიოდა ფილმები: „როცა გვერდით მეგობრები გყავს“, „რიტა“, „იურაშეკო“, „ფრთოსანი საჩუქარი“, „პედაგოგიური პოემა“, „მშვენიერი ვასილისა“, „საგრაფოს ნანგრევებში“, „ჩელკაში“, „ჩვენი მამების სიჭაბუკე“, „ბალტიელთა დიდება“, „ვარსკვლავიანი ბიჭი“, “პარტიზანული ნაპერწკალი“, „მედოლის ბედი“, „ახალი ატრაქციონი“, „ჯარისკაცული გული“, „უგზო–უკვლოდ დაკარგული“, „თემური და მისი რაზმი“, „პირადად ცნობილი“, „ორი თევდორე“, „შემთხვევა უდაბნოში“, „რიგითი ჯარისკაცი მატროსოვი“, „ანდრეიკა“, „ოქტომბრის დროშით“ (დოკ. ფილმი), „ქალაქი ნევაზე“ (დოკ. ფილმი).

მთელი ამ პერიოდის განმავლობაში მხოლოდ ორი ქართული ფილმი – „მანანა“ (1958. 23.11) და „მამლუქი“ (1959. 26.01) გავიდა უფროსკლასელთათვის განკუთვნილ საეთერო დროში.

ზემოთ წარმოდგენილი ანიმაციური, მხატვრული და დოკუმენტური ფილმების ნუსხა ნათლად გვიჩვენებს საბჭოთა სისტემის იდეოლოგიურ სტრატეგიას მომავალ თაობებთან მიმართებაში. ფილმების თემატური და იდეური დატვირთვის გარდა განსაკუთრებით აღსანიშნავია ის გარემოება, რომ მთელი ეს პროდუქცია რუსულენოვანი იყო. ცალკე პრობლემაა, საქართველოს საბავშვო და მოზარდ ტელემაყურებელთა მთელმა აუდიტორიამ სრულყოფილად იცოდა თუ არა რუსული ენა, მაგრამ აქ მთავარია ის, რომ რუსულენოვანი პროდუქციის პრიმატი სატელევიზიო ეთერში მიზანმიმართულად წარმართავდა მოზარდთა მსოფლშეგნების ჩამოყალიბებას „დიადი საბჭოეთის“ ერთიანობისკენ, ანეიტრალებდა ეროვნული თვითმყოფადობის ფაქტორს, კიდევ უფრო აძლიერებდა მოზარდი თაობის ჩამოყალიბების

პროცესს საბჭოეთის ყველა ერის თანასწორობისა და ერთიანობის განცდით, ოღონდაც „დიდი ძმის“ – რუსეთის ხელმძღვანელობით.

კომუნისტური სისტემის მოქმედების სტრატეგია ყველაზე თვალსაჩინოდ დიადი თარიღებისათვის მომზადებისას ჩანდა, რომლიც კულმინაციას თავად დღესასწაულის დღეს აღწევდა. 1958 წელს, საკავშირო კომკავშირის ცენტრალური კომიტეტის მერვე პლენუმის გადაწყვეტილებით, 19 მაისს მოსკოვში, წითელ მოედანზე, პირველად უნდა აღენიშნათ ვ. ლენინის სახელობის პიონერთა ორგანიზაციის დაბადების დღე. ამ ფაქტთან დაკავშირებით საბჭოთა კავშირის ყველა რესპუბლიკასა და, მათ შორის საქართველოშიც, ყველა მიმართულებით დაიწყო მზადება. გაზეთ „ლაპარაკობს თბილისი“–ის 1 მაისის გამოშვებაში პიონერებისადმი სპეციალური მიმართვა დაიბეჭდა: „თბილისის ტელესტუდიის რედაქცია ამ თარიღთან დაკავშირებით აწყობს თბილისელ პიონერ–მოსწავლეთა შეხვედრას რესპუბლიკის მოწინავე ადამიანებთან, რის შემდეგ მოეწყობა პიონერთა მხატვრული თვითმოქმედების ჩვენება“[27]. ზემოაღნიშნულ ჩვენებაზე მონაწილეობის უფლებას ის მოსწავლეები მოიპოვებდნენ, რომლებიც სწორად უპასუხებდნენ იმავე გაზეთში დაბეჭდილ შეკითხვებს. რაც შეეხება თავად სატელევიზიო პროგრამებს, ისინი ტელეეთერით ამ დღესასწაულისათვის 10 მაისიდან უკვე აქტიურად ამზადებდნენ საბავშვო ტელეაუდიტორიას. ამაზე გაზეთი „ლაპარაკობს თბილისის“. 1958. 10.05–19.05. პროგრამების ცხრილიც მიუთითებს.[28]

კვირის დღე	გადაცემის დასახელება	საეთერო დრო ბადეში	ქრონომეტრაჟი
შაბათი (10.05)	გამარჯვების დღისადმი მიძღვნილი გადაცემა ბავშვებისათვის. საბავშვო კონცერტი (ეძღვნება პიონერთა ორგანიზაციის დაბადების დღეს)	19.30 – 20.00 20.00 – 20. 40	30 წთ 40 წთ
კვირა (11.05)	მ/ფ. „რიგითი ჯარისკაცი ალექსანდრე მატროსოვი“	12.30 – 14.00	1.30 წთ
შაბათი	„საქართველოს პიონერი“	19.30 – 20.20	50 წთ

(17.05)	(სატელევიზიო ჟურნალი)		
კვირა (18.05)	„ჩვენი ქვეყნის ყვავილები“ (პიონერთა საკავშირო დღისადმი მიძღვნილი გადაცემა). „ქალაქი ნევაზე“ (დ/ფ)	12.00 – 13.30 13.30 – 15.00	1.30 წთ 1.30წთ
ორშაბათი (19. 05)	ქართული ხელოვნებისა და ლიტერატურის დასკვნითი კონცერტი მოსკოვში	19. 30 – 21.00	1.30 წთ

ამავე პერიოდს უკავშირდება მეორე დიდი თარიღი – ლენინური კომკავშირის 40 წლის იუბილე. სპეციალურად ამ თარიღისადმი კინოფესტივალი უნდა ჩატარებულიყო. ცხადია, ფესტივალზე ნაჩვენები იქნებოდა შესაბამისი თემატიკის მხატვრული და დოკუმენტური ფილმები. საქართველოს ტელემაუწყებლობაში საბავშვო პროგრამების ნიშა უფროსკლასელთათვის 20 კვირის განმავლობაში მხოლოდ ამ ფესტივალის ფილმებით შეივსო. 1958 წლის 15 ივნისს საქართველოს ტელეეკრანით ფესტივალის გახსნა და მხატვრული ფილმი „ისინი იყვნენ პირველნი“ აჩვენეს, ხოლო შემდგომ ყოველ მომდევნო კვირას თანმიმდევრულად გადაიცა ფილმები: „საკვირველი კვირა“, „მშფოთვარე ახალგაზრდობა“, „ეს ასე დაიწყო“, „რევოლუციისთვის თავდადებულნი“, „მტრული ქარიშხალი“, „ვოლგა–დონის სანაპირო არხი“, „ბედნიერი ნაოსნობა“, „სამნი გამოვიდნენ ტყიდან“, „ერთი რეპორტაჟის ისტორია“, „ორლიონოკი“, „ცეცხლოვანი ვერსიები“, „სიმართლე“, „ახალგაზრდობის ქუჩა“, „დრუჟოკი“, „მე ვიტყვი სიმართლეს“, „შეხვედრა სოიუზფილმის შემოქმედებით კოლექტივთან“. ხანგრძლივი სატელევიზიო საფესტივალო ჩვენება 27 ოქტომბერს დასრულდა. ციტატა გაზეთის მოწინავე სტატიიდან: „უკვე ორ კვირაზე მეტია, ჩვენი დედაქალაქი სადღესასწაულო სამოსელს არ იხდის, ზეიმს ზეიმი მოჰყვება, სიხარულს სიხარული. რამდენიმე დღის წინ თბილისმა თავისი დაარსების 1500 წლისთავის იზეიმა, შემდეგ სახელოვანი ლენინური კომკავშირის 40 წლისთავი“ [29]. საქართველოს ტელემაუწყებლობამ 26 ოქტომბრის ეთერში, საბავშვო პროგრამების სტაბილურ საეთერო დროში, 12.20 საათზე, კინოფესტივალის დახურვა და მხატვრული ფილმი „ჩემო ძვირფასო ადამიანო“ უჩვენა, ხოლო იმავე დღეს, 20.00 საათზე, ყველაზე რეიტინგულ დროს, როგორც გამონაკლისი, ტელემაყურებელს კომკავშირის 40 წლისთავისადმი მიძღვნილი სპეციალური გადაცემა უჩვენეს. მთელი ეს პიარ–კამპანია, რომელსაც მაშინ აგიტაცია–პროპაგანდას უწოდებდნენ, 27 ოქტომბერს დასრულდა; საქართველოს ტელევიზიით, 18.00 საათზე, ზ. ფალიაშვილის სახელობის ოპერისა და ბალეტის სახელმწიფო თეატრიდან

პირდაპირი ტრანსლაციით გადასცეს კომკავშირის 40 წლისთავისადმი მიძღვნილი, საქართველოს კომკავშირის ცენტრალური კომიტეტის საზეიმო პლენუმის გახსნა, რომელიც გრანდიოზული კონცერტით დაგვირგვინდა.

ზემოაღნიშნული ფაქტები ცხადყოფს, რომ მომავალი თაობის საბჭოთა იდეოლოგიით აღზრდის საქმეში საქართველოს ტელევიზიის ხელმძღვანელობას, ამ შემთხვევაში კი საბავშვო რედაქციას, ზუსტად ჩამოყალიბებული გეგმა ჰქონდა, რომელსაც თანმიმდევრულად ახორციელებდა და თავისი წვლილი შეჰქონდა მომავალი საბჭოთა ადამიანის ფორმირებაში. საქართველოს მომავალი თაობა მთელი წელი მხოლოდ ამ იდეოლოგიით საზრდოობდა, მათ არც ჰქონდათ სხვა არჩევანი (აქ ერთადერთი უალტერნატივო ტელევიზია იყო) და ყველაზე თავისუფალი აზროვნების მოზარდებიც კი ერთი მსოფლმხედველობით, შეხედულებებითა და სტანდარტებით ყალიბდებოდნენ.

ცალკე განხილვის საგანია მოსწავლეთა არდადეგები. სატელევიზიო პროგრამების მასალების შესწავლის საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ 1958–1959 წლებში ტელემაუწყებლობის ხელმძღვანელობა განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევდა მოსწავლეთა არდადეგებს. თვალსაჩინოებისათვის წამოგიდგენთ 1958 წლის საზამთრო არდადეგების ბადეს. რომელშიც ნათლად ჩანს ორ კვირიანი საზეიმო განწყობა (1958 წ. 27.12 – 1959 წ. 10. 01.)

კვირის დღე	გადაცემის დასახელება	საეთერო დრო ბადეში	ქრონომეტრაჟი
შაბათი (27.12)	„საქართველოს პიონერი“ (წინასაახალწლო სატელევიზიო გამოშვება)	19.30 – 20.30	1 სთ
კვირა (28.12)	„ნადირობა ჯუნგლებში და დიდი საცირკო სანახაობა“ (გადმოცემა თბილისის სახ. ცირკიდან. ანტრაქტში ხანძარსაწინა–აღმდეგო ღონისძიებათა ერთ–თვიური „ნორჩი მეხანძრეები).	12.00 – 15.00	3 სთ
ორშაბათი (29.12)	„ჩვენი ახალგაზრდობა“ (სატელევიზიო ჟურნალი)	19.30 – 20.15	45 წთ
ოთხშაბათი	წინასაახალწლო სატელევიზიო	19.00 – 20.00	1 სთ

(31.12)	მიმოხილვა ბავშვებისათვის		
ხუთშაბათი (01.01)	„თოვლის დედოფალი“ (ნ/ფ) საახალწლო სატელევიზიო მიმოხილვა ბავშვებისათვის	16.00 – 17.10 17.10 – 18.10	1.10 სთ 1 სთ
პარასკევი (02.01)	„მინდა ყველაფერი ვიცოდე“ (კინოჟურნალი საზამთრო არდა–დეგების გამო)	19.30 – 19.45	15 წთ
შაბათი (03.01)	„მანანა“ (მ/ფ) (მოსწავლეთა საზამთრო არდადე–გების გამო)	19. 30 – 20.40	1.10 სთ
კვირა (04.01)	საახალწლო ნაძვის ხის ზეიმი	12.00 – 14.00	2 სთ
ორშაბათი (05.01)	„პირველი ლენინგრადული“ (კინონარკვევი)	19. 30 – 19.50	20 წთ
სამშაბათი (06.01.)	„ჩვენი საყვარელი ნახატი გმირები“	19.30 – 19.50	20 წთ
ხუთშაბათი (08.01)	„ცოცხალი კროსვორდი“ (მოსწავლეთა საზამთრო არდადე–გების გამო)	19.30 – 19.50	20 წთ
პარასკევი (09.01.) შაბათი (10.01)	„მინდა ყველაფერი ვიცოდე“ სატელევიზიო ჟურნალი „მერცხა–ლი“	19.30 – 20.10 19.30 – 20.10	40 წთ 40 წთ.

1959 წლის 10 იანვარი საბავშვო პროგრამებისათვის განსაკუთრებული აღმოჩნდა, ამ დღეს ყოველკვირეული სატელევიზიო ჟურნალი „საქართველოს პიონერი“ სატელევიზიო ჟურნალმა „მერცხალმა“ ჩაანაცვლა. როგორც წესი, გაზეთი „ლაპარაკობს თბილისი“ ყოველი ახალი გადაცემის ანონსირებას აკეთებდა, თუმცა, „მერცხალზე“ არც ერთი სიტყვა არ თქმულა, სავარაუდოა, რომ ეს შეგნებულად იყო გაკეთებული, რათა ეს მოვლენა ზედმეტად არავის მოხვედროდა თვალში. „მერცხალის“ შემქმნელებმა იმ დროისთვის გაბედული ნაბიჯი გადადგეს – მათ საბჭოთა პიონერებისათვის განკუთვნილ გადაცემას, რომლის მიზანიც ბავშვებში საბჭოთა იდეოლოგიის დამკვიდრება, სრულიად საბჭოეთის პიონერული სულისკვეთების განმტკიცება იყო, ჯერ სათაური, ხოლო შემდგომ მიზნებიც შეუცვალეს.

როგორც ცნობილია, „საქართველოს პიონერს“ ჯერ „მერცხალი“, შემდეგ კი „ჯეჯილი“ უწოდეს. აუცილებლად უნდა შევეხოთ 1 ივნისს, ბავშვთა საერთაშორისო დღეს. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ამ თარიღს საქართველოს ტელემაუწყებლობა, თავისი დაარსების პირველივე დღიდან, დღემდე ყოველთვის აღნიშნავს, თუმცა, დროის სხვადასხვა მონაკვეთში ამ თარიღისადმი მიძღვნილი გადაცემები სახელმწიფო პოლიტიკის შესაბამისად იცვლება. ჩვენ ხელთ გვაქვს 1958 წლის საბავშო პროგრამები, რომელიც ბავშვთა საერთაშორისო დღისადმი იყო მიძღვნილი, ზეიმი 26 მაისიდან იწყებოდა. (1958 წ. 26.05 – 07. 06)

კვირის დღე	**გადაცემის დასახელება**	**საეთერო დრო ბადეში**	**ქრონო-მეტრაჟი**
ორშაბათი (26.05)	პიონერთა და მოსწავლეთა სასახლის სიმღერისა და ცეკვის პიონერული ანსამბლის საანგარიშო კონცერტი (ტრანსლაცია ზ. ფალიაშვილის ოპერისა და და ბალეტის სახ. თეატრიდან).	21.00 – 24.00	3 სთ
შაბათი (31.05)	„საქართველოს პიონერი“ (ჟურნალი მიძღვნილია ბავშვთა დაცვის საერთაშორისო დღისადმი).	19.30 – 20. 10	40 წთ
კვირა (01.06)	„ბედნიერი ბავშვობა“ (ბავშვთა საერთაშორისო დღისადმი მიძღვნილი გადაცემა) ნუშიჩი – „ფილოსოფიის დოქტორი“ (სპექტაკლი რუსთაველის სახ. სახელ–მწიფო თეატრიდან).	12.00 – 13.30 19.55 – 22.00	1.30 სთ 2.10 სთ
შაბათი (07.06)	„პიონერის კლუბის შეკრება“ (ნორჩი მოგზაურები სტუდიაში).	19.30 – 20.00	1.30 სთ

როგორც ზემოაღნიშნული ცხრილიდან ჩანს, საქართველოს ბავშვები მთელი დღე უყურებდნენ ბედნიერი საბჭოთა პიონერების ცხოვრებასა და საქმიანობას. რაც შეეხება კაპიტალისტური ქვეყნების ბავშვთა ცხოვრებას, ამის თაობაზე გაზეთი „ლაპარაკობს თბილისი“ იუწყებოდა: „სატელევიზიო ჟურნალში ცალკე სიუჟეტი მიეძღვნება ბავშვების ცხოვრებას საზღვარგარეთ... კონოდოკუმენტალისტები მაყურებელს გააცნობენ კოლონიური ქვეყნების ბავშვთა ცხოვრებას“[30]. ცხადია, სიუჟეტი ისე იქნებოდა აგებული, რომ საბჭოთა

პიონერებს კაპიტალისტური ქვეყნების მოსწავლეებთან შედარებით მათი ბედნიერი ცხოვრების უპირატესობა ეგრძნოთ. გაზეთი „ლაპარაკობს თბილისი“ თითქმის ყველა საკვანძო მომენტს წინასწარ ამცნობდა და გარკვეულწილად ამზადებდა მაყურებელს. ხშირად უფროსების საყურადღებოდ შემდეგი ტიპის საგანგებო განცხადებებსაც ათავსებდა: „მშობელთა და პედაგოგთა საყურადღებოდ! ა.წ. 14 თებერვალს ჩვენს ტელეეკრანებზე ნაჩვენები იქნება ახალი მხატვრული ფილმი „ჯადოქარი“, რომელიც მოგვითხრობს ახალგაზრდა ფრანგი ინჟინერის ლისანისა და სოფლელი ობოლი გოგოს ინგას უიღბლო სიყვარულზე, მისი ნახვა 16 წლამდე ასაკის ბავშვებისათვის მიზანშეწონილი არ არის“[31]. უნდა ითქვას, რომ იმ პერიოდისათვის საბავშვო რედაქცია ჯერ ცალკე ერთეულად არ იყო ჩამოყალიბებული, მას სამაუწყებლო ბადეში გამოყოფილი ჰქონდა საეთერო დრო და ადგილი შაბათს 19.00 – დან 20.00 სთ–მდე და კვირაობით 12.00 – 14.00–მდე. თუმცა სადაგ დღეებშიც ხანდახან შემთხვევითი, ერთჯერადი გადაცემები გადიოდა. ასეთი მაუწყებლობით კვირის განმავლობაში საბავშვო პროგრამები დაახლოებით 4 ან 6 საათს იკავებდა სამაუწყებლო ბადეში, თვეში კი სავარაუდოდ 24 საათს. ამასთან, იყო გამონაკლისი შემთხვევებიც, სადღესასწაულო თარიღები (ბავშვთა დაცვის საერთაშორისო დღე, ლენინური კომკავშირის 40 წლის იუბილე და სხვ.).

როგორც არაერთგზის აღვნიშნეთ, საბავშვო გადაცემები მოზარდი თაობის სოციალური აღზრდის სისტემაში აქტიურად იყო ჩართული, მისი მიზნები განსაკუთრებით დიადი თარიღების მომზადებისას ვლინდებოდა. მაგალითისათვის ისევ თვალი გადავავლოთ ზემოაღნიშნულ ლენინური კომკავშირის 40 წლის იუბილესადმი მიძღვნილ გადაცემათა მთელ ჯაჭვს, რომლის მოქმედების სტრატეგია პირობითად შემდეგი სქემის სახით შეიძლება წარმოვიდგინოთ:

1. **ექსპოზიცია**: ფესტივალის გახსნა (1954 წლის 15 ივნისი);

2. **კვანძის შეკვრა**: მხატვრული ფილმი “ისინი იყვნენ პირველნი“;

3. **პერიპეტიები**: კომკავშირზე შექმნილი 15 ფილმის ჩვენება;

4. **კულმინაცია**: 26 ოქტომბერი – კინოფესტივალის დახურვა და მხატვრული ფილმის „ ძვირფასო ადამიანო“–ს ჩვენება;

5. **კვანძის გახსნა**: პირდაპირი ტრანსლაცია ზ. ფალიაშვილის სახ. ოპერისა და ბალეტის სახელმწიფო თეატრიდან – კომკავშირის 40 წლისთავისადმი მიძღვნილი საქართველოს კომკავშირის ცენტრალური კომიტეტის საზეიმო პლენუმი;

6. **ფინალი**: საზეიმო კონცერტის ტრანსლაცია.

ეს სქემა ნათლად გვიჩვენებს, რომ იმ პერიოდისთვის „ცენტრი“ არა მხოლოდ აქტიურად ერეოდა მოძმე საბჭოთა რესპუბლიკების ტელემაუწყებლობის საქმიანობაში, არამედ მიზანმიმართულად წარმართავდა იდეოლოგიურ სტრატეგიას ეფექტური ზემოქმედების ზუსტად გათვლილი მექანიზმებით.

& 5. საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის სამაუწყებლო პოლიტიკა კომუნისტური რეჟიმის ბოლო წლებში

70–80 წლებში საბავშვო მაუწყებლობა თანდათან გაძლიერდა. უკვე მზადდებოდა თითქმის ყველა ჟანრისა და ფორმის ტელეგადაცემები. სატელევიზიო ბადეშიც თითოეულ გადაცემას მყარი საეთერო დრო და ადგილი ჰქონდა. ამ პერიოდისთვის დამახასიათებელია სასწავლო–საგანმანათლებლო გადაცემების გაძლიერება. როგორც ცნობილია საქართველოში 90–იანი წლების დასაწყისისთვის ეროვნული მოძრაობა გააქტიურდა, ამავდროულად მოძმე სოციალისტური რესპუბლიკების ტელემაუწყებლობაზე „ცენტრის“ კონტროლი თანდათან სუსტდებოდა. ეს მოვლენები ერთგვარად ტელევიზიაშიც შეიმჩნეოდა, სადაც მომრავლდა ეროვნულ თემატიკაზე შექმნილი გადაცემები. 1987 წელი პირობითად, შეიძლება საბჭოთა ტელევიზიის განვითარების პიკადაც კი ჩაითვალოს. სწორედ ამ მიზნით შევაჩერეთ ყურადღება და გამოვიკვლიეთ ამ წლის სატელევიზიო ბადე. თვალსაჩინოებისათვის წარმოვადგენთ 1987 წლის საახალწლო არდადეგების საბავშვო ტელემაუწყებლობის ბადეს.

კვირის დღე	გადაცემის დასახელება	საეთერო დრო	ქრონომეტრა-ჟი
ორშაბათი 5.01	სატელევიზიო კინოდარბაზი „ცისკარა“: მ/ფ „დიდი მომთვინიერებელი“ („ბელო–რუსფილმი“)	11.00 – 12.15	1.15 სთ
	„წყაროსთვალი“ (სატელევიზიო ჟურნა–ლი)	12,15 – 13.00	45 წთ
	„კატა და თაგვები“ (წარმოდგენა ვაჟა–ფშაველას მიხედვით)	13.00 – 13 40	40 წთ

	„საახალწლო ნაძვის ხის ზეიმი“	18.10 – 19.00	50 წთ
სამშაბათი 6.01	„მაღვიძარა“ სატელევიზიო კინოდარბაზი „ცისკარა“: მ/ფ „მანანა“ ქართული ენის ტელეკურსი აბიტურიენტთათვის – ქიმია შევისწავლოთ ინგლისური ენა ფილმი–კონცერტი „მართვე“ „საახალწლო ზღაპარი “(მოსწავლეთა–თვის).	9.45 – 10.15 11.00 -12.10 13.00- 13.30 13.45- 14.15 16.45- 16.55 16.55 - 17.40 17.40 - 18.20	30 წთ 1.10 სთ 30 წთ 1.30 სთ 10 წთ 1. 15 სთ 1.20 სთ
ოთხშაბთი 7.01	სატელევიზიო კინოდარბაზი „ცისკარა“: მ/ფ „ეგორკა“ მასწავლებლის საათი – „ბუნების დაცვა“ მათემატიკის ტელეკურსი შევისწავლოთ გერმანული ენა „სალამურა“ (მოზარდ მაყურებელთა სახ. ქართული თეატრის სპექტაკლი).	11.00 – 12.10 12.50- 13.20 13.30- 14 .00 16.15 – 16.45 16.55 – 18.30	1.10 სთ 1.30 სთ 30 წთ 30წთ 2.25 სთ
ხუთშაბათი 8.01	სატელევიზიო კინოდარბაზი „ცისკარა“: მ/ფ „მზიური“ ბიოლოგია (აბიტურიენტთათვის) მასწავლებლის საათი–საოჯახო ცხოვრე ბის ეთიკა და ფსიქოლოგია. საშინაო დავალების ანალიზი ქართულ ენასა და ლიტერატურაში მულტფილმების პროგრამა	11.10 – 12.30 13.00 – 13.30 13.45 – 14.15 16.15 – 16.45 17. 15- 17.55	1.20 სთ 30 წთ 1.30 სთ 30 წთ 20 წთ
პარასკევი 9.01	„ცისკარა“:გერმანული მ/ფ „უფლისწუ ლი შვიდი დღის იქით“ ფიზიკის ტელეკურსი მასწავლებლის საათი – დაწყებითი განათლება შევისწავლოთ ფრანგული ენა	10.15 – 11.45 12.55 – 13.25 13.40 – 14.10	1.30წთ 30წთ 1.30 წ 30წთ

	„შავლეგა ციკანი“ (თოჯინების თეატრის სპექტაკლი). მულტიპლიკაციური ფილმები	16.15 - 16.45 16.55 – 17.55	1სთ 20წთ
შაბათი 10.01	ქართული დოკუმენტური ფილმები: „იხარეთ და იდღეგრძელეთ“, „ბაკურიანის არდადეგები“ საახალწლო ნაძვის ხის ზეიმი კრემლის ყრილობათა სასახლეში. მხიარული შეჯიბრება მულტიპლიკაციური ფილმი „ყინვის არ მეშინის“	9. 55 – 11.00 11.00 – 11.45 11.45 – 12.45 17.30 – 17.45	1.05 სთ 45 წთ 1 სთ 15 წთ
კვირა 11.01	კინოჟურნალი „მინდა, ყველაფერი ვიცოდე“ სატელევიზიო კინოდარბაზი „ცისკარა“: მ/ფ „მინდა, რომ მოვიდეს“ (მ. გორკის სახ. კინოსტუდიის ნაწარმოები). ქართული ენისა და ლიტერატურის ტე–ლეკურსი მულტიპლიკაციური ფილმი “განძი“ „ზღაპრის გუდა“	10. 00 – 10.10 12.35 – 13.45 13.45 – 14.15 14.15 – 13.25 19.45 – 20.00	10 წთ 1.15 სთ 1.30 სთ 1.15 სთ 15 წთ

გაზეთ „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისის“ 1987 წლის ნომრების შესწავლის შემდეგ აღმოჩნდა, რომ საახალწლო ბადე საბავშვო პროგრამების სიუხვით გამოირჩეოდა. 1958–1959 წლებისგან განსხვავებით, ცენტრის გავლენა ნაკლებად იგრძნობა, ამავდროულად, შეიძლება ის პოლიტიკაც განისაზღვროს, რომელსაც ხელმძღვანელობა საბავშვო გადაცემებში ატარებდა.

ნათლად ჩანს, რომ წინა წლებთან შედარებით, რუსული ფილმები ქართულმა ჩაანაცვლა (05.01 – 11.01); საახალწლო დღეებში სატელევიზიო კინოდარბაზმა „ცისკარამ“ ბავშვებს მხოლოდ 3 რუსული ფილმი („ეგორკა“, „მინდა, რომ მოვიდეს“, „დიდი მომთვინიერებელი“) შესთავაზა, დანარჩენი დრო ქართულ ფილმებს ეკავა. ყველა ციკლური გადაცემა: „წყაროსთვალი“, „მხიარული შეჯიბრება“, „ზღაპრის გუდა“, ცხადია, თემატურად ახალ წელს ეძღვნებოდა.

წარმოდგენილ ბადეში იკვეთება ეროვნული მოტივებიც, კერძოდ, მომრავლდა ორიგინალური თეატრალური დადგმები: ვაჟა–ფშაველას „კატა და თაგვები“, ა. სულაკაურის „სალამურა“, „შავლეგა ციკანი“ და სხვა.

ცალკე უნდა გამოიყოს გადაცემათა ციკლი „მასწავლებლის საათი“, სადაც აქცენტები კეთდებოდა იმ თემებზე, რომელზეც მასწავლებლებს უნდა გაემახვილებინათ ყურადღება: ბავშვების კონტაქტი ბუნებასთან, დაწყებითი განათლების მნიშვნელობა, საოჯახო ცხოვრება, ეთიკა და ბავშვზე ზემოქმედების ფსიქოლოგია და ა.შ. „მასწავლებლის საათი“ ბავშვებთან პედაგოგების ურთიერთობაზე იყო ორიენტირებული. ამასთან, გადაცემა მშობლებს ყველა იმ კრიტერიუმს აცნობდა, რაც საბჭოთა მასწავლებელს მოეთხოვებოდა.

წინა რიგში წამოიწია საგანმანათლებლო სასწავლო პროგრამებმა, რომლებიც ეთერში გაკვეთილების ფორმატით ყოველდღიურად გადიოდა. მაგალითად, სამეცნიერო რედაქციაში მზადდებოდა: ქართულის, მათემატიკის, ქიმიის, ბიოლოგიის, ინგლისურის, გერმანულის, ფრანგულის გაკვეთილები. ზემოთ წარმოდგენილი პროგრამა ნათელი მაგალითია იმისა, თუ რა დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა საქართველოში უცხო ენების შესწავლას. სასწავლო პროგრამებს არა მხოლოდ სადაგ, არამედ, საახალწლო დღეებშიც კი გადასცემდნენ და ინტენსიურად იმეორებდნენ.

1987 წლის 05.01 – 11.01 პერიოდის სამაუწყებლო ბადის შესწავლამ ცხადყო, რომ ამ დროის განმავლობაში საბავშვო მაუწყებლობას დაახლოებით 33 საათი საეთერო დრო ჰქონდა გამოყოფილი, აქედან 16.30 სთ (ზუსტად ნახევარი) სასწავლო–საგანმანათლებლო პროგრამებს ეკავა, დანარჩენი – შემეცნებით–გასართობ გადაცემებს (მხატვრული ფილმები, მულტფილმები, თემატური გადაცემები და საახალწლო კონცერტები).

მთელი წლის ბადეს თუ გადავხედავთ, შევამჩნევთ, რომ ცენტრალური ტელევიზიის გავლენა ისეთი ძლიერი აღარ არის. ამის საფუძველს იძლევა თუნდაც 1987 წელს ვ. ლენინის ხსოვნისადმი მიძღვნილი ის პროგრამები, რომელიც საქართველოს ტელემაუწყებლობის ბადეში იყო განთავსებული მთელი წლის მანძილზე: 19.04 – (მოსკოვიდან) “ვისწავლოთ ლენინისაგან“ (სატელევიზიო ექსკურსია – „კრემლი, ლენინის კაბინეტი – ბინა“); 21.04 – პრემიერა: „შტრიხები

ვ.ი.ლენინის პორტრეტისათვის“ (მ/ფ); 22.04 – „ვლადიმერ ულიანოვი“, „წუთი ლენინთან“ (დოკ. ფილმი). რასაკვირველია, მსოფლიოს პირველი სოციალისტური სახელმწიფოს დამაარსებლის პიროვნული პროპაგანდა ისევ გრძელდებოდა. გაზეთები ისევ იყო აჭრელებული პროლეტარიატის ბელადის ქება–დიდებით „ვ. ლენინის შემოქმედებითი მემკვიდრეობა თაობიდან თაობებს გადაეცემა. ლენინის მოძღვრება ცოცხლობს და იმარჯვებს“[32]. ეს სიტყვები პრესასა თუ ტელევიზიაში ისევ ისე ისმოდა. თუმცა, არა ისეთი გრანდიოზული მასშტაბებით, როგორც წინა წლებში. აშკარად იგრძნობა ერთგვარი „ვალის მოხდის“ განწყობა; საერთოდ გადაცემები და, მათ შორის, საბავშვო და მოზარდი აუდიტორიისთვის გამიზნული, აღარ არის გამსჭვალული კომუნისტური პროპაგანდისათვის ჩვეული ჰეროიკული სულისკვეთებით და სოციალიზმის წინსვლის პროცესის შეუქცევადობით, რომ აღარაფერი ვთქვათ კომუნიზმის გარდაუვალი გამარჯვების უზენაესი მიზნის რწმენაზე. ამ დასკვნის საფუძველს გვაძლევს არა მხოლოდ სამაუწყებლო ბადის ანალიზი, არამედ, იმ პერიოდის სატელევიზიო პოლიტიკის, გადაცემების ხასიათისა და სტრუქტურის ცოდნა, დაფუძნებული ტელევიზიაში მუშაობის რამდენიმეწლიან გამოცდილებაზე.

იმხანად საფუძველში არაფერი შეცვლილა, მაგრამ კარგად თუ ჩავუკვირდებით, შევნიშნავთ, რომ საბჭოთა იდეოლოგებმა თავისი პოლიტიკის გასატარებლად და მანიპულაციისათვის უბრალოდ ხერხები შეცვალეს. მაგალითად, მასწავლებელთა მე–5 ყრილობაზე განათლების სისტემის ძირითადი საკითხები განიხილეს, რასაც შემდგომ სასკოლო რეფორმა მოჰყვა. ცნობილი პედაგოგი და მეცნიერი შ. ამონაშვილი, რომელიც პირველ ექსპერიმენტულ სკოლაში ამ მიმართულებით მუშაობდა, თავის სტატიაში წერდა: „სასკოლო რეფორმის ძირითადი მოთხოვნა სასკოლო პროგრამაში ინფორმატიკისა და გამოთვლითი ტექნიკის საფუძვლების შეტანაა...“[33]

სასკოლო რეფორმის გატარების პარალელურად გააქტიურდა სასწავლო–საგანმამათლებლო პროგრამებში მოსწავლეების მიზნობრივი ჩართვა. გადაცემაში „ცოდნის კარი ღიაა“ (25.05) ნაჩვენები იყო მასწავლებელთა ყრილობისადმი მიძღვნილი მათემატიკური დეკადა, რომელიც 25–ე საშუალო სკოლაში ჩატარდა. „დეკადამ დაამტკიცა, რომ მომავალი მათემატიკოსები სწავლობენ, ეძებენ, ამტკიცებენ, მათთვის მათემატიკა როდი მთავრდება სკოლის ზღურბლთან, პირიქით, სკოლის ზღურბლს იქით იკითხება დიდძალი ლიტერატურა მათემატიკაზე. მოსწავლეებმა ჰიმნიც კი შექმნეს ცნობილი სიმღერის მელოდიაზე“, – წერდა გაზეთი „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“[34]. ქართველი მეცნიერები უკვე ლაპარაკობდნენ კომუნიკაციის ახალ სისტემებზე. მომზადდა სპეციალური გადაცემა სახელწოდებით

„კომპიუტერი აზროვნებს, კომპიუტერი მოქმედებს“. ხოლო გაზეთ „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისის“ გვერდზე გაჩნდა ანონსი: „რას წარმოადგენს პერსონალური კომპიუტერი და რაში გამოიყენება იგი... უახლოეს მომავალში პერსონალური კომპიუტერებიც ისეთივე ადგილს დაიკავებენ ცხოვრებაში, როგორც დღეს უჭირავს მაგნიტოფონს და ტელევიზორს“[35]. ასე ოსტატურად იქმნებოდა რეალური შთაბეჭდილება იმისა, თუ როგორ ზრუნავდა და რა მნიშვნელოვან ცვლილებებს ატარებდა საბჭოთა ქვეყანა მომავალი თაობის აღზრდის საქმეში, თუმცა საბჭოთა იდეოლოგიური ტენდენციები ისევ ნათლად იკვეთებოდა სატელევიზიო პროგრამებში, ისეთშიც კი, როგორიც იყო მაგალითად, გადაცემა „თეატრი და ბავშვები“. ამის საილუსტრაციოა ციტატა საბავშვო გადაცემის სარეკლამო სტატიიდან: „ჭეშმარიტად საამაყოა, რომ ქართული საბჭოთა თეატრი იმთავითვე ჩაება ცხოვრების ფერხულში. კ. მარჯანიშვილის პირველი რევოლუციური ჟღერადობის სპექტაკლ „ცხვრის წყაროდან“ მოყოლებული, ქართულმა საბჭოთა თეატრმა სისხლიანი გზა განვლო“[36]. ამგვარად, ქართულ თეატრს, უფრო ზუსტად, ქართული საბჭოთა თეატრის ისტორიას მომავალ თაობებს სათანადო კუთხით აცნობდნენ. ისტორია საბჭოთა თეატრიდან იწყებოდა და არა 1850 წლის 14 იანვრიდან, როდესაც თბილისის პირველ გიმნაზიაში გ. ერისთავის „გაყრა“ დაიდგა. ყურადღების კონცენტრაცია ხდებოდა საბჭოთა ადამიანსა და მისი საბჭოური ცხოვრების ამსახველ პიესებზე. ამ მიმართულებით სერიოზული მუშაობა მიმდინარეობდა. თეატრში, რადიოსა თუ ტელევიზიაში უპირატესობა ამ თემატიკაზე შექმნილ დრამატურგიას ჰქონდა, რის გამოც მოთხოვნები მის მიმართ იზრდებოდა, რაც, შესაბამისად, ამუხრუჭებდა ეროვნული დრამატურგიის განვითარებას.

იმართებოდა კონკურსები საბჭოთა თემატიკაზე აგებული საუკეთესო მხატვრული ნაწარმოებების შესაქმნელად. „საქართველოს რადიომ დიდი ოქტომბრის სოციალისტური რევოლუციის 70 წლისთავისადმი გამოაცხადა კონკურსი. რადიოპიესაში უნდა აისახოს: საბჭოთა ხალხის სახელოვანი რევოლუციური საბრძოლო და შრომითი ტრადიციები, სოციალისტური ცხოვრების წესი, ერთგულება, პატრიოტიზმი და ინტერნაციონალიზმი... საბჭოთა ადამიანების ბრძოლა სკკპ ოცდამეშვიდე ყრილობის ისტორიულ გადაწყვეტილებათა განსახორციელებლად“ – იუწყებოდა გაზეთი „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“[37]. ცალკე უნდა გამოიყოს ჟურნალი „წყაროსთვალი“, რომელიც საბავშვო ტელეაუდიტორიაში აქტიურად ნერგავდა საბჭოთა იდეოლოგიას. სავარაუდოდ გადაცემა საინფორმაციო ხასიათის უნდა ყოფილიყო, თუმცა მასში არ იყო დაცული შესაბამისი სტრუქტურა და ინფორმაცია და გასართობი ელემენტები ერთმანეთთან ხელოვნურად იყო დაკავშირებული. მრავალსიუჟეტიან გადაცემაში ჭარბობდა იუმორი და ლექსები, სტუდიაში მიყვანილ საინტერესო ადამიანებთან

დიალოგი. ეს სატელევიზიო რუბრიკა სისტემატურად უჩვენებდა ოქტომბრელების, პიონერებისა და კომკავშირელების ცხოვრებას. 1987 წელს, 16 თებერვალს, 21 საათზე ეთერში გადაიცა პროგრამა „ზრუნვა“, რომელიც ზემო ავჭალის შრომითი დაწესებულების არასრულწლოვანებს მიეძღვნა. მოწვეულმა სტუმრებმა მოზარდებთან ერთად ისაუბრეს ნარკომანიასა და მის სავალალო შედეგებზე. ეს პირველი მცდელობა იყო ნარკომანიის საწინააღმდეგო მოძრაობაში მოზარდი ტელეაუდიტორიის ჩართვისა. გაზეთ „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისის“ მეშვეობით რედაქციამ მიმართა ტელემაყურებლებს, მიეწერათ თავიანთი მოსაზრებები გადაცემაში დასმული საკითხების ირგვლივ და აქტიურად ჩაბმულიყვნენ ნარკომანიის პრობლემებთან დაკავშირებულ დისკუსიაში“[38]. ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ საბავშვო გადაცემების ძირითადი ნაწილი ისევ ჩვეული იდეურ–აღმზრდელობითი დანიშნულებისა იყო და საბჭოურ მენტალიტეტს ამყარებდა. ეს ხაზი აშკარად გამოიკვეთა გადაცემის – „ერთი გაკვეთილი და სამი მასწავლებელის“ ანონსში: „პიონერებთან მათი დიალოგი, კამათი და საუბარი შეეხება პიონერული ცხოვრების პრობლემურ საკითხებს – რამდენად ესმით მოზარდებს თავიანთი მოვალეობა, რა არის დემოკრატია, როგორ უნდა გაიმართოს ანგარიშგება – არჩევნები რაზმსა და რაზმეულში, ვინ უნდა აირჩიონ თავიანთ წინამძღვრად“ [39]. გადაცემა–გაკვეთილს სამი საპატიო მასწავლებელი უძღვებოდა (მწერალი რ. ინანიშვილი, ისტორიის მეცნიერებათა კანდიდატი, 147–ე სკოლის დირექტორი ა. ჩაფიძე და საქართველოს ალკკ ცენტრალური კომიტეტის ინსტრუქტორი ლ. იმნაიშვილი).

ცხადია, ყველა წამოჭრილი საკითხი საბჭოთა იდეოლოგიაზე დაყრდნობით განიხილებოდა. ჯერ შორს იყო ის დრო, როდესაც ტელეაუდიტორიას შესაძლებლობა ექნებოდა ცოცხლად ჩართულიყო პირდაპირ ეთერში. არ არსებობდა ინტერაქტიური გამოკითხვები, მაგრამ ასეთი გადაცემების ფორმატებიც გარკვეულწილად მუშაობდა. იმ დროისათვის უამრავი სატელეფონო ზარი ხორციელდებოდა, მოდიოდა წერილები, რაც ილუზიას ქმნიდა საზოგადოებაში, რომ თითქოსდა ხალხი მართლაც აქტიურად მონაწილეობდა ყველა საჭირბოროტო საკითხის განხილვაში.

რეალურად, ყველა მნიშვნელოვანი მოვლენა, რომელიც დაკავშირებული იყო სასკოლო განათლების სისტემასთან, უმაღლეს პარტიულ ინსტანციებში განიხილებოდა, შემდგომ მასწავლებელთა ყრილობებზე ხდებოდა აფიშირება, მტკიცდებოდა და იწყებოდა განხორციელება. განათლების პოლიტიკისა და მიმდინარე პროცესების პროპაგანდისთვის, რა თქმა უნდა, საბავშვო ტელემაუწყებლობასაც აქტიურად იყენებდნენ.

&6. საბავშვო ტელემაუწყებლობის პოლიტიკა თანამედროვე ეტაპზე (საქართველოს საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და კერძო ტელეკომპანიებში)

საქართველოში საბავშვო ტელემაუწყებლობის განვითარების ისტორია საქართველოს ტელევიზიას, ანუ სახელმწიფო ტელევიზიას უკავშირდება, რომლის საფუძველზეც „ვარდების რევოლუციის“ შემდგომ ჩამოყალიბდა ამჟამინდელი საზოგადოებრივი მაუწყებელი (I არხი). საზოგადოებრივი მაუწყებლობის შექმნას საფუძველი ჩაუყარა კანონმა მაუწყებლობის შესახებ, რომელიც საქართველოს პარლამენტმა 2004 წლის 23 დეკემბერს მიიღო და ძალაში 2005 წლის 18 იანვარს შევიდა. სახელმწიფო ტელერადიოკორპორაციის საზოგადოებრივ მაუწყებლად ტრანსფორმაციის პროცესის დასაწყისი სწორედ კანონის მიღებას უკავშირდება, რომლის რეალური დანერგვა მმართველობის ახალ ფორმაზე გადასვლით დაიწყო“ [40].

2006 წლის აპრილიდან საზოგადოებრივი მაუწყებელი ხელმძღვანელობს „საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსით“ (პროფესიული სტანდარტები და ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპები საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამებში), რომელშიც ცალკე თავად არის გამოყოფილი „არასრულწლოვანები და ბავშვები“ და მოიცავს შემდეგ პუნქტებს:

16.1 არასრულწლოვანთა მავნე ზეგავლენისგან დაცვა

16.2 თანხმობა ბავშვების გაშუქებაზე

16.3 ბავშვების მონაწილეობა პროგრამებში

16.4 არასრულწლოვანთა ვინაობის გამჟღავნება

16.5 ბავშვები და სახიფათო იმიტაცია

16.6 ბავშვები და ინტერნეტი[41]

არასრულწლოვანთა დაცვის პრინციპი მკაფიოდაა განსაზღვრული ასევე „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსში“, რომელიც 2007 წლის აპრილიდან ამოქმედდა და ვრცელდება საქართველოში მოქმედ ყველა მაუწყებელზე. „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“ და „საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსი“ აწესებს დროით შეზღუდვით ზღვარს (ე.წ. წყალგამყოფს). „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“ ავალდებულებს მაუწყებლებს სამაუწყებლო ბადე დაგეგმოს დროითი შეზღუდვებით, რაც მკაფიოდ არის განსაზღვრული ყველა ასაკობრივი კატეგორიისა და ყველა სახის ტელეპროგრამისთვის [42]. „საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსი“ კი წყალგამყოფს (საეთერო დროის გამყოფ ზღვარს, რომელიც საოჯახო ჩვენებისათვის და ზრდასრული აუდიტორიისათვის განკუთვნილი პროგრამების ერთმანეთისაგან გასამიჯნად

გამოიყენება) 21:00 საათიდან 08:00-მდე და აწესებს და განსაზღვრავს, რომ: “მასალა, რომელმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს არასრულწლოვანების, განსაკუთრებით ბავშვების (15 წლამდე ასაკის მოზარდების) ფიზიკურ, გონებრივ თუ ზნეობრივ განვითარებას, არ უნდა გადაიცეს წყალგამყოფამდე” [43].

მედიის გავლენისადმი მიძღვნილ სტატიაში მკვლევარები ლაურა კუტუბიძე და ვაჟა ზუბაშვილი აღნიშნავენ, რომ საქართველოს კომერციული ტელეარხები „ვერ ახერხებენ ზრდასრული და საბავშვო/არასრულწლოვანი აუდიტორიისათვის განკუთვნილი პროგრამების გამიჯვნას. სხვა რომ არაფერი ვთქვათ, საეთერო კინოპროგრამების ანონსები, რომლებშიც ყველაზე მძაფრი კადრებია გამოყენებული, ე.წ. საბავშვო დროის პერიოდშიც ინტენსიურად ტრიალებს ტელეეთერში; რეკლამა მკაფიოდ არ არის გამიჯნული პროგრამისაგან (განსაკუთრებით ეხება ეს კინოპროგრამებს, რომლებშიც, არცთუ იშვიათად, ყველაზე მძაფრ და კრიტიკულ მომენტებში ერთვება რეკლამა ყოველგვარი წინასწარი მინიშნების გარეშე)“[44].

ბოლოდროინდელი კვლევები ცხადყოფენ, რომ რაც უფრო პატარაა ბავშვი, მით უფრო მეტად ექცევა რეკლამის ზეგავლენის ქვეშ. ბავშვებსა და მოზარდებზე რეკლამის ზეგავლენა ცხარე დებატების საგანია. ერთი მხრივ, განიხილება ბავშვებზე რეკლამის ნეგატიური და არასასურველი ზეგავლენა და, მეორე მხრივ, პოზიცია, რომ რეკლამა ბავშვების კულტურისა და კომუნიკაციის განუყოფელი ნაწილია. კიდევ ერთი თვალსაზრისი მარკეტინგულ სფეროს უკავშირდება: შემოსავალი რეკლამიდან საბავშვო პროგრამების (ძირითადად იგულისხმება ტელეპროგრამები) არსებობის აუცილებელი პირობაა[45]. აუდიტორიაზე მედიის ზეგავლენის კვლევა უახლესი მიმართულებაა და ამ თვალსაზრისით საქართველოში თითქმის არაფერია გაკეთებული. ამდენად, ამ ქვეთავში, მოზარდი თაობის ჩამოყალიბებაზე საქართველოს თანამედროვე ტელესივრცეში არსებული პროდუქციის შესაძლო ზემოქმედების თაობაზე განვითარებული თვალსაზრისები ემყარება ჩვენს ემპირიულ დაკვირვებებს და, უმეტესწილად, არ არის გამყარებული შესაბამისი დარგების სპეციალისტთა სათანადო კვლევებით.

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ბავშვები ყველაფერს ელვის სისწრაფით აღიქვამენ და იოლად ბაძავენ. პოსტსაბჭოთა საქართველოში ერთბაშად იმრავლა კერძო ტელეკომპანიებმა და ტელესივრცეც უხვად გაიჟღინთა მასკულტურით, ე. წ. „შოუებით“. მიუხედავად იმისა, რომ ეს პროექტები არ მიეკუთვნებიან საბავშვო მაუწყებლობას, აუცილებელია მათზეც ვისაუბროთ, რადგანაც ფაქტია, რომ ქართველი ბავშვები და მოზარდები დიდი სიამოვნებით უყურებენ ასეთ პროგრამებს. საილუსტრაციოდ გამოდგება მასობრივი კულტურის რამდენიმე ქართული

ტელეპროექტი, როგორიცაა: “ღამის შოუ“, „შაბათის შოუ“, „ცოცხალი შოუ“, „ვანო ჯავახიშვილის შოუ“, „ლიმონი“, „ნანუკას შოუ“.

ტელეკომპანია “რუსთავი 2“–ის ერთ–ერთი პოპულარული გადაცემა „ღამის შოუ“, რომელიც შემდგომ „ვანო ჯავახიშვილის შოუმ“ ჩაანაცვლა, ნამდვილად არ არის გათვლილი მდარე გემოვნების მაყურებელზე, რასაც ვერ ვიტყვით „შაბათის შოუზე“, რომელსაც აშკარად ეტყობა პროფესიონალების დეფიციტი. თუმცა ისიც უნდა ითქვას, რომ „სკეტჩებზე“ უფრო ხანგრძლივი სარეკლამო ბლოკებია, რაც ამ პროგრამის მაღალ რეიტინგულობაზე მეტყველებს. მაგრამ ვფიქრობთ, რომ ეს ის შემთხვევაა, როცა კომერციული მოგება და მაყურებელზე შოუს პოზიტიური ზემოქმედების ეფექტი, შესაძლოა, ერთმანეთის ადეკვატური სულაც არ იყოს. ამდაგვარი პროექტების თემები უკბილო ხუმრობებზეა აგებული, არ არსებობს მკვეთრად გამოხატული დრამატურგია, იუმორი კი უმთავრესად იმით გამოიხატება, რომ პერსონაჟები სხვადასხვა კუთხისა და თბილისის სხვადასხვა უბნის დიალექტით საუბრობენ. შედეგიც სახეზეა: მოზარდების დიდი ნაწილი ნანულივით, ვახტანგივით, ვანოსავით ოხუნჯობს და ამახინჯებს ქართულ ენას, მაშინ, როდესაც ტელევიზიის ერთ–ერთი უმთავრესი ფუნქცია ენის სტანდარტების შენარჩუნებაცაა.

ცალკე მსჯელობის საგანია „შოუში“ მონაწილე „მსახიობების“ თამაში. ამ პროგრამაში დაკავებულები თავიდან ე. წ. „კავეენში“ („მხიარულთა და საზრიანთა კლუბი“) მონაწილეობდნენ, ხუმრობდნენ და მსახიობობაზე არანაირი პრეტენზია არ ჰქონდათ. მათი უშუალობით მაყურებელი მოხიბლული იყო და ტაშითაც აჯილდოებდა. შემდეგ მათი ამბიციები გაიზარდა და „ცოცხალ შოუში“ წარმოდგენილ თემაზე „იმპროვიზაციებს“ გვთავაზობენ.

რეჟისორი მ. თუმანიშვილი თავის ნაშრომში „იმპროვიზაცია“ წერს: „იმპროვიზაციაზე მხოლოდ მაშინ შეიძლება ვილაპარაკოთ, თუ მსახიობი სრულყოფილად ფლობს ხელებს, ფეხებს, ტანს, გულს, გრძნობებს, აზრებს, მხოლოდ მაშინ, როდესაც იგი იმდენად კარგადაა შეიარაღებული, რომ ნებისმიერი სიტუაციიდან გამოსვლა შეუძლია“[46]. იმპროვიზაციის კულტურა პროფესიონალი მსახიობის ოსტატობის უმაღლესი საფეხურია, ზემოაღნიშნულ პროექტში მონაწილე „მსახიობები“ საკმაოდ შორს არიან ამ მოთხოვნებისაგან. პროექტის ავტორებმა წარმატების მისაღწევად კიდევ ერთი ხერხი გამოიყენეს. მათ ყოველი ე. წ. „იმპროვიზაციის“ ბოლოს კადრს გარეთ ჩაწერილი ხარხარი დაადეს. ცნობილია, რომ ამგვარი სიცილი ტელემაყურებელს აიძულებს უფრო დიდხანს იცინოს. ასეთი ხერხი წარუმატებელი ხუმრობების დროსაც კი ეფექტურია და ეს გარემოება სპეციალური ფსიქოლოგიური გამოკვლევებითაა დადასტურებული. მაყურებელი მშვენივრად ხვდება, რომ გაუხმოვანებლად

ეს ეპიზოდი არ არის ისეთი სასაცილო, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, ეს ფიქცია მასზე მაინც მოქმედებს. ამ თემის შესასწავლად ფსიქოლოგმა რ. ჩალდინიმ ცდის პირებთან მრავალი გამოკვლევა ჩაატარა. იგი წერს: „ტენდენცია – მოქმედება ჩაითვალოს სწორად, როდესაც ასე იქცევიან ბევრნი, კარგად მუშაობს. როგორც წესი, ჩვენ ცოტა შეცდომებს ვუშვებთ მაშინ, როდესაც ვმოქმედებთ სოციალური ნორმების შესაბამისად, რადგან რასაც აკეთებს ადამიანთა დიდი უმრავლესობა, ეს სწორია“[47]. სწორედ ეს არის სოციალური მტკიცებულების პრინციპი, რომლის თანახმადაც, ჩვენ განვსაზღვრავთ, რა არის სწორი. მართებულია ის, რასაც სხვა ადამიანები სწორად თვლიან. პროექტში „ცოცხალი შოუ“ სწორედ ეს პრინციპია გამოყენებული. პროგრამა ნამდვილად არ არის საბავშვო, თუმცა, იგი ბავშვებსა და მოზარდებშიც ძალზე პოპულარულია. ამგვარი „შოუები“, მათში გამოხატული მდარე გემოვნებით, არაპროფესიონალურობითა და პრიმიტიულობით, საკმაოდ დიდი საშიშროების შემცველია, რადგანაც განსაკუთრებით ზემოქმედებს მომავალი თაობის გემოვნებისა და ღირებულებების ჩამოყალიბებაზე.

ჩვენს მოზარდებში განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს ე. წ. „რეალითი შოუ“. რამ გამოიწვია ამ პროექტის პოპულარობა? ამ თემაზე დაფიქრება ღირს, რადგან მან მთელი საქართველოს არა მხოლოდ ახალგაზრდები, არამედ, მოზარდებიც დააინტერესა (რაზეც მეტყველებს „რეალითი შოუების“ რეიტინგულობა). რაც მთავარია, ის თანდათან, მიზანდასახულად ამკვიდრებს „ახალი ადამიანის“ სტერეოტიპს, დევიზით – “ის გაიმარჯვებს, ვინც ყველაფერზე წავა...“

პირველი ნიშანი, რითაც „რეალითი შოუ“ იპყრობს მოზარდთა გულებს, ცნობისმოყვარეობაა, იმდენად მომხიბვლელი და მაცდურია „რეალითი შოუს“ წინაპირობა. პროექტის მონაწილეები ერთ სივრცეში არიან ჩაკეტილები. ერთად ჭამენ, სვამენ, ერთობიან, პირველობისთვის ერთმანეთს ებრძვიან. კონკურსანტები არ თამაშობენ, ისეთები არიან, როგორებიც ჩანან ეკრანზე. ეს ხომ ნამდვილი ცხოვრებაა, ასე ფიქრობს უამრავი ადამიანი, მით უმეტეს ბავშვი და მოზარდი (მაყურებელთა დიდი ნაწილი სწორედ მოზარდები არიან, ამას ადასტურებს უამრავი სმს–ი, რომელსაც ისინი უგზავნიან თავის რჩეულებს და რომელიც, ამავე დროს, განაპირობებს შოუში გამარჯვებულის გამოვლენას).

სინამდვილეში კი ეს „რეალითი შოუ“, რასაკვირველია, ილუზიაა, ოღონდ არც ისეთი უწყინარი, როგორც ერთი შეხედვით ჩანს. რაშია მისი წარმატების მიზეზი? ამის გასარკვევად ცოტა უფრო ღრმად უნდა გავაანალიზოთ ამ პროექტის არსი და მიმოვიხილოთ მაყურებელზე ტელევიზიის ზემოქმედების ის ხერხები და მეთოდები, რომლებითაც იგი ვითომდა ეკრანზე რეალურ ცხოვრებას აჩვენებს, შეულამაზებლად და ბუნებრივად. ამისათვის ტელევიზია

დაკვირვების მეთოდს იყენებს, რომელიც ინტენსიურად გამოიყენება ტელეჟურნალისტიკაში. დაკვირვება რთული პროცესია. მის სტრუქტურაზე გავლენას ახდენს, ერთის მხრივ, გარეგნული, დაკვირვების ობიექტთან დაკავშირებული სიტუაციები, ხოლო, მეორეს მხრივ, შინაგანი პირობები, რაც თვით დამკვირვებლის პიროვნების ფსიქოლოგიური და პროფესიული ინდივიდუალობით არის განსაზღვრული. მკვლევარი გ.ლეონიძე წერს: „ტელეჟურნალისტიკის დაკვირვების ობიექტი მეტად ფართო ცნებაა – იგი მოიცავს როგორც ისტორიულ პროცესებს და სოციალურ სიტუაციებს, ისე საყოფაცხოვრებო, ყოველდღიურ ამბებს, კონკრეტული ადამიანების ცხოვრებას, რეალურ მოვლენებს“[48].

ტელევიზიის ერთ–ერთი ძირითადი სპეციფიკური ნიშანი არის მისი უნარი, აჩვენოს მოვლენა, მოქმედება, მოქმედებისა და ეკრანზე მისი ასახვის ერთდროულობა ტელევიზიის უნიკალური თვისებაა. რეალური დრო, რომელიც თან ახლავს სატელევიზიო მოძრავ გამოსახულებას, არა მარტო განსაზღვრავს ტელევიზიის პირველად თვისებებს, არამედ, თავისებურ გავლენას ახდენს სინამდვილეზე დაკვირვების მეთოდების შერჩევაზეც. იგი უპირატესობას ანიჭებს ფაქტებსა და მოვლენებზე პირდაპირ დაკვირვებას, ერთჯერად უშუალო დაკვირვებას მათი მიმდინარეობის პროცესში.

ამგვარი პირდაპირი, ანუ რეპორტაჟული დაკვირვება კინოშიც ფართოდ გამოიყენება ხანგრძლივ დაკვირვებასთან ერთად, მოვლენებისა თუ რეპორტაჟული ფილმების გადაღებისას. კინოდაკვირვების მეთოდს იყენებდა ცნობილი კინოდოკუმენტალისტი და თეორეტიკოსი ძიგა ვერტოვი, რომელიც წერდა: „მე მოვდივარ არა ფუნჯით, არამედ კინოაპარატით, უფრო სრულყოფილი ხელსაწყოთი და მსურს ჩავწვდე ბუნებას მხატვრული მიზნით, სახეობრივი აღმოჩენების მიღწევის მიზნით, მოვიპოვო ძვირადღირებული სიმართლე არა ქაღალდზე, არამედ ფირზე – დაკვირვების გზით, ცდის მეშვეობით... ესაა ქრონიკის, მეცნიერებისა და ხელოვნების კავშირი“ [49]. კინოსგან განსხვავებით, ტელევიზიამ დაკვირვების მეთოდი ძირითად მეთოდად გამოიყენა და, მის ტრანსლაციურ ბუნებასაც თუ გავითვალისწინებთ, მაუწყებლობის ერთ–ერთ პრიორეტიტულ ფორმად აქცია. რაც მთავარია, მან კინოსაგან განსხვავებით მაყურებელს მოვლენაზე მისი მიმდინარეობის პროცესში პირდაპირი დაკვირვების საშუალება მისცა. პირდაპირი ტრანსლაცია ხდება ამწუთიერად და ხორციელდება რამდენიმე კამერის მეშვეობით, ბგერისა და ვიზუალური ერთიანობით, თანმიმდევრულად და უწყვეტად. აქედან გამომდინარე, პირდაპირი ტრანსლაცია არის ერთდროულად პირდაპირი დაკვირვების მეთოდიცა და ფორმაც. მოვლენის ტელეტრანსლაცია ამ მოვლენის ასახვის ყველაზე

დოკუმენტური ფორმაცაა, რადგან ემყარება რეალური სინამდვილისა და მისი ტელეგამოსახულების ოპტიკურ იდენტურობას.

ამჟამად ტელევიზიაში უკვე შემუშავებული ხერხები და მეთოდებია, რომლებიც ადრე არსებულ გამოცდილებას ეყრდნობა. ადამიანების ბუნებრივ მდგომარეობაში წარმოდგენის მიზნით მათ ან ფარული კამერით იღებენ, ან ისე აჩვევენ კამერას, რომ ისინი გადაღების პროცესებზე აღარ რეაგირებდნენ. ცხადია, ხანგრძლივი დაკვირვებისას ადამიანი ისეა დაკავებული საკუთარი საქმიანობით, რომ გადაღების მომენტები მისთვის გარკვეულწილად მეორეხარისხოვანი ხდება. არსებობს კიდევ ერთი საინტერესო ხერხი (ექსპერიმენტის მეთოდი), რომლის დროსაც რეჟისორი თავად „ქმნის“ მოვლენასა და გარემოს და ამ შეთავაზებულ პირობებში ამოქმედებს ადამიანებს. ეს ხელს უწყობს შემოქმედს გარკვეულწილად შექმნას ობიექტური ცხოვრების მდინარება. ექსპერიმენტულ მეთოდს ხშირად უწოდებენ „პროვოცირებული“ სიტუაციის მეთოდს.

ყველა ზემოაღნიშნული ხერხი საშუალებას იძლევა, ავსახოთ ეკრანზე ნამდვილი და არა დადგმული ცხოვრება. სწორედ ეს იყო გამოყენებული რეალით შოუში „ჯეობარი“, რომელიც ტელეკომპანია „რუსთავი 2“–ზე გადიოდა. პროექტმა მწვავე კამათი და დიდი მითქმა–მოთქმა გამოიწვია. თავისი სტრუქტურით ის ნამდვილად ახალი ტიპის გადაცემაა ქართულ ტელესივრცეში. საინტერესოა სტუდია–პავილიონი „ბარი“, სადაც კონკურენტებთან მათი „ფანები“ ან ჩვეულებრივი ადამიანები მიდიან. „ბარი“ გემოვნებით, თანამედროვე სტანდარტების შესაბამისადაა მოწყობილი. დამდგმელ ჯგუფს ხანგრძლივი დაკვირვების საშუალება აქვს. „ბარში“ ცხოვრება ჩვეულებრივად მიედინება. რეჟისორი მონაწილეებს უქმნის ისეთ პირობებს, რომელშიც ისინი ბუნებრივად მოქმედებენ. ეს გადაცემის ყველაზე „ნამდვილი“, რეალური ნაწილია. რაც შეეხება „ჯეობარელების“ საძინებელ ოთახებს, აქ დაკვირვება ფარული კამერით მიმდინარეობდა და სწორედ აქ განსაკუთრებით იგრძნობა დაძაბულობა, რადგანაც კონურსანტებისთვის ეს გარემოება ცნობილია.

მონაწილეები თამაშობენ უკომპლექსო, თავისუფალ ადამიანებს და ხშირად უხერხულ მდგომარეობაშიც ვარდებიან, ხდებიან ვულგარულები, უხეშები და ზოგჯერ უხამსებიც კი. ყველაზე საინტერესო კვირის ბოლო დღე იყო, როდესაც ერთ–ერთი კონკურსანტი პროექტს ტოვებდა. აქ გამოყენებული იყო ე.წ. „პროვოცირების“ ხერხი, ანუ „ჟურნალისტური ექსპერიმენტი“. კადრში ჩანდა ორი კონკურსანტი, რომელთაგან ერთ–ერთი კონკურსს დატოვებდა ინტერაქტიული გამოკვლევის შედეგად. როდესაც ცხადდებოდა გამარჯვებული, საგანგებოდ გვიჩვენებდნენ დამარცხებულს, თანაც ახლო ხედით და ჩვენს თვალწინ

შიშვლდებოდა წაგებულის გრძნობები, ემოციები. დღემდე გვახსოვს როგორ ტიროდა ერთ–ერთი კონკურსანტი მარი ნაკანი, როდესაც „ჯეობარი“ დატოვა.

ამ მეთოდის გამოყენების დროს გათვალისწინებული უნდა იყოს რესპონდენტის უფლებები. პროექტის ავტორებმა ყველა სიტუაციაში უნდა გაითვალისწინონ ეთიკური ნორმები და არ უნდა ავიწყდებოდეთ, რომ ადამიანი ყოველთვის არ არის კმაყოფილი, როცა თავის გრძნობებს თუ ემოციებს ამჟღავნებს, ამიტომ მის სულიერ მდგომარეობას ანგარიში უნდა გაეწიოს. „ჯეობარი“ ტექნოლოგიურად და ფორმის თვალსაზრისით საკმარისად გამართული და მრავალფეროვანი პროექტია. რაც მთავარია, მასში გამოყენებულია თითქმის ყველა სატელევიზიო ცნობილი და აპრობირებული ხერხი და პროგრამა.

ეს ფორმატი თავისი მხატვრული სახით საინტერესო და მისაღები გამოდგა თანამედროვე ახალგაზრდობისათვის. მაგრამ რაც შეეხება მის შინაარსსა და შედეგს, მის ზნეობრივ, ასე ვთქვათ, კონცეფციას, იგი შესაძლოა, სადაო იყოს, რადგან, ნებსით თუ უნებლიე, უზნეობის ტირაჟირებას ახდენს. „მაჩო“ ბესომ 35 ათასი ლარი მოიგო. თუ ყველას გაწირავ და ჩაძირავ, თუ მხოლოდ მგლური კანონებით იცხოვრებ, მაშინ უსათუოდ გაიმარჯვებ. დაახლოებით ამგვარ ცხოვრებისეულ წესს ამკვიდრებს მაყურებლის ცნობიერებაში „ჯეობარში“ განვითარებული მოვლენები.

ელემენტარულ ლოგიკას თუ მივყვებით, გამოდის, რომ „ჯეობარის“ გმირი ბესო, ამ გადაცემის წყალობით, ცნობად პერსონად იქცა. ტელეპროექტმა ქართულ საზოგადოებაში დიდი ვნებათაღელვა გამოიწვია. ჟურნალისტი და ექსპერტი ზ. ქორიძე ამ პროექტის შესახებ წერდა: „ბესოს უყვარს ექსტრემი, მაგრამ არ იცის, როგორ იმოქმედოს ექსტრემალურ ვითარებაში და ყოველთვის გაურბის მას. ბესოს სურს ლიტერატურული სალონის გახსნა. იცის, რომ ეს კარგი ტონია, მაგრამ „წიგნის სახლში“ თავისი კონკურენტისათვის ყიდულობს „მაგარ წიგნს, მაგარ კაცზე“ – ჩე გევარაზე; ბესო ნაციონალურ თვითიდენტიფიკაციას მხოლოდ მაშინ ახდენს, როდესაც უკრაინელ ნადიას „გაჟიმავს“ და მხოლოდ შემდეგ ჩაიცვამს ქართულ ჩოხას; ბესოს სურს ნაციონალურ მოძრაობაში გაწევრიანება. ნაციონალურ მოძრაობასაც, დარწმუნებული ვარ, სურს ბესო თავის წევრად, რადგან მას სურს ზომბირებული საზოგადოება, რომლის ფავორიტი ბესოა“[50].

პროექტი განსაკუთრებით რეიტინგული მოზარდებში აღმოჩნდა, რასაკვირველია, ეს განაპირობა იმ სიახლემ და იმ „თავისუფლების“ ჩვენებამ, რომელიც პოსტსაბჭოთა ვითარებაში საზოგადოების ღიაობამ მოიტანა. „რუსთავი 2“–ის გენერალური დირექტორი ი. ჩიქოვანი გაზეთ „24 საათში“ თავის ინტერვიუში აცხადებს: „ვერ გეტყვით, რომ მე „ჯეობარის“ ფანი ვარ, ეს ასე

ნამდვილად არ არის, მაგრამ რაოდენ უცნაურიც არ უნდა იყოს, ეს პროექტი ფინანსურად წარმატებული აღმოჩნდა, ჩემს დროს ის დამთავრდა და არ ვაპირებ მის გაგრძელებას... რა თქმა უნდა, გასათვალისწინებელია საზოგადოების ზნე–ჩვეულებები, ეს საქართველოა და ამისათვის ანგარიშია გასაწევი...“[51].

მომავლის ტელევიზია „რეალური შოუს“ გარეშე ალბათ წარმოუდგენელია, მაგრამ ამ ტიპის ფორმატის მიზანი მოზარდებზე პოზიტიური ზეგავლენის მოპოვებაც უნდა იყოს. ცხადია, ეს პროექტი საზოგადოების, განსაკუთრებით კი მოზარდების ცნობიერებაზე მანიპულირების უმძლავრეს იარაღს წარმოადგენდა. ამიტომაა აქტუალური ქართულ ტელემაუწყებლობას გარკვეული მხატვრული და იდეური პოზიცია ჰქონდეს, რომელიც ხელს თუ არ შეუწყობს ჯანსაღი მომავალი თაობის ფორმირებას, მისი დეგრადაციისკენ რომ მაინც არ იყოს მიმართული.

ჯერჯერობით საქართველოს ტელეეთერი სხვადასხვაგვარი შოუებითაა აჭრელებული, მათი დასაბალანსებელი ახალგაზრდული შოუები კი დეფიციტია. ამ ტიპის პროექტები ვერ შექმნიან იმ კლიმატს, რომელიც აუცილებელია არა თუ ტერიტორიადაკარგული, დამარცხებული ხალხის სულიერი წონასწორობის აღსადგენად, არამედ, იმ ხალხისთვისაც კი, რომელიც არაა დაღდასმული მსგავსი კატაკლიზმებით. ამ სახის პროექტებში მით უფრო აუცილებელია მასში მონაწილე ადამიანების ხასიათში ეროვნული ღირსებების, მენტალობის წარმოჩენა. სამწუხაროდ, იმ პერიოდში „ჯეობარის“ გამარჯვებული „მაჩო“, ანუ ვინმე ბესო, მოზარდებისთვის მისაბაძი პერსონა გახდა. ამასთან დაკავშირებით კინომცოდნე გ. გვახარია წერდა: „როდესაც ქვეყანაში პოპულარულია ე. წ. „ტელესახე“, ან „შოუს მონაწილე“ და არა კარგი მწერალი, მსახიობი, ექიმი, ეს იმას ნიშნავს, რომ ქვეყანა საქართველო გადაქცეულია „ტელემაყურებლის საზოგადოებად“. ტელემაყურებლის ქვეყანაში ხომ ხალხი დაუსაქმებელია“[52].

უეჭველია, რომ გავა დრო და ქართულ ტელესივრცეში არა მხოლოდ მსგავსი პროექტები, არამედ მაყურებლის განვითარებაზე ორიენტირებული შოუებიც დაიმკვიდრებენ ადგილს. გასული საუკუნის 60–70 წლებში, ევროპასა და აშშ–ში მოზარდებმა ექსტრემალურ პირობებში გაიარეს განვითარების რთული გზა, რომელიც თან ახლდაც მათ ქვეყნებში მიმდინარე პოლიტიკურ–სოციალურ ვითარებას. მ. მაკლუენი 1962 წელს წერდა: „ბევრი ათი წლის გოგონა ძალიან სწრაფად მომწიფდა, ევროპაში აღარ არსებობს მოზარდობის პერიოდი, არის მხოლოდ ნახტომი ბავშვობიდან „დიდობაში“. ასეთივე მდგომარეობაა ამერიკაშიც... და ეს მდგომარეობა კარგა ხანს გასტანს“[53]. ჩვენი ქვეყანა 1989 წლის 9 აპრილიდან რთულ სოციალურ–პოლიტიკურ პროცესებს გადიოდა, ზემოაღნიშნული ტენდენციები, ბუნებრივია, ადრეც შეიმჩნეოდა, მაგრამ „ვარდების რევოლუციის“ შემდგომ პრობლემები ამ მიმართულებით უფრო გამწვავდა და

გამოიკვეთა. საქართველოში ჯერ კიდევ სავსებით არ არის დარღვეული ტრადიციული ღირებულებები და მოდელები, ამის გამო ჩვენში ბავშვები კარგა ხანს ვერ ხდებიან „დიდები“. ეს საკითხი ცალკე კვლევის საგანია. ბავშვობისა და მოზარდობის გახანგრძლივებული პერიოდი, ტრადიციული ქართული მენტალობისთვის, ჩვენში ჯერ კიდევ ძალაშია.

ქართველ მოზარდებს, „ქართულ“ პრობლემებთან ერთად, უამრავი პრობლემა აქვთ გასაცნობიერებელი, რასაც განვითარებული ქვეყნების საზოგადოებაც ვერ აგვარებს. მათგან ერთ–ერთი ყველაზე სახიფათო ტენდენცია აგრესიისა და სისატიკის მომძლავრებაა. საქართველოში, განსაკუთრებით კი თბილისში, კვირა არ გავა ისე, რომ მოზარდებმა ერთმანეთი დაუნდობლად არ დაჭრან, ან მოკლან. მიზეზი ბევრია და, ზოგჯერ, ერთი შეხედვით უმნიშვნელოც; მაგრამ სწორედ უბრალო შელაპარაკება, ჩხუბი შეყვარებულის გამო, მობილური ტელეფონის, ნარკოტიკისა თუ რაიმე სხვა ნივთის მოპოვება ხდება საბაბი დაუნდობელი, ზოგჯერ კი განსაკუთრებული სისასტიკით ჩადენილი დანაშაულისა.

ეს პრობლემა, თავისთავად, სერიოზული გამოკვლევის საგანი უნდა გახდეს და შესწავლილი იქნას ზემოქმედება იმ ტელეგადაცემებისა და ტელევიზიით ტრანსლირებული ფილმებისა, რომლებიც გაჯერებულია სხვადასხვა ხასიათის ძალადობის ფაქტებით. სამწუხაროდ, საქართველოში არსებული ვითარება ჯერჯერობით არ იძლევა საშუალებას, სერიოზულად იქნეს შესწავლილი კონკრეტული არხის კონკრეტული პროდუქციის ზემოქმედების ეფექტი, განსაკუთრებით, ბავშვებსა და მოზარდებზე. აღიარებულია, რომ ეკრანზე ნანახი ძალადობა მაყურებლის გრძნობებს უკიდურესად ამწვავებს.

ძალადობის პრობლემებზე ერთობლივად იმუშავეს ფონდმა „გლობალური ინიციატივა ფსიქიატრიაში“ და საქართველოს პარლამენტის ჯანდაცვის კომიტეტმა. ასევე ერთობლივად გამართულ კონფერენციაზე, სახელწოდებით „ბავშვთა და მოზარდთა შორის ძალადობა – პრობლემის გადაწყვეტის გზების ძიება“, შეაჯამეს ის გამოკვლევები, რომელიც ბოლო 18 წლის განმავლობაში მიმდინარეობდა. კვლევის შედეგების შეჯამებისას სტატიის ავტორი ნ. ფიფია წერდა: „მოზარდთა ძალადობაზე მსჯელობისას გამოიკვეთა მედიის როლიც, აღნიშნეს, რომ ყველაზე მეტი აგრესია მედიასაშუალებებიდან მოდის“[54].

კონფერენციაზე წარმოდგენილი კვლევების შედეგებით გაირკვა, რომ საქართველოში ძალადობის პოპულარულ ფორმებად ითვლება: თმის ქაჩვა, წიხლის ჩარტყმა, ყურის აწევა, ხელის კვრა. ზემოთ ჩამოთვლილი ძალადობის გამომხატველი ფორმები გამოკითხულ მშობელთა 25%–ს ოჯახში მიღებულ ნორმად მიაჩნია. ალბათ ამიტომაც, სტატისტიკის მიხედვით, ფიზიკური ძალადობის 72% ოჯახში ხდება, 87% არის ფიქოლოგიური ძალადობის

ფაქტები, ხოლო სექსუალური ძალდობისა – 50%. დიდი ქალაქების გამოკვლევების მაგალითზე აღმოჩნდა, რომ 1000–მდე მოზარდი რესპოდენტის 10% მწეველია, 12%–ს ნარკოტიკი გაუსინჯავს, 10% კი ალკოჰოლი მიუღია.

ამ გამოკვლევებში პროცენტებს გოგონებიც და ბიჭებიც თანაბრად იყოფდნენ. როდესაც ფსიქოლოგებმა მონაცემები შეაჯამეს, გაირკვა, რომ სხვა ქვეყნებთან, მაგალითად, კოლუმბიასთან ან რუსეთთან შედარებით, რთული და საგანგაშო მდგომარეობა სულაც არ გვქონია.[55] 24–ე სკოლის დირექტორმა გ. მურღულიამ კონფერენციაზე გამოსვლისას აღნიშნა: „ძალადობის პრობლემებს განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაუთმოს განათლების სამინისტრომ და უფრო აქტიური და ქმედითი ღონისძიებები უნდა გაატაროს სკოლებში, სახელმწიფომ პოლიტიკურ რანგში უნდა აიყვანოს ეს პროგრამა, მედიაპოლიტიკა უნდა შეიცვალოს (საზოგადოებისთვის მისაბაძი ადამიანები უფრო ხშირად უნდა აჩვენონ ტელევიზიებმა)“[56].

კონფერენციაზე გამოითქვა მოსაზრება, რომ სკოლებს დაემატოთ დაფინანსება, რათა ბავშვებთან უფრო აქტიურად იმუშაონ სოციალურმა აგენტებმა და ფსიქოლოგებმა. გაჩნდა იდეა, აღდგენილიყო უბნის ინსპექტორის ფუნქციები; ითქვა, რომ ხალხს მოენატრა „კუკარაჩა“. ეს კონფერენცია 2008 წელს ჩატარდა, დღეს კი ეს იდეა ხორცშესხმულია – 2010 წლის 12 აპრილიდან სკოლებში გაჩნდნენ მანდატურები. სტატისტიკით ცნობილია, რომ სკოლებში მანდატურების შესვლიდან ერთი წლის შემდეგ ძალადობის ფაქტები 85%–მდე შემცირდა, მეცადინეობებზე დაგვიანება 70%–მდე და, რაც მთავარია, სკოლები უსაფრთხო გახდა.

ტელევიზიის შესაძლებლობა მთელს მსოფლიოში გაავრცელოს ესა თუ ის მოვლენა, დიდ პასუხისმგებლობას აკისრებს მის მესვეურთ. საქართველოს ტელესივრცე ძირითადად საინფორმაციო პროგრამებით გამოირჩევა. ყველაზე ხშირად აგრესიული და დამთრგუნველი სიუჟეტები „რუსთავი 2“–ის ეთერშია. შემაშფოთებელია ტენდენცია საინფორმაციო პროგრამა პრიმატულად ნეგატიურ ინფორმაციაზე იყოს ორიენტირებული, შემაძრწუნებული დეტალებით უჩვენოს ათასგვარი უბედურება და მისი წარმოდგენის მოცულობაც არ შეამციროს. „რუსთავი 2“–ს ამ თვალსაზრისით ვერც ერთი სხვა ჩვენი ტელევიზია ვერ უტოლდება.

უამრავი შოკისმომგვრელი სიუჟეტიდან შეიძლება გავიხსენოთ ერთ–ერთი მათგანი: „ძალადობა მცირეწლოვან გოგონაზე“. კადრში დეტალურად იყო ნაჩვენები დანაშაულის ჩადენის ადგილი და მოქმედების განვითარების ჯაჭვი. სკოლა, სკოლის სარდაფი, სადაც გოგონა მოძალადეებმა მოტყუებით ჩაიყვანეს. ერთი ბიჭი გარეთ იდგა მეთვალყურედ. შემზარავი ბოროტმოქმედებების ჩადენის შემდეგ ბიჭების ჯგუფმა მსხვერპლი მიაგდო. სიუჟეტის

კომენტარებში სკოლის დირექტორმა, კლასის დამრიგებელმა, კლასელებმა ირონიულად აღნიშნეს, რომ გოგონა მთლად „დალაგებული“ არ არისო, შემდეგ კი შემოგვთავაზეს არანაკლებ შემზარავი ინტერვიუ თავად მსხვერპლთან. გოგონა დასმულ კითხვებზე არაადეკვატურად პასუხობდა. სიუჟეტის ავტორმა არც ეს გვაკმარა და ოჯახს სახლში მიეჭრა. სასოწარკვეთილმა ბებიამ მასთან საუბარი არ ისურვა და კარი არ გაუღო.

ავტორმა, სიუჟეტის დამუშავების ხერხებით, თავად განახორციელა ტელემაყურებლებზე ძალადობის აქტი. ცხადია, ეს ერთადერთი შემთხვევა არაა საქართველოს ტელესივრცეში. ცნობილია, რომ ყველა ცივილიზებულ ქვეყანაში ბავშვთან ინტერვიუს აღებამდე აუცილებელია მშობლის ან მეურვის თანხმობის მიღება (ეს ნორმა და არასრულწლოვანთა დაცვის სხვა პრინციპები მკაფიოდაა განსაზღვრული საქართველოს „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსშიც“). ამავდროულად, თავად ბავშვიც წინააღმდეგი არ უნდა იყოს პროგრამაში მონაწილეობისა. საუბარი ბავშვთან უნდა წარიმართოს მისთვის გასაგებ ენაზე. იმის განსასაზღვრად, შეუძლია თუ არა ბავშვს პროგრამაში მიიღოს მონაწილეობა, შემდეგი ფაქტორებია გასათვალისწინებელი: ასაკი, გონებრივი განვითარება, ჯანმრთელობის მდგომარეობა, ინტელექტის დონე, მშობლების ან მეურვის თანხმობა.

„ბი–ბი–სი“–ის ცნობილ სტანდარტებში ყველაზე მაღლა თავად ბავშვის უფლებები დგას: „ჟურნალისტებმა და პროგრამის ავტორებმა სათანადოდ უნდა განსაზღვრონ, თუ როგორ მოქმედებს ბავშვზე პროგრამაში მონაწილეობა და რა შეიძლება მოჰყვეს პროგრამის ეთერით გადაცემას. ეს უნდა ხდებოდეს განურჩევლად იმისა, არსებობს თუ არა მშობლის თანხმობა. ბავშვებთან ურთიერთობის შემთხვევაში სასურველია ავტორების დაკავშირება პროფესიონალებთან და ექსპერტებთან. ჟურნალისტური გამოძიება–კვლევისას შეიძლება დადგინდეს, რომ ბავშვებს საფრთხე ემუქრებათ. ასეთ შემთხვევაში ბავშვთა ინტერესებისა და უსაფრთხოების დაცვა პრიორიტეტს წარმოადგენს და პროგრამის ავტორებმა ამის შესახებ უნდა აცნობონ შესაბამის ორგანოებს“[57]. „ბი–ბი–სი“–ის სტანდარტები ითვალისწინებს იმ გარემოებასაც, რომ ჟურნალისტმა უნდა გაითვალისწინოს ბავშვის გამოუცდელებაც და მისი ბუნებრივი მიდრეკილება სიტუაციის გაზვიადებისკენ: „პროგრამის ავტორებმა თავი უნდა შეიკავონ რამენაირი მინიშნებისაგან და მისცენ ბავშვს საშუალება თვითონ გამოთქვას საკუთარი აზრი. პროგრამის ავტორებმა ის ფაქტიც უნდა გაითვალისწინონ, რომ ზოგიერთ მოზარდს სჩვევია, უფრო დიდი ეფექტის მოსახდენად გაზვიადება“[58]. საგანგებო კვლევის ჩატარებაც არ არის საჭირო იმის დასადგენად, რომ საქართველოს ტელესივრცეში ეს სტანდარტები არც თუ იშვიათად ირღვევა და, მათ შორის, ყველაზე ხშირად საინფორმაციო გამოშვებებში, რომლებიც

მაყურებელზე ზემოქმედების მაღალი ხარისხით გამოირჩევა. აქ ხშირია სიუჟეტები მოზარდების სისასტიკეზე, კადრში ჩანს სისხლიანი ქვაფენილი, დასახიჩრებული მოზარდი, ხანდახან, ალბათ, მეტი დამაჯერებლობისა და სიმძაფრისათვის, ახლო ხედით სხეულის დანაწევრებულ ნაწილებსაც გვიჩვენებენ. ეფექტის მისაღწევად პოპულარული გახდა პირდაპირი ჩართვები ტრაგედიის ადგილიდან. გვიჩვენებენ აწიოკებული ოჯახის წევრებს, დაზარალებული მოზარდის მეგობრებს და იწყება არაეთიკური კითხვების კორიანტელი, რომელშიც სრულებით არ არის გათვალისწინებული ის სტანდარტები, რომლითაც ხელმძღვანელობენ დემოკრატიული სამყაროს ტელეკომპანიები. 2007 წლის 25 ივლისს საქართველოს საპატრიარქოს რეზიდენციაში ჩატარდა პრესკონფერენცია თემაზე: „მოზარდებზე მავნე ზეგავლენის ფაქტორები“, სადაც საქართველოს კათოლიკოს–პატრიარქმა ილია II აღნიშნა, „XXI საუკუნის დაავადება, ე.წ. „ინფორმაციული ნევროზი“, ვითარდება უკონტროლოდ მიწოდებული დიდი რაოდენობის ინფორმაციის პირობებში. საინფორმაციო საშუალებებიდან ბეჭდვითი და ტელემედია, კომპიუტერული თამაშები და რეკლამა, როგორც ყველაზე მძლავრი ზემოქმედების საშუალებები“[59].

საქართველოს კათოლიკოს–პატრიარქი ილია II ხაზგასმით საუბრობს რეკლამის დამანგრეველ ძალაზე. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ტელესივრცის ნახევარზე მეტი რეკლამებითაა შევსებული. ამასთან დაკავშირებით ჟურნალისტი ი. ვაჩიბერიძე თავის სტატიაში „ტელე–თაობა“ წერს: „რეკლამა ჩვენს ქვეცნობიერს ითრევს. ქვეცნობიერი კი, თავის მხრივ, ადამიანს აიძულებს ყველაფერი მისი კარნახით აკეთოს. უფროსებმა მშვენივრად ვიცით, რომ ჩვენით მანიპულირებენ, მაგრამ ვენდობით, თანაც სიამოვნებით... მით უმეტეს, რა უნდა მოვთხოვოთ ბავშვს? იგი იოლად ექცევა რეკლამის გავლენის ქვეშ და მშობლებს რეკლამირებული საღეჭი რეზინისა და კანფეტების შეძენას სთხოვს. თუმცა, ეს სავსებით არ ნიშნავს იმას, რომ რეკლამას უნდა დავნებდეთ. უნდა შევეცადოთ ავუხსნათ პატარას, რა არის კარგი და რა ცუდი...“[60]. ცნობილი ფაქტია, რომ ბავშვები ხშირად ცდილობენ, ტელევიზიით ნანახი „დაისწავლონ“ და ცხოვრებაში გამოიყენონ. ბავშვი, რასაკვირველია, ხშირად ვერ ხვდება, სად არის გამოგონილი და სად ნამდვილი ცხოვრება. უამრავი ფილმია წარმტაცი და მიმზიდველი, შოკისმომგვრელი ტრიუკებით, ავტოკატასტროფებით, მკვლელობებით, აფეთქებებით, თუმცა ყოველივე ამის შემდგომ გმირი ხშირ შემთხვევაში უვნებელი რჩება, რეალურ ცხოვრებაში კი ასეთ მოქმედებებს უამრავი ტკივილი მოაქვს და უმრავლეს შემთხვევაში ფატალური დასასრულიც აქვს. ბავშვს უნდა ავუხსნათ, რომ სასტიკი ჩხუბი, რაგინდ საინტერესოდაც არ უნდა გამოიყურებოდეს (მაგალითად, ტარანტინოს ფილმებში

ძალადობა ესთეტიკურ დონემდეა აყვანილი), სინამდვილეში თავისი არსით მაინც დანაშაულის მატარებელია და მასში არაფერია აღსაფრთოვანებელი. „ძალადობის სცენების შემცველი ფილმები აბსოლუტურად ყველა ნორმალური ბავშვის ფსიქიკაში აძლიერებს სისატიკის გამოვლინებებს. მოზარდები, რომლებიც 3–4 საათს ატარებენ ტელეეკრანებთან, ტელევიზორის ნაკლებ მოყვარულ თანატოლებზე აგრესიულები არიან...“[61].

სამწუხაროდ, მოზარდებისათვის ქართულ ტელესივრცეში ისეთი თემების განსახილველად, როგორიცაა „ძალადობა და სისასტიკე“, პროგრამები არ არსებობს. თუმცა, ხანდახან ტელეკომპანიები „მზე“ და „რუსთავი 2“, გადაცემებში „ტაბუ“ და „თავისუფალი თემა“, უფროს თაობასთან ერთად მოზარდებსაც იწვევდნენ ხოლმე აქტუალური თემის განსახილველად, მაგრამ არსებითად სტუდიაში მიწვეული ახალგაზრდები უფრო „მასოვკის“, ან ცოცხალი დეკორაციის ფუნქციის მატარებლები არიან, რადგან მთავარი სტუმრები და უაღრესად აქტიური წამყვანები ხშირად დასმულ კითხვებზე რესპონდენტებს პასუხის გაცემას არ აცლიან. ფაქტობრივად, აუდიტორიის აზრის გასაგებად დრო აღარ რჩებათ.

„ჩვენებური“ თოქშოუს მოდელი დაახლოებით ასეთია: სტუდიაში სხედან ადამიანები, განსაკუთრებით გამოპრანჭული მოზარდები მორჩილად, სხედან და თუ შემთხვევით აზრის გამოთქმის შესაძლებლობა მიეცათ, წამყვანი უცერემონიოდ აწყვეტინებს და დისკუსია სპონტანურ ხასიათს იძენს, ხოლო პროგრამა, ხშირ შემთხვევაში, დიალოგის ნაცვლად მონოლოგის ფორმატში მიმდინარეობს. ასეთი თოქშოუები ფიქციაა და მოზარდებისთვის არაფრის მომტანი. ასე რომ, მოზარდთათვის განკუთვნილი აქტუალური თოქშოუს ნიშა ქართულ ტელესივრცეში ჯერ კიდევ ცარიელია. საბავშვო და მოზარდი აუდიტორიისთვის განკუთვნილი პროგრამები საზოგადოებრივ და კერძო ტელეკომპანიებში ისედაც მწირია, ზოგან კი სულაც არა აქვთ მათთვის განკუთვნილი საეთერო დრო. ზედმეტად პოლიტიზებული ჩვენი ტელეეთერი ისედაც განიცდის საზოგადოებრივ პრობლემებზე ორიენტირებული გადაცემების დეფიციტს.

ჩვენი აზრით, ტელევიზიებში ცალკე კვლევის საგანი უნდა გახდეს საკითხი იმის შესახებ, როგორი უნდა იყოს საბავშვო პროექტების ნიშა ქართულ ტელესივრცეში; რა პროგრამები ესაჭიროებათ დღეს სკოლამდელი ასაკის თუ სასკოლო ბავშვებს და მოზარდებს; რა რაოდენობის დრო უნდა დაეთმოს საბავშვო პროგრამებს ბადეში; რა თემებია დღეს პრიორიტეტული ბავშვებისა და მშობლებისათვის?

თვალსაჩინოებისათვის წარმოვადგენთ საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის (I არხის) და კერძო ტელეკომპანიების ერთი კვირის სამაუწყებლო ბადეს.[62] (2011. 17. 01)

ტელე–კომპანია	კვირის დღე	სატელევიზიო გადაცემა	ასაკობრივი ჯგუფი	საეთერო დრო	ქრონო-მეტრაჟი
I არხი	ორშა–ბათი	„პლანეტა ბასტი–ბუბუ“ „პეპეს ზღაპრები“	სკოლამდე–ლი სკოლამდელი	17.00–18.0 19.40–20.00	60 წთ 20 წთ
რუსთავი 2		–	–	–	–
იმედი		–	–	–	–
აჭარა		–	–	–	–
ერთსულოვ–ნება		ჩვენ ვუკრავთ კლასიკას სატელევიზიო ზღაპარი ძილი ნებისა სუფთა დაფა	მოზარდ. ყველა ასაკობ. ჯგუფის–თვის სკოლამდ. მოზარდ.	18.05–18.30- 18.30–18.50 20.00–20.20 00.40– 2.00	25 წთ 20 წთ 20წთ 1.20წთ
საქართველო		–	–	–	–
მაესტრო		–	–	–	–

ამ ერთი კვირის ტიპურ პროგრამებზე დაყრდნობით ნათელია, რომ I არხი კვირაში სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის „პეპეს ზღაპრებში“ დაახლოებით 1.20 წთ გამოყოფს, ხოლო მოზარდების პროგრამა „პლანეტა ბასტი–ბუბუ“, რომელიც ძირითადად რამდენჯერმე მეორდება, 60 წუთს იკავებს. მომდევნო ადგილზე საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნებაა“, რომლის მაუწყებლობაც ამ მიმართულებით უფრო სოლიდურად გამოიყურება, მათ ბავშვებისა და მოზარდებისთვის კვირაში დაახლოებით 5 ან 6 სთ საეთერო აქვთ გამოყოფილი. თუმცა, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ პროგრამები წლის განმავლობაში ცვლილებებს განიცდის. მაგალითისათვის მოვიყვანთ ამავე წლის (2011) საქართველოს ტელეკომპანიების ერთი კვირის (7 –13 ნოემბრის) სამაუწყებლო ბადეს, რომელიც ტიპურია (მთელ თვეს ასეთივე განრიგით ხორციელდება):

ტელე-კომპანია	კვირის დღე	სატელევიზიო გადაცემა	ასაკობრი–ვი ჯგუფი	საეთერო დრო	ქრონომე–ტრაჟი
I არხი	ორშაბათი	პეპეს მეგობრები	სკოლამდელი	18.00-19.05	55 წთ
	სამშაბათი	----------			
	ოთხშაბათი	პეპეს მეგობრები	სკოლამდელი	18.00-19.05	55 წთ
	ხუთშაბათი	პეპეს მეგობრები	სკოლამდელი	18.00-19.05	55 წთ
	პარასკევი	----------			
	შაბათი	ან/ფ”მაგადასკარი”	სკოლამდელი	08.30-10.00	1.30წთ
		ს/ფ ”მერლინის შეგირდი” აშშ	საშუალო	10.00 -11.30	1.30წთ
		ბავშვობანა	საშუალო	11.30-12.00	1.30წთ
		საბავშო ევროვიზია 2011		11.15-11.30	15 წთ
”რუსთავი 2”	ორშაბათი	----------			
	სამშაბათი ოთხშაბათი ხუთშაბათი პარასკევი	_____ -- ---------- ---------- - ----------			
	შაბათი	ა/ფ ”ნემოს ძიებაში” ყველაზე ჭკვიანი		08.30-10.00 11.00-12.00	1.30წთ 1ს
იმედი	ორსაბათი სამშაბათი ოთხშაბათი ხუთშაბათი პარასკევი	---------- ---------- ---------- ---------- ----------			

	შაბათი	თ. კვაჭანტირაძის ”სასიტყვეთი” ა/ფ ”101 დალმატინელი”		10.30-11.15 11.15-11.45	1.15წთ 30წთ
	კვირა	მ/ფ ”საბუდარელი ჭაბუკი” ”თავდაყირა” ”ეტალონი”		08.35-09.00 11.15-11.45 17.40-18.40	1.35წთ 30წთ 1სთ

რაც შეეხება ტელეკომპანიებს: „საქართველო“, „მზე“, „II არხი“ და სხვ. მათ ამ მიმართულებით არც ერთი პროგრამა არა აქვთ. ცალკე უნდა შევეხოთ ტელეკომპანია „აჭარას“, რომელიც კვირაში ხუთი დღე (ორშაბათი, სამშაბათი, ოთხშაბათი, ხუთშაბათი) ინგლისურისა და თურქულის გაკვეთილებს გადასცემს, დღეში დაახლოებით 2.30 წთ. ამ მიმართულებით გააქტიურებულია „ახალი არხი“, რომელიც ყოველ სამშაბათს 22.30 წთ. ორიგინალურ საბავშვო გადაცემას „გონიერს“ წარმოგვიდგენს. ამასთანავე გვპირდებიან, რომ ახალი სეზონიდან სასწავლო პროგრამებსაც მოგვიმზადებენ (ქართული, ფიზიკა, ისტორია, ბიოლოგია და სხვ.)

საქართველოში სულ ახალახანს ფუნქციონირება დაიწყო ბავშვებისათვის განკუთვნილმა სპეციალურმა არხმა „ენკი–ბენკი“. თუმცა, ჯერჯერობით მისი პროგრამები მხოლოდ უცხოური ვიდეოპროდუქციითაა შევსებული და აქა–იქ თუ შევხვდებით ორიგინალურ პროექტებს, რომელთა მხატვრული დონე ვერანაირ კრიტიკას ვერ უძლებს. „ენკი–ბენკი“ ყოველდღიურად დღე–ღამეში 16 საათს მაუწყებლობს, 08 საათიდან 24 საათამდე. ძირითადად ოთხი გადაცემა აქვთ: „კალენდარი“, რომელიც დღეში 7–ჯერ მეორდება; „შეკითხვების აბდა–უბდა“ 9–ჯერ მეორდება; „ტელე–ატლასი“ და „ზღაპრად თქმული ისტორია“ 7–7–ჯერ მეორდება.

პირველ ქართულ საბავშვო არხს, ჯერჯერობით, არა აქვს გამოკვეთილი მიზნები, რომელიც ორიენტირებული უნდა იყოს საქართველოში მცხოვრები ყველა ეროვნებისა და ეთნოსის ბავშვებზე. იმედს ვიტოვებთ, რომ დროთა განმავლობაში მათი სტრატეგია უფრო გამოიკვეთება. მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში საბავშვო არხებზე სულ სხვა ვითარებაა.

მაგალითისთვის გამოდგება რუსეთის ტელეკომპანია „დეტსკი მირის“ პროგრამები, რომელიც აგებულია მულტფილმებისა და მხატვრული ფილმების ხარჯზე. მიუხედავად იმისა, რომ მასში არ არის არც ერთი ორიგინალური პროგრამა, ჩვენი ქართული საბავშვო არხის „ენკი–ბენკისგან“ განსხვავებით, შეიძლება თამამად ითქვას, რომ რუსული „ბავშვთა სამყარო“

ეროვნული თვითმყოფადობის შენარჩუნებასა და რუსული მენტალიტეტის დამკვიდრებაზეა ორიენტირებული, რასაც ისიც მოწმობს, რომ ხშირად მთელი დღის პროგრამაში (ზოგჯერ, კვირისაც) არც ერთი უცხოური მხატვრული ფილმი და მულტფილმი არაა ნაჩვენები. ლიბერალური ღირებულებების მატარებელ საზოგადოებებში ასეთი ნაციონალური რადიკალიზმი მიუღებელია, მაგრამ მეორე უკიდურესობაა, როცა საზოგადოება არ ზრუნავს თავისი ეროვნული იდენტობის შენარჩუნებაზე.

აშშ–ში მრავალფეროვანი საბავშვო არხებიდან განსაკუთრებით გამოირჩევა საბავშვო არხი „ქიდს ენდ თინს თი-ვი“. აქ 24–საათიანი მაუწყებლობაა და ყველა ასაკის ბავშვებისათვის მზადდება პროგრამები: თოქშოუები, ანიმაციური შოუები, სამეცნიერო და სოციალური თემები, პროექტები ჯანსაღი ცხოვრების წესზე, ფიტნესზე და ა.შ. ცალკე აღნიშვნის ღირსია მსოფლიოში ტელეპროგრამებით განთქმული გაერთიანებული სამეფო, სადაც 29 საბავშვო არხი მოქმედებს. განსაკუთრებით აღსანიშნავია, არხი („დისნი იქს-დი“), რომელიც 1996 წელს ამოქმედდა, მას რამდენჯერმე შეეცვალა სახელი, დღეს ამ სახელწოდებით ვრცელდება და მისი მიზანია შექმნას პროდუქცია კონკრეტულად 6–14 წლამდე ბიჭებისათვის. ასევე მოქმედებს სატელევიზიო არხი სახელწოდებით „პოპ გიორლი“, რომელიც 2007 წლიდან ფუნქციონირებს და 6–16 წლის გოგონებისათვის ქმნის პროდუქციას. თუმცა, ბრიტანეთში ყველაზე მნიშვნელოვანია საბავშვო „ბი-ბი-სი“, რომელიც 24–საათიან რეჟიმში მაუწყებლობს. მისი სლოგანია „7– დან 7–მდე და კვირის 7 დღე“. ეს არხი იმავე სტუქტურითაა აგებული, როგორც „ბი-ბი-სი“, ოღონდ აქ ყველაფერი ბავშვებისთვისაა გამიზნული და გათვლილი: საბავშვო ახალი ამბები, გასართობ–შემეცნებითი პროგრამები, დოკუმენტური ფილმები და სხვ.

საგანგებო მტიცება არ სჭირდება იმ გარემოებას, რომ საბავშვო ტელემაუწყებლობის როლი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თანამედროვე მომავალი თაობის სოციალური აღზრდის სისტემაში. ზოგიერთ ქვეყანაში ბავშვთა დაცვა სახელმწიფო უშიშროების სისტემაში აქვთ მოაზრებული. გადაუდებელი საქმეა, რომ ჩვენც გავამახვილოთ ყურადღება ბავშვთა და მოზარდთა სულიერ თუ ინტელექტუალურ აღზრდაზე, ზოგად საკაცობრიო მიღწევებსა და იდეალების პროპაგანდაზე. ეროვნული ღირებულებების წარმოჩენაზე, რაც, ცხადია, შეუძლებელი იქნება ტელემედიის ფართო შესაძლებლობების გამოყენების გარეშე.

პოსტმოდერნისტულმა იდეოლოგიამ და მის საფუძველზე შექმნილმა კულტურამ (მედიამაც!), რომლისთვისაც მიუღებელია ნებისმიერი აკრძალვა, ტაბუ, თავისთავად მოუშალა ფუნდამენტი ათასწლეულობით ჩამოყალიბებულ სტერეოტიპებს. ერთი საკითხია, რომ ზოგადად მსოფლიოში და, კონკრეტულად, ჩვენს ქვეყანაში, ბევრი სტერეოტიპი მართლაც იყო

დასანგრევი, მაგრამ ზოგადსაკაცობრიო ფასეულობების, ეროვნული ტრადიციებისა და იდეალების, მრავალსაუკუნოვანი ეთიკისა და ქცევის ნორმების სწრაფმა და შეუქცევადმა რღვევამ, თავის მხრივ, ადამიანებში ცხოვრების აზრისის დაკარგვაც გამოიწვია.

ამ მოვლენებზე კერ კიდევ XX საუკუნის მეორე ნახევარში არაერთი დიდი მოაზროვნე, ფსიქოლოგი, ფსიქიატრი თუ სოციოლოგი დაფიქრებულა. ჩატარებული კვლევების მიხედვით აღმოჩნდა, რომ ახალგაზრდებმა, რომლებმაც უარი თქვეს ტრადიციებზე, არ იციან რისთვის ცხოვრობენ. სტატისტიკური მონაცემებიდან ცნობილია, რომ აშშ–ში სტუდენტების სიკვდილიანობის მიზეზთა შორის მეორე ადგილი, საგზაო–სატრანსპორტო შემთხვევების შემდეგ, თვითმკვლელობებს უკავია. გადარჩენილი სტუდენტების გამოკითხვის შედეგად გაირკვა, რომ მათი 85% ვერ ხედავდა თავის ცხოვრებაში ვერავითარ საზრის.[63]

წინამდებარე თავის დასკვნისთვის მოვიშველიებთ ისევ პროფესორ ე. იბერს, რომელსაც სტატიაში „ტელევიზიის პედაგოგიკა“ მკაფიოდ აქვს ჩამოყალიბებული საბავშვო ტელემაუწყებლობის როლი მომავალი თაობის სოციალური აღზრდის სისტემაში: „საერთო – საკაცობრიო კულტურასთან ერთად საქართველოს ტელევიზია ეროვნული ისტორიის, ერის კულტურული მიღწევების, ეროვნული იდეალებისა და პრინციპების უპირველესი პროპაგანდისტი უნდა გახდეს; პიროვნების პატრიოტული აღზრდა მის უმთავრეს ამოცანად უნდა იქცეს. ამავე დროს, გასათვალისწინებელია ისიც, რომ აღზრდის ახალი სისტემა არ შეიძლება მხოლოდ ტელევიზიის ბაზაზე ჩამოყალიბდეს. სოციალიზაციის პროცესში მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებათა საქმიანობა მჭიდროდ უკავშირდება ისეთ ფაქტორებს, როგორიცაა ოჯახი, სკოლა, საწარმო. იგი გაპირობებულია ქვეყნის ისტორიული, ეროვნული თავისებურებებით და სოციალურ–პოლიტიკური მდგომარეობით. ამის შესწავლა კი არა მარტო პედაგოგებისა და ჟურნალისტების, არამედ პოლიტოლოგების, სოციოლოგების, ფსიქოლოგების, კულტუროლოგებისა და ბევრი სხვა დარგის სპეციალისტთა სერიოზულ შრომასა და ერთობლივ ძალისხმევას მოითხოვს. რაც უფრო ადრე მოხდება ამის აუცილებლობის შეგნება და ახალი კონცეფციის გააზრება, მით უფრო მტკიცე საფუძველი ჩაეყრება ერის სულიერი რენესანსის დაწყებას და ახალი საქართველოს შესაფერისი მომავალი თაობის აღზრდას“[64]. დავძენთ, რომ მხოლოდ ამგვარ ფუნდამენტზე დაყრდნობილი მიმართულება და ფორმატი შეიძლება აღმოჩნდეს ადეკვატური, ერთი მხრივ, თანამედროვე ტელესივრცის მოთხოვნებისა და, მეორეს მხრივ, ჯანსაღი მომავალი თაობის ჩამოყალიბების საქმეში.

მეოთხე თავი

გლობალიზმი და ახალი ტექნოლოგიები

XX საუკუნე დაიწყო კინოს ეპოქად და დამთავრდა ტელევიზიის ყოვლისმომცველობის აღიარებით. ისტორიულად ტელევიზიას ჰყავს ღირსეული წინამორბედები: თეატრი, კინო, რადიო. ამიტომ შეუძლებელია გვერდი აუარო ისტორიას, რადგან სწორედ ისაა მყარი ფუნდამენტი, რომელზეც დგას დღევანდელი ტელევიზია. თანამედროვე ტექნოლოგიის მიღწევები განისაზღვრება არა მხოლოდ საინჟინრო აზროვნებით, არამედ კოლექტიური არაცნობიერითაც. კოლექტიურმა არაცნობიერმა წარმოშვა ფანტასმაგორიული მითები, რომლებიც საინჟინრო აზროვნების წყალობით, დროთა განმავლობაში რეალობად იქცნენ.

„ბერძენი ფილოსოფოსის პლატონის აზრით, ცაში არსებობენ ედეოსები – ყველა საგნის პირველსახეები. ედეოსის საწყისი მნიშვნელობა იყო ხედვა – „ის რაც ჩანს“. ჯერ კიდევ ორიათასი წლით ადრე, ძმები ლიუმერების მიერ მუნჯი კინოს გამოგონებამდე, პლატონმა უკვე აღწერა თანამედროვე კინოს პროექციის ანალოგი. კინოთეორეტიკოსები ამ ანალოგს სკრუპულოზურად სწავლობენ... პლატონისეული კინოსეანსის აღწერა გვხვდება მის დიალოგში: „სახელმწიფო“ და ამ თავს ეწოდება „მითი გამოქვაბულზე“. პლატონის აღწერით, ხალხი მიწისქვეშა გამოქვაბულშია, რომელსაც აქვს ერთადერთი ნახვრეტი, საიდანაც შემოდის სინათლე. გამოქვაბულში კედელია, რომელიც შირმას ჰგავს, აქ მეფოკუსე ტრიუკებს აკეთებს ხოლმე. გარედან შემომავალი შუქი ამ კედელს ეცემა და მისი წყალობით გამოქვაბულის ბინადარნი კედელზე უყურებენ იმ გამოსახულებებს, რასაც აჩვენებენ, მაგალითად, ხისგან ან ქვისგან გაკეთებულ ცხოველების ფიგურებს; იქვე გაითამაშებენ პატარა ეპიზოდებს და იქვე ახმოვანებენ – გამოსცემენ შესაბამის ხმებს. ამ აღწერაში პლატონმა საკმაოდ ზუსტად იწინასწარმეტყველა კინოპროექციის სქემა“ [1].

„თვითონ ძველბერძენ მოაზროვნეებს მხედველობაში ჰქონდათ ის, რომ ადამიანის ყოფა წარმავალია და რომ დედამიწისეული საგნები მხოლოდ ზეციური სამყაროს ანარეკლია“[2]. ცნობილი მკვლევარისა და თეორეტიკოსის მ. მაკლუენის მოსაზრებით, ტელევიზიის გამოსახულებას არაფერი აქვს საერთო კინოსა და თეატრთან. მისი შეხედულებით, „სატელევიზიო სურათი“ მუდმივად იხატება სინათლის სხივებით, ამიტომაა ის მოძრავი, არამდგრადი და მისი ფორმების დასრულება – მისცეს გამოსახულებას არა ოპტიკური, არამედ აზრობრივი განსაზღვრება, მაყურებელზეა დამოკიდებული. არსით სწორედ მაყურებელია კომუნიკაციის ჯაჭვში მესამე რგოლი (არისტოტელეს მოდელით – ორატორი, საგანი, რაზეც ის

საუბრობს და მსმენელი, ამ შემთხვევაში მაყურებელი). ტელემაყურებელი არ არის დისკურსიული, ის პირიქით, უფრო მეტად ტრანსცენდენტურია.

მ. მაკლუენის მოსაზრებით, მსოფლიოში „ცნობიერების ტრანსფორმაციის პროცესი“ დაიწყო. მედიამკვლევარი თავის ნაშრომებში განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობდა ელექტრონულ საშუალებებს და ამტკიცებდა, რომ მათი სწრაფი განვითარება აუცილებლად შეცვლიდა ადამიანთა ურთიერთობებს, სოციალ–პოლიტიკურ და კულტურულ ყოფას. და თუ ალფავიტმა და ბეჭდვითმა ტექნიკამ გარკვეულწილად ხელი შეუწყო ადამიანთა გათიშვას, სპეციალიზაციის განვითარებას, ქალაქების შექმნას, ტელევიზიამ დაიწყო სამყაროს „გლობალურ ელექტრონულ სოფლად“ გარდაქმნა: „ელექტრონული ტექნიკა ხელს უწყობს გაერთიანებასა და მიზიდვას... ელექტრონული ინფორმაციის საშუალებები ელვის სისწრაფით გვითრევს ყველას... შეუძლებელია ყოველგვარი განცალკევება, ყოველგვარი ჩარჩოები... ტელევიზია ჩვენ მთლიანად გვიპყრობს. იგი მთელ მოსახლეობას რიტუალურ პროცესებში ითრევს (მასთან შედარებით ბეჭდვითი სიტყვა, კინო და რადიო მომხმარებლისთვის უბრალოდ საქონლის შემთავაზებლები არიან)“ [3]. ტელევიზიის ერთ–ერთი ძირითადი მახასიათებელი მისი კოლაჟური ბუნებაა, რომელიც სხვადასხვა საწყისების გამთლიანებას გულისხმობს, თუმცა, ამავდროულად ცალკეულ ფრაგმენტებს გარკვეულ „ავტონომიას“ ანიჭებს. ტელევიზიის კოლაჟურობა მის მოზაიკურ ბუნებასაც უკავშირდება (მხედველობაში გვაქვს არა ტელეგამოსახულების ტექნიკური მოზაიკურობა, რომელსაც ტელეეკრანზე სხვადასხვა ინტენსივობის ელექტრონული იმპულსები ქმნიან, არამედ, მთლიანად მაუწყებლობის პრინციპი). კოლაჟი, გარდა იმისა, რომ სატელევიზიო აზროვნების ერთ–ერთი ძირითადი პრინციპია, გამოსახვისა და მეტამორფოზის განსაკუთრებული ტიპიცაა, რომელიც ტექნიკურმა ერამ მოიტანა. ზოგიერთი მოსაზრებით, კოლაჟი ისეთ სიტუაციებში წარმოიქმნება, როდესაც ინფორმაციის ნაკადი ელვის სისწრაფით მოედინება და „აღარ რჩება დრო მიზეზ–შედეგობრივი კავშირების დადგენისათვის. ფრანგი სოციოლოგის ა. მოლის აზრით, „მოზაიკური კულტურა ნიშნავს იმას, როდესაც ადამიანისათვის ინფორმაცია მსოფლიო მნიშვნელობის აღმოჩენის შესახებ და ცნობა ახალი ფხვნილის წარმოებაზე, ერთნაირად ღირებულია“[4]. ტელევიზია კულტურის „აუდიოვიზუალური ენციკლოპედიაა“. თავისი რეპროდუქციული თვისებებით იგი აღემატება ყველა სახის კომუნიკაციურ საშუალებას ინტერნეტის გარდა – მას შეუძლია როგორც ხელოვნების სხვადასხვა ნაწარმოების, ასევე, ნებისმიერი აუდიოვიზუალური ტექსტის გადმოცემა და გაერთიანება. ასე რომ, გამოყენებული მასალის მრავალგვაროვნებისა და სიუხვის გამო, მას კოლაჟური კომპოზიციების შექმნის ყველაზე მეტი შესაძლებლობები გააჩნია. კოლაჟი თუ არა, სხვა რა უნდა

ეწოდოს ისეთი გადაცემების შეკრებას ტელეპროგრამებში, როგორიცაა პოლიტიკური დისკუსია და ხელოვნების ოსტატთა კონცერტი, ფეხბურთის მატჩი და სატელევიზიო სერიალები, მუსიკალური კლიპი, რეკლამა, სატელევიზიო შოუები და კონკურსები, მხატვრული, დოკუმენტური, ანიმაციური ფილმები და პირდაპირი ტრანსლაციები მსოფლიოს სხვადასხვა წერტილებიდან. ტელემაუწყებლობა ერთგვარად განუწყვეტელი მონტაჟია რეალობის არაერთგვაროვანი, დამოუკიდებელი ფრაგმენტებისა, რომლებიც, თავის მხრივ, ასევე არაერთგვაროვანი საშუალებებითაა ასახული დღევანდელი ციფრული ტექნოლოგიების ერაში.

&1. ახალი ტექნოლოგიები საბავშვო ტელემაუწყებლობაში

კომუნიკაციისა და კავშირგაბმულობის ფორმები (ტელე, ვიდეო, კომპიუტერი და სხვ.) ჩვენი ცხოვრების წესს ძირეულად ცვლიან. ისტორიისთვის ცნობილია, რომ ყოველგვარი ტექნიკური რევოლუციები მრავალ სოციალურ ძვრებს იწვევდა. თუმცა XXI საუკუნეში ეს პრობლემა უფრო მწვავედ დადგა. საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების პროგრესულმა ზრდამ მედიაპროდუქციის ფორმასა და შინაარსზე აქამდე არნახული ზეგავლენა მოახდინა. ახალი მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებით ერთი და იგივე პროგრამების ნახვა ერთდროულად მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების მილიონობით ადამიანს შეუძლია.

უკანასკნელ პერიოდში უცხოური სატელეკომუნიკაციო კომპანიები აქტიურად მუშაობენ ე. წ. „აი-პი“ ტელევიზიის განვითარებაზე. ეს არის ციფრული ინტერაქტიური ტელევიზიაა, რომლის სიგნალებიც აბონენტს „აი-პი“ ქსელის საშუალებით მიეწოდება. დღეისათვის ეს ტექნოლოგიები საქართველოშიც ხელმისაწვდომი ხდება. „გაერთიანებული ტელეკომი“ აბონენტებს მომსახურეობებს ინდივიდუალური პაკეტების სახით აწვდის. აბონენტს საშუალება ეძლევა შექმნას და მოირგოს საკუთარი პაკეტი, ისარგებლოს ონლაინ ვიდეოთეკით, შეაჩეროს და უკან გადაახვიოს მიმდინარე ტელეპროგრამა. არხის მომხმარებელი პირველ ეტაპზე ახალი ტექნოლოგიით ასამდე არხის, მათ შორის, 3 HD არხის მიღებას შეძლებს. კომპანიის მოლაპარაკებები სხვადასხვა უცხოურ არხებთან (მაგ. „თაიმი“, „დისნი“, „უარერი“ და სხვ.) ახლაც მიმდინარეობს, რათა იყოს ლეგალური და მაღალი ხარისხის“[5]. დღევანდელი საინფორმაციო და საკომუნიკაციო საშუალებები, ახალი ტექნოლოგიების გავლენით, ღრმა ცვლილებებით გამოირჩევა. ცნობილი თეორეტიკოსი ბ. მაკნაიერი, თავის ნაშრომში „ახალი ტექნოლოგიები და მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებები“ წერს: „ერთი მხრივ, ეს არის ტოტალური

ურთიერთკავშირი სხვადასხვა საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებისა, მათი წარმოუდგენელი სახეცვლილება და სრული ხელმისაწვდომობა მომხმარებლისთვის, მეორე მხრივ, დღესვე ვარაუდობენ ამ ტექნოლოგიური რევოლუციის ნეგატიურ შედეგებს – ქრება ზოგიერთი საინფორმაციო და საკომუნიკაციო საშუალებები, სამაგიეროდ გაძლიერდა კიბერნოპორნოგრაფია და ა.შ... თუმცა, ახალ ტექნოლოგიურ ტალღას თან დეცენტრალიზაცია და საზოგადოების დემოკრატიზაცია მოაქვს“ [6].

დღეისთვის მრავალი კვლევა მიმდინარეობს იმის თაობაზე, თუ როგორ ეხმარება მედია საზოგადოებას განსაზღვროს, თუ რა არის საზოგადოების პრობლემები. იგი პრაქტიკულად მიმართულებას აძლევს საზოგადოების ხედვას და პოზიციებს, აქტიურად მონაწილეობს კონკრეტული მოვლენების შემეცნებაში, ინახავს კოლექტიურ მეხსიერებას, ქმნის და აყალიბებს სამოქალაქო საზოგადოებას. კინომცოდნე გ. გვახარია სტატიაში “საუბარი ქართულ მედიაზე“ წერს: „მნიშვნელოვანი ისაა, რომ ჩვენი მაყურებელი დიდი ხანია შეეგუა სატელევიზიო მედიის ამ ენას, ლუმიერების „მატარებლის შემოსვლის“ სეანსისა არ იყოს, მოსწონს, როცა მას მიუთითებენ, ე.ი. მიმართავენ მის მანიპულაციას... „კურიერმა“ გამოაცხადა – ისევ არგუმენტად რჩება, პუბლიკას კი ისევ სჯერა „მითითებული ინფორმაციის“ [7]. თუმცა მრავალგზის ისიცაა გამოკვლეული, რომ ტელეაუდიტორია ერთი და იგივე პროგრამას არაერთგვაროვნად აღიქვამს. დასავლეთ ლონდონის ბრუნელას მედია და კომუნიკაციის შემსწავლელი უნივერსიტეტის დოქტორი დ. კიტზინგერი წერს: „ჩვენი რეაქცია „ტექსტზე“ ყოველთვის განპირობებულია იმით, თუ რომელ სოციალურ კლასს, სქესს, ეთნოსსა და კულტურას ვეკუთვნით“ [8]. მთავარი აქ ისეთი მომენტებია, როგორიცაა საკვანძო ფრაზების გამეორება, პროგრამის თანმიმდევრობა, მეტაფორების გამოყენება, ანდაც განსაკუთრებული იმიჯები.

დღევანდელმა ტელეარხებმა, კონკრეტულად კი, საბავშვო ტელემაუწყებლობამ, სწორედაც რომ ახალი ტექნოლოგიებით უნდა შექმნას და შეავსოს თავისი სამაუწყებლო ბადე. როგორც კი შეიქმნა ციფრული ტექნიკის ახალი თაობები და კომპიუტერული ჩაწერის ტექნოლოგია, მაშინვე დაიწყო კინოსა და ტელევიზიის სულ სხვაგვარი ესთეტიკური განვითარება, რადგანაც ციფრულმა აუდიოვიზუალურმა კომპიუტრულმა ტექნოლოგიამ ახალი შემოქმედებითი პოტენციალი შექმნა. განსაკუთრებით კი კინემატოგრაფისთვის, რომელიც მანამდე ტრადიციულ 35–მმ კინოფირს იყენებდა. ახლა კი HD ახალმა ტექნოლოგიამ, დემონსტრაციულად წარმოაჩინა თავისი უპირატესობები: დაჩქარებული გადაღების პროცესი (ფირის კორექცია აღარაა საჭირო), სწრაფი მონტაჟი (რამდენიც გინდა, იმდენი ასლი გააკეთე,

ორიგინალის ხარისხი გადაწერის დროს არ ზიანდება). რაც მთავარია, ეს ყველაფერი ბევრად უფრო იაფი ჯდება, ვიდრე კინოფირზე გადაღება.

ფილმების გადასაღებად წამყვანმა მწარმოებლებმა („სონი“, „პანასონიკი“, „თომსონი“) გამოუშვეს ე.წ. ციფრული კამერები. ციფრულ კინოინდუსტრიაში კი მსოფლიო ლიდერი ჰოლივუდია. აქ 2003 წელს 78 ფილმი გადაიღეს ციფრული ტექნოლოგიით. პირველ რიგში, ეს მცირებიუჯეტიანი ფილმებია. მაგალითად, „ვარსკვლავური ომების“ 220 გადაღების დღე სულ 16 ათასი დოლარი დაჯდა, ტრადიციულ კინოპროცესში კი ეს გადაღება 1,8 მილიონი დოლარი ეღირებოდა.

დღეს, როდესაც ჯ. კამერონის „ავატარს“ ვუყურებთ, ყველაფერი რაც მანამდე იყო, ძველმოდურად გვეჩვენება. კამერონი 3D Motion Capture კამერას იყენებს. „ჯეიმს კამერონი ცვლის მანამდე არსებულ სტერეოტიპულ აპარატს, ახალი კამერის ოპტიკა ადამიანის თვალის იდენტურად მუშაობს. ორი, ერთმანეთისგან დამოუკიდებელი ობიექტივი იცვლის პოზიციას ფოკუსური მანძილის მიხედვით და ქმნის ადამიანის თვალით შექმნილის აბსოლუტურად იდენტურ გამოსახულებას, რაც მაყურებლის ტვინს (რომელიც ბრტყელ გამოსახულებას გარდაქმნის სივრცედ) კიდევ ერთი დატვირთვისაგან ათავისუფლებს... რის გამოც გამოსახულება მაყურებელს ისეთად მიეწოდება, როგორც რეალობაშია“ [9]. 3D ჩვენს ყოველდღიურობაში მკვიდრდება. ეს კიდევ ერთი მცდელობაა, რათა გამოსახულება რაც შეიძლება მეტად დაუახლოვდეს სინამდვილეს. ტექნოლოგიური პროგრესის შედეგად ციფრული კამერები და პროექტორები სულ უფრო და უფრო იხვეწება. იზრდება პიქსელების რაოდენობა, შუქის აღქმის დიაპაზონი. სულ უფრო და უფრო მრავლდება 3D განზომილებიანი ანიმაციით გადაღებული საბავშვო ფილმების რაოდენობა: „ჰარი პოტერი“, „ალისა საოცრებათა ქვეყანაში“ და სხვ. მალე ეკრანებზე 3D განზომილებიანი ქართული ანიმაციური ფილმი (რეჟ. დ.სიხარულიძე) „ცრუპენტელა აღმზრდელი“ გამოვა. თუმცა, ტექნოლოგიური პროგრესის მიუხედავად, აბსოლუტურად არ შეცვლილა თხრობის ტექნიკა და მეთოდიკა.

მსოფლიოში ტექნიკის პროგრესის პირობებში საქართველოშიც დაიწყო ტექნიკური გადაიარაღების პროცესები. ცხადია, XXI საუკუნის საქართველოს ტელემაყურებელს სხვა მოთხოვნები გაუჩნდა. საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორი გ. ჭანტურია ინტერვიუში „ჩვენ დათმობაზე არ მივდივართ“ აცხადებს: „ჩვენს ქვეყანას ევროსაბჭოს წინაშე აქვს აღებული ვალდებულება – მთავრობამ უნდა უზრუნველყოს 2015 წლისთვის „საზოგადოებრივი მაუწყებლის“ ციფრულ მაუწყებლობაზე გადასვლა... სრული პასუხისმგებლობით ვაცხადებ, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი ერთ–ერთი პირველი იქნება,

ვინც 2015 წლის პირველ იანვარს უკვე ციფრული ფორმატით დაიწყებს მაუწყებლობას“ [10]. ამ გარდაუვალ ტექნოლოგიურ ცვლილებამდე ცოტა დროღა რჩება, თუმცა ჯერჯერობით საზოგადოებრივი მაუწყებლის ეთერიდან დიდად განსხვავებულ, ტექნოლოგიურად სახეცვლილ პროექტებს ვერ ვხედავთ. ციფრულმა ტექნოლოგიამ ახალი შესაძლებლობების გზა გაუხსნა ძველი ფილმების აღდგენა–რესტავრაციას. მისი წყალობით საქართველოშიც გახდა შესაძლებელი ძველი კინოფილმების, ტელეფილმების, ტელესპექტაკლების, ტელეგადაცემების აღდგენა, გასუფთავება და ახალი სისტემის ვიდეოფირზე ჩაწერა. ეს ფირები უფრო კომპაქტურია და უზარმაზარი ვიდეოკასეტებისგან განსხვავებით, საქართველოს ტელევიზიის მთელი ნახევარსაუკუნოვანი არქივი შესაძლებელია ერთ ოთახშიც მოთავსდეს. ახალი ტექნოლოგიების წყალობით, საქართველოს „ოქროს ფონდში“ დაცული უძველესი ხალხური სიმღერების შემსრულებლებისა და ლოტბარების (დედას ლევანა, ა. ერქომაიშვილი, კავსაძეები და სხვ.) შემოქმედების უნიკალური ფონოგრამები, პოეტების (გალაკტიონის, პ. იაშვილის, კ. ნადირაძის, ი. აბაშიძის და სხვ.) პოეზიის აუდიოჩანაწერები და ჩვენი ქვეყნის ისტორიად ქცეული სხვა ფასდაუდებელი მასალები, მომავალი თაობებისათვის უკვე საიმედოდაა დაცული და შემონახული.

კომპიუტერული და ციფრული ტექნიკის სრულყოფამ, პროგრამული და კომპიუტერული გრაფიკის საშუალებებმა წარმოშვა ახალი მიმართულება – ვირტუალური რეალობა. ეს ტერმინი ყოველდღიურობაში 1984 წელს გაჩნდა და დანერგა კომპიუტერული ტექნოლოგიების სპეციალისტმა ჯერომ ლანიემ. ლანიეს განსაზღვრებით, „ვირტუალური რეალობა“ ეს ილუზიური სამყაროა, რომელშიც იძირება და რომელთანაც ურთიერთმოქმედებს ადამიანი. ეს სამყარო იქმნება იმიტაციის სისტემით. მას საშუალება აქვს ჩამოაყალიბოს შესაბამისი იმპულსები, რომლებიც რეალურ დროში ადამიანის სენსორულ ზონებზე მოქმედებს და ზეგავლენას ახდენს მის ველზე“ [11]. ვირტუალური რეალობის ძალა იმაში მდგომარეობს, რომ ამ გარემოში ადამიანი თავისუფლად მოქმედებს (უფრო სწორად, ადამიანები ურთიერთმოქმედებენ). ამ ურთიერთმოქმედებას სპეციალისტები სამ სახეობად ყოფენ:

პასიური ვირტუალური რეალობა (ასეთ შემთხვევაში ადამიანი ვირტუალური რეალობიდან ინფორმაციას იღებს, თუმცა, მისი მართვის შესაძლებლობა არა აქვს);

გამოკვლევითი ვირტუალური რეალობა (ამ შემთხვევაში შესაძლებელია ადამიანი ვირტუალური რეალობის გარემოში გადაადგილდეს ან სხვა გარემოში გადაინაცვლოს);

მესამე სახეობა ჯერ კიდევ კვლევის პროცესშია: გასული საუკუნის 90 – იანი წლების დასასრულს ეკატერინბურგში ჩატარდა ფილოსოფიური კონგრესი სახელწოდებით „XXI

საუკუნე, რუსეთის მომავალი და ფილოსოფიური განზომილება“. ამ კონგრესზე განიხილეს „ვირტუალური რეალობა“ და მისი გამოვლინების შესაძლებლობები და პრობლემები ხელოვნების სფეროებსა და განათლების სისტემაში. ამ კონგრესზე პირველად გამოიკვეთა ჰიპოთეზა, რომ „ვირტუალური რეალობა მაყურებელს საშუალებას მისცემდა არა მარტო პასიურად აღექვა ხელოვნების ნაწარმოები, არამედ თავადაც გამხდარიყო ამ ფანტასტიკური სამყაროს უშუალო მონაწილე. ზოგიერთი მკვლევარი იმასაც ამტკიცებდა, რომ შემდგომში შესაძლებელი იქნებოდა შექმნილიყო ვირტუალური რეალობის აბსოლუტურად ახალი სახეობა, რომლის მიზანიც ადამიანის ყველა გრძნობით ორგანოზე ისეთი ზეგავლენის მოხდენა იქნებოდა, რომელიც მას სრულ ესთეტიკურ ტკბობას განაცდევინებდა“[12]. პროგრამული ვირტუალური რეალობა პირველად სამხედრო სასწავლებლებში გამოიყენებოდა, შემდგომ სხვადასხვა დარგობრივ დაწესებულებებში, ხოლო ყველაზე ბოლოს – გასართობ ინდუსტრიაში. დღეისათვის ვირტუალური ტექნოლოგიები აქტიურად გამოიყენება მსოფლიო ტელეწარმოებაში, განსაკუთრებით კი, სარეკლამო და მუსიკალურ ვიდეოკლიპებში. თუმცა, ამ მიმართულებით დღეისათვის (2012 წლისათვის) საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობაში გამორჩეულად საინტერესო ნამდვილად არაფერი კეთდება. საზოგადოებრივი მაუწყებლის საღამოს ეთერი „პეპეს ზღაპარს“ ეთმობა, მაგრამ ტექნოლოგიური თვალსაზრისით მასში არანაირი სიახლე არ არის. ტელევიზიის დაარსების პირველივე დღიდან ბავშვებისათვის ზღაპრები მუდამ მზადდებოდა. XXI საუკუნეში „პეპეს ზღაპარი“ (ტექნოლოგიური პროგრესის პირობებში), გასული საუკუნის 60–იანი წლების „თევდორე პაპას“ ზღაპრისგან არ განსხვავდება.

„პეპეს ზღაპრის“ გადასაღები ობიექტი ძველებურად პავილიონის ერთ კუთხეშია განლაგებული, წიგნების თაროებითა და სათამაშოებით... მთელი გადაცემის განმავლობაში კადრში პეპე და რამდენიმე მსმენელი ბავშვია; ისინი პრაქტიკულად ე.წ. „მასოვკას“ წარმოადგენენ, რადგანაც წამყვანთან არანაირი კონტაქტი არა აქვთ, რაც გადაცემის სერიოზული ხარვეზია. გამოსახულების თვალსაზრისით ტელეპროექტი ვიზუალურად უინტერესოა, ხანდახან ბავშვის ხელით შესრულებულ ნახატებს თუ არ ჩავთვლით. თუ იმ ფაქტორსაც გავითვალისწინებთ, რომ დღევანდელი პატარებისთვის სამგანზომილებიანი ფორმატებით გადაღებული სათავგადასავლო და ანიმაციური ფილმები უცხო ხილი არ არის, გასაგებია მათი ინდიფერენტული დამოკიდებულება ამ პროგრამისადმი. ორიოდე სიტყვა პროექტის იდეურ ხაზზეც უნდა ითქვას. „პეპე“ (მსახიობი დ. ველიჯანაშვილი) თავისი წარმომავლობით გაუგებარი, „უნიშნო“ პერსონაჟია; მისი სახელი „პეპე“ საქართველოს ფოლკლორთან არანაირ კავშირშია, მით უფრო დამაბნეველია პერსონაჟის კოსტუმი. იგი შუა საუკუნეების ევროპული

სამოსშია გამოწყობილი. ახალგაზრდა მსახიობი ე. წ. „ფეისი“ არაა და ვერც სამსახიობო იმპროვიზაციით დაიკვეხნის, რის გამოც ხშირად უმწეო მდგომარეობაში ვარდება. მას რომ ბავშვებთან უჭირს ლაღი კონტაქტი, მის მიერვე მიცემულ ინტერვიუში ჩანს, სადაც ინტერვიურის კითხვაზე: რას იზამს, როცა ბავშვი მეხუთე „კოკა–კოლას“ სთხოვს, პასუხობს: „ ამ დროს შენი ფანტაზია უნდა ჩართო და – „უი, იცი რა გამახსენდა“, „იცი რა მომხდარა“ – ასეთი ემოციური ფრაზების შემდეგ ბავშვს ერთ წამში ავიწყდება აკვიატებული აზრები“ [13]. საბავშვო ტელეფორმატების წამყვანისათვის აუცილებელი პირობაა შექმნილი სიტუაციების თავის სასარგებლოდ გამოყენება, ბავშვებთან ლაღი, უშუალო ურთიერთობა და პროექტში მათი თანამონაწილედ ჩართვა. საბავშვო დადგმითი ტელეპროექტის წარმატებისათვის აუცილებელია რამდენიმე ძირითადი პირობა:

ცნობილი მსახიობის მონაწილეობა (ეს ის შემთხვევაა, როდესაც „ფეისი“ ტელევიზიით კი არ უნდა შეიქმნას, როგორც დღესაა მიღებული, არამედ წამყვანი საზოგადოებისთვის ფილმებიდან ან სპექტაკლებიდან ცნობილი, უკვე შემდგარი მსახიობი უნდა იყოს. წამყვანი მკვეთრად გამოხატული იმპროვიზაციის უნარით უნდა იყოს დაჯილდოებული;

ახალი ტექნოლოგიების გამოყენება (ვირტუალური სტუდიები, ტრიუკები, ეფექტები), რის გარეშეც დღევანდელი საბავშვო ტელეპროდუქციის წარმატება უბრალოდ წარმოუდგენელია;

პერსონაჟის სახე დაკონკრეტებული უნდა იყოს. გლობალიზაციის პროცესებისას პატარა ქვეყნისთვის, იდენტობის შესანარჩუნებლად, სასურველია შექმნილი სახე რომელიმე ცნობილი ქართული პერსონაჟი იყოს. შექმნილ პერსონაჟს უნდა ჰქონდეს ის ღირსებები და თვისებები, რომელიც კონკრეტულად ჩვენი ქვეყნისთვისაა დამახასიათებელი. „უნიშნობა“ ერთ–ერთი ის თვისებაა, რაც გლობალიზაციისათვისაა დამახასიათებელი და რაც ანგრევს ყოველგვარ ეროვნულ თვითმყოფადობას. ამ საზომებით „პეპეს ზღაპრებს“ ვერ ჩავთვლით დროის ადეკვატურ პროდუქტად. საქართველოს ტელეისტორიაში ნამდვილად იყო შინაარსისა და ფორმის მხრივ უფრო წარმატებული, ინოვაციური პროექტები, რომლებმაც თაობებში პოპულარობა და სიყვარული მოიპოვა („ძილისპირული“, „თევდორე პაპას ზღაპრები“, „ტელეზღაპრები“, „ტელევეზირი“, „ბასტი–ბუბუ“). მათ საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის ისტორიის განვითარებაში გარკვეული კვალი დატოვეს.

გლობალიზაციის პირობებში სწორედ საზოგადოებრივი მაუწყებელი უნდა ითვალისწინებდეს საზოგადოების ინტერესებს და იმის მიხედვით აგებდეს სამაუწყებლო ბადეს, მით უფრო, საბავშვო მაუწყებლობის სეგმენტს. თუმცა, საქართველოს საზოგადოებრივი

მაუწყებლის ხელმძღვანელობა აცხადებს, რომ სწორედ მათი არხი წარმოადგენს საზოგადოების ყველა ინტერესების პროგრამების ერთობლიობას. „გადახედეთ ჩვენს ბადეს და თავად დარწმუნდებით: აქ წარმოდგენილია გადაცემები ბავშვებისათვის, ახალგაზრდებისათვის, ფერმერებისათვის, ავტომოყვარულებისათვის, მომხმარებლისათვის, ინტელექტუალებისათვის, კლასიკური და თანამედროვე მუსიკის მოყვარულთათვის“, – ამბობს ინტერვიუში საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის სამეურვეო საბჭოს თავმჯდომარე ლ. გახელაძე[14]. ამ განცხადების მიუხედავად ფაქტია, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის საეთერო ბადეში ბავშვებისათვის სტაბილური დრო მხოლოდ ზემოთ განხილულ „პეპეს ზღაპარს“ აქვს დათმობილი. ისევ მეორდება ძველი „მულტი–პულტი“ და ხანდახან გაიელვებს ერთჯერადი, გაურკვეველი ტიპისა და ხასიათის, ე.წ. დაკვეთილი გადაცემები.

ციფრულმა ტექნოლოგიებმა სრულიად ახალი შესაძლებლობები გააჩინა პროგრამული და კომპიუტერული გრაფიკის განვითარებისთვის: გაჩნდა ვირტუალური სტუდიები, რომლებიც, პრაქტიკულად, კომბინირებული გადაღების მეთოდადაც შეიძლება ჩაითვალოს. სანკტ–პეტერბურგის ჰუმანიტარული უნივერსიტეტის პროფესორი ნ.დვორკო იკვლევდა ვირტუალური სტუდიების თვისებებს და ძირითადად მათ რამდენიმე სახეობას გამოყოფდა:

„ვირტუალობის“ უბრალო სისტემა – ამ დროს ვირტუალური რეალიზაცია სტატიური კამერითა და ფიქსირებული ფოკუსით მიმდინარეობს;

„ვირტუალობის“ შედარებით რთული სისტემა – ამ დროს გადაღება რობოტიზირებული კვარცხლბეკიდან, კამერით მიმდინარეობს. პანორამის დროს ავტომატურად იცვლება ფონი (მასთან ერთად მასშტაბიც), ამიტომ მთელი დეკორაცია წინასწარ უნდა იყოს გათვლილი და მომზადებული. თუ საჭიროა, წინა რიგში უნდა დაიდგას ვირტუალური ობიექტი, რომელიც „შენიღბისთვის“ გამოიყენება. ერთი მხრივ, ეს ტექნოლოგია არაა მთლად მოქნილი, რადგან როდესაც წამყვანი ვირტუალური დეკორაციის ირგვლივ დადის, როგორც რეალურ დეკორაციაში, საკმაოდ რთულ ტექნიკურ პრობლემებს აწყდება;

სრულფასოვანია ვირტუალური სტუდია, ვირტუალური პერსონაჟების გამოყენებით. ვირტუალური პერსონაჟი მოითხოვს რთული მართვის სისტემას, ე.წ. მოძრაობის დაპყრობას; გარდა ამისა, ის დამონტაჟებულია უშუალოდ სცენის სიღრმეში და ურთიერთმოქმედებს ცოცხალ მსახიობებთან. „მოძრაობის დაპყრობის“ მართვის სისტემა იმისთვის გამოიყენება, რომ სამგანზომილებიან გმირს რეალურ დროში მოძრავი ობიექტის სახე მიეცეს. ამ პროცესის განხორციელებისათვის პერსონაჟის სხეულის ზედაპირის ცენტრალურ წერტილებზე სპეციალური მოწყობილებებია დამონტაჟებული, რომლებიც პერსონაჟის მოძრაობის

ტრაექტორიას არეგულირებენ. კომპიუტერული მართვის სისტემა გამოთვლის პერსონაჟის მოძრაობის ტრაექტორიას და სივრცეში მის მოძრაობას უზრუნველყოფს. ასეთივე სისტემების დახმარებით შესაძლებელია მსახიობის სახის მოძრაობის (მიმიკის) მართვა. შედეგი ხშირად ძალზედ ეფექტურია – პერსონაჟი ფონოგრამის შესაბამისად „ბუნებრივად“ ამოძრავებს თვალებსა და ტუჩებს.

ტექნიკურ მეცნიერებათა კანდიდატ ნ.დვორკოს მოსაზრებით: „იმისათვის, რომ გამოვიყენოთ ვირტუალური პერსონაჟები, შემდეგი ანიმაციური სისტემები უნდა გამოვიყენოთ: „ფილმ ბოქსი“, „თაიფუნი“. ზოგიერთი მათგანი სპეციალურად პირდაპირი ეთერისათვისაა გაანგარიშებული... ვირტუალური რეალობის ტექნოლოგია ტელეპროგრამების შემქმნელებს ახალი გამომსახველობითი ხერხებით თამამი, ორიგინალური იდეების რეალიზაციის საშუალებას აძლევს“[15]. საქართველოში, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ტექნიკური გადაიარაღების პროცესების მიუხედავად, ვირტუალურ სტუდიებს მხოლოდ საინფორმაციო პროგრამებისთვის ამზადებენ. ბოლო სამი წლის განმავლობაში, ყოველი წლის სექტემბერში, საქართველოს ტელეკომპანიები (საზოგადოებრივი მაუწყებელი, „რუსთავი 2“, „იმედი“) განახლებული საინფორმაციო სტუდიებით გადიან ეთერში. საზოგადოებრივი მაუწყებლის გენერალური დირექტორი გ. ჭანტურია ინტერვიუში აცხადებს: „ამ მიმართულებით ძიებები ისევ გრძელდება; დაწყებულია ტექნიკური გადაიარაღების პროცესი, შეძენილია თანამედროვე, XXI საუკუნის შესაბამისი ტექნიკა. დაგეგმილია ახალი „ნიუსრუმის“ გაკეთება საარჩევნოდ, 2012 წლისათვის „ნიუსრუმის“ ტექნიკური შესაძლებლობები ბევრად გაიზრდება“[16]. ეს უდავოდ საჭირო საქმეა, მაგრამ, სამწუხაროდ, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ახალი ტექნოლოგიებით გადაიარაღება მხოლოდ საინფორმაციო და პოლიტიკური გადაცემების გაძლიერებას ემსახურება: „ყოველდღიურ ახალ ამბებთან ერთად და საზოგადოებრივ თოქშოუებთან ერთად („დიალოგი“, „აქცენტები“, „მოამბე“, „საჯარო პოლიტიკა“, „რეპორტაჟი“, „აუდიტორია“), ქმნიან არხის სახეს და მაღალ სანდოობას, რაც დაადასტურა არაერთმა ავტორიტეტულმა, მიუკერძოებულმა კვლევამ, მათ შორის 2010 წლის ადგილობრივი არჩევნების დროს, ეუთოს, გაეროს, ევროკავშირის და „ბი–ბი–სის“ მიერ განხორციელებულმა მედიამონიტორინგმა. ჩვენი უმთავრესი პრიორიტეტი ამ ხაზის გაგრძელება და საზოგადოებრივი არხის პროგრამებში საგანმანათლებლო–შემეცნებითი კომპონენტის გაძლიერება გახლავთ, რასაც უკვე ახორციელებს სატელევიზიო–დოკუმენტური ფილმების სტუდია“[17]. საქართველოს ტელეარხების ვირტუალური სტუდიები უცხოური არხების ანალოგიებია, მაგრამ ყველა მათგანი მხოლოდ საინფორმაციო პროგრამებს ემსახურება. ვფიქრობთ, ურიგო არ იქნებოდა თუნდაც

საზოგადოებრივ მაუწყებელში ერთი ასეთი სტუდია საბავშვო პროგრამებისთვისაც გაკეთდეს. საქართველოს ტელევიზიის დაარსების პირველივე დღიდან საბავშვო პროდუქცია ხომ სამაუწყებლო ბადეში განსაკუთრებულ ადგილს იკავებდა და ნოვაციებით გამოირჩეოდა. დღეს, გლობალიზაციისა და ტექნიკური პროგრესის დაჩქარებული პროცესის პირობებში, საქართველოს ტელევიზიას, განსაკუთრებით საზოგადოებრივ მაუწყებელს, დიდი ძალისხმევა მართებს, რათა გააძლიეროს საბავშვო ეროვნული ტელეპროდუქცია, შექმნას ახალი ტექნოლოგიური საშუალებებით საგანმანათლებლო და პუბლიცისტური პროექტები, რითაც გარკვეულწილად ხელს შეუწყოს ეროვნული იდენტობის შენარჩუნებას. ეს უპირველესად საზოგადოებრივი მაუწყებლის პრეროგატივაა, სადაც ამჟამად მხოლოდ „პეპეს ზღაპარი“ იკავებს ბავშვებისათვის განკუთვნილ ნიშას. ეს ტელეპროექტი ფორმისა და შინაარსის თვალსაზრისით ახალი საუკუნის დასაწყისისთვის ნამდვილად ანაქრონიზმია. სავარაუდოა, რომ მხოლოდ იმ ნიშნით მოხვდა სატელევიზიო ბადეში, რომ საზოგადოებრივი მაუწყებლის თავმჯდომარის, გ. ჭანტურიას სტუდიის ბაზაზე მზადდება, არადა, საბიუჯეტო დაფინანსებით (ანუ პროდუქციის კომერციალიზაციის მინიმალური ვალდებულებით) საზოგადოებრივი მაუწყებელი საკმაოდ დიდ პოტენციალს ფლობს საბავშვო მაუწყებლობის განვითარებისთვის.

&2. მსს (მოძრავი სატელევიზიო სადგური) და საბავშვო ტელემაუწყებლობა

ტელევიზიის მთავარი ნიშანი წამიერებაა, ამწუთიერი „აქ“ და „ახლა“. სწორედ ეს თვისება გამოხატავს ტელევიზიის თანამედროვე კულტურით განსაზღვრულ ტენდენციას. სოციოლოგი ა. ხაუეზირი ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 50–იან წლებში წერდა: „XX საუკუნის დროს შემეცნება იმ მომენტის აღქმით მოიაზრება, რომელშიც ჩვენ ვიმყოფებით. ყველაფერი თანამედროვე და აქტუალური ამ მომენტთანაა დაკავშირებული და თანამედროვე ადამიანისთვის განსაკუთრებულ ფასეულობასა და ინტერესს წარმოადგენს“[18]. კინოხელოვნებისგან განსხვავებით, ტელევიზიას ძალუძს ადამიანი მიმდინარე მოვლენებში ჩართოს და შეუქმნას თანდასწრების ილუზია. ტელევიზია უფრო მიუახლოვდა რეალობას, ვიდრე კინოხელოვნება. 2001 წლის 11 სექტემბერს მსოფლიოს ტელეარხებმა პირდაპირ ეთერში გვიჩვენეს „ტყუპების“ თავზარდამცემი ნგრევა. ამ ფაქტს ტელევიზიის საშუალებით ერთდროულად მილიონობით ადამიანმა უყურა და მოვლენის თანამონაწილეც გახდა. კაცობრიობა იძულებელი გახდა, ეს ფაქტი შეეფასებინა და ეღიარებინა, რომ სამყაროში ძირეული ცვლილებები იწყებოდა.

თანამედროვე ადამიანისთვის ყველაზე მიმზიდველი მიმდინარე რეალური ცხოვრების ჩვენებაა. ცნობილი თეორეტიკოსმა ვლ. საპაკმა გასული საუკუნის 80–იან წლებში იწინასწარმეტყველა, რომ ტელევიზია დოკუმენტალიზმის მიმართულებით განვითარდებოდა: „ტელევიზიის მომავალი ქრონიკაშია, ცოცხალ ნატურაში, მას შეუძლია ცოცხალი, გადაუმუშავებელი ფაქტი აღსრულების მომენტში აჩვენოს, რაც ლიტერატურისა და კინოხელოვნებისთვის მიუღწეველია“[19]. ცხადია, ეს უპირველესად პირდაპირ ტრანსლაციებს ეხება, რომელიც მსს–ის (მოძრავი სატელევიზიო სადგური) საშუალებით ხორციელდება. „მსს–ის ისტორია პრაქტიკულად ტელევიზიასთან ერთად დაიწყო; 1936 წელს ბერლინის ოლიმპიური თამაშების დროს პირველად გამოიყენეს და მას შემდეგ სპორტული ღონისძიებების გასაშუქებლად შექმნილმა სადგურმა განვითარების უამრავი ეტაპი გაიარა“[20]. აუცილებელია განვიხილოთ, არსობრივად რას წარმოადგენს საეთერო ტრანსლაციები, რადგანაც სწორედ აქ ჩნდება განსაკუთრებული განსხვავება კინოსა და ტელეესთეტიკას შორის. კინოში ფირის ნაჭრებს ერთმანეთს აწებებენ, რათა უწყვეტი გამოსახულება გამოჩნდეს, რაც პრაქტიკულად ტექნიკურ მონტაჟად ითვლება, ხოლო ამ ნაჭრების არჩევა და მათი თანმიმდევრობის დადგენა (რათა ეკრანზე მოძრაობის მიმართულება სწორად აისახოს) უკვე კონსტრუქციული მონტაჟია. ტრანსლაციის პროცესში კი ტექნიკური მონტაჟი კონსტრუქციულთანაა შერწყმული: „ კონსტრუქციული მონტაჟი ტელევიზიის კამერების გადართვით ხორციელდება, ამ პროცესს რეჟისორი ხელმძღვანელობს... მაგრამ კონსტრუქციული მონტაჟი, ე.ი. მოძრაობის ასახვა და კადრებს შორის ლოგიკური კავშირის გამოვლენა, ყოველთვის როდია რეჟისორის საბოლოო მიზანი – მის წინაშე კიდევ შემოქმედებითი, მხატვრული ამოცანებიც დგას“[21].

საქართველოში ტელეცენტრისთვის პირველი მოძრავი სატელევიზიო სადგური „პტს – 42“ 1956 წელს შეიძინეს და მის შემდეგ, ტექნიკის განვითარებასთან ერთად, მისი პარამეტრებიც ბევრჯერ შეიცვალა. 1961–77 წლებში, საქართველოს ტელერადიოკომიტეტის მაშინდელმა თავმჯდომარემ კ. გარდაფხაძემ მოსკოვში გამართული სატელევიზიო აპარატურის გამოფენიდან ფერადი მოძრავი სატელევიზიო ტექნიკა ჩამოიტანა: „კავშირში მესამე, მსოფლიოში კი 21–ე ვიყავით, ვისაც ფერადი სტუდია ჰქონდა. საფრანგეთში ფირმა „სეკამის“ აპარატურა შევიძინე. თბილისში აპარატურაც ფრანგმა სპეციალისტებმა დაგვიმონტაჟეს. მსგავსი მაღალი დონის ტექნიკა „ოსტანკინოს“ შემდეგ პირველებს ჩვენ გვქონდა“ [22]. იმ პერიოდში საქართველოს ტელერადიოკომიტეტი საბჭოთა კავშირის ტელესივრცეში არა მარტო ხარისხიანი გამოსახულებით, არამედ, არსებული ტექნიკის ინოვაციურად გამოყენებითაც გამოირჩეოდა. პროფესიონალებისთვის ცნობილია, რომ ტელერადიოკომიტეტის გადაცემები და ტელეფილმები

ხშირად საკავშირო ტელევიზიითაც გადაიცემებოდა. როდესაც ტელემაუწყებლობას განვიხილავთ, უპირველესად მსს–ს ვგულისხმობთ, რომლის ტექნოლოგიური განვითარება რადიკალურად ცვლის მედიაპროდუქციის შინაარსსა და ფორმას, რაც პირდაპირი პასუხია დღევანდელი მაყურებლის იმპერატიული საბაზრო მოთხოვნებისა. თეორეტიკოსი ჯ. კორნერი წერს: „ხორციელდება პროცესი, რომელსაც ჰიბრიდიზაცია ეწოდება, ე.ი. ერთმანეთისაგან დამოუკიდებელი ელემენტების შერწყმა. მაუწყებლობაში მიმდინარეობს სერიოზული ძვრები რეალურ პროგრამებზე (რეალითი) – სრულიად ახალი ტიპის პროდუქციაზე. ესაა დოკუმენტური ფორმატისა და ახალი ტექნოლოგიების სინთეზი, რომელიც საშუალებას გვაძლევს უფრო თვალსაჩინოდ წარმოვადგინოთ ჩვენი ცხოვრების რეალური ისტორიები სხვა სახეობას წარმოადგენს სერიალი, რომელშიც ყოველდღიური ცხოვრებისეული რუტინა გადახლართულია წარმოუდგენელ და მოულოდნელ მოვლენებთან“[23]. თანამედროვე მაყურებელი განებივრებულია მსს–ით გადაღებული პირდაპირი ტრანსლაციებით: ოლიმპიური თამაშები, მეგავარსკვლავების კონცერტები, მსოფლიო მასშტაბების კონკურსები მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში დიდი ხანია პირდაპირ გადაიცემება. ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებით ასეთი ტელეპროდუქციის გადაცემები უფრო ხარისხიან და მასშტაბურ სახეს იღებს.

საქართველოში 2006 წელს პირდაპირი ტრანსლაციით გრანდიოზული საბავშვო ტელეპროექტი „საშობაო სიურპრიზი“ გადაიცა. ეს იყო პირველი მცდელობა საბავშვო მაუწყებლობაში ამერიკული სანახაობის ანალოგიური პროექტის განხორციელებისა. თავისუფლების მოედანზე თოვლის პაპის მოლოდინში (ის რატომღაც ლაპლანდიიდან უნდა ჩამოსულიყო) უამრავმა ბავშვმა მოიყარა თავი. მოვლენის ტრანსლაცია მთელი საქართველოს მასშტაბით მსს–ის საშუალებით მიმდინარეობდა. ამავდროულად, პარალელურ რეჟიმში, დამატებით კიდევ ათობით კამერა მუშაობდა და სხვადასხვა დროს პირდაპირ ეთერში ერთვებოდა. მოედანზე დამონტაჟებულ უზარმაზარ ეკრანზე მიმდინარე მოვლენის ამსახველი კადრები ტრიალებდა. თოვლის პაპის ჩამოფრენა ლოკალურ დროსა და სივრცეში მიმდინარეობდა, რის გამოც ტრანსცენდენტურობა უფრო მძაფრად იგრძნობოდა. როდესაც ვერტმფრენმა ჰაერში წრეების ხაზვა დაიწყო, ბავშვების აღტაცებამ იმატა, ვერტმფრენი მოედანს თანდათან უფრო და უფრო უახლოვდებოდა, თუმცა მისი დაფრენის ადგილის განსაზღვრა შეუძლებელი იყო, რის გამოც ბავშვები აფორიაქდნენ, აქეთ–იქეთ აწყდებოდნენ, რაც შესაბამისად ეკრანზეც აისახა, შეიქმნა რეალური ცხოვრების შთამბეჭდავი სურათი. მაგრამ როდესაც თოვლის პაპამ ვერტმფრენიდან ჩამოსვლა დაიწყო, სიტუაცია უმართავი გახდა. შეუძლებელი იყო იმის განსაზღვრა, როგორ განვითარდებოდა მოვლენები.

ასეთ შემთხვევაში სუბიექტზე მოთხოვნილება იზრდება; საჭიროა ტრანსცენდენტული სუბიექტის ხილვა, სწორედ აქაა აუცილებელი წამყვანი, რომელმაც მოვლენა უნდა შეაფასოს და მაყურებლის კონცენტრირება მისთვის სასურველი მიმართულებით წარმართოს. სამწუხაროდ, ამ შოუს წამყვანმა შექმნილ სიტუაციას ალღო ვერ აუღო, ვერანაირი კომენტარი ვერ გააკეთა და კადრში უსიტყვოდ და უმწეოდ იდგა, მოვლენა კი რეალურ დროში ვითარდებოდა. ბავშვები და მათი მშობლებიც თოვლის პაპას ყიჟინით შემოეხვივნენ და დაპირებულ საჩუქრებს ითხოვდნენ (წინასაშობაო სარეკლამო ბლოკები სწორედ ამ უფასო საჩუქრებზე აკეთებდა აქცენტებს).

ეთერში მოვლენა უკვე გროტესკად გადაიქცა. პირდაპირ ჩანდა შეშინებული თოვლის პაპა, რომელიც ელვის სისწრაფით არიგებდა საჩუქრებს და ცდილობდა ბრბოდ ქცეული ადამიანებისგან თავი დაეხსნა, მაგრამ აღელვებული მასის დასაშოშმინებლად პოლიციის ჩარევა გახდა საჭირო. ამ სიტუაციამ ეკრანზე მეტად საჩოთირო სურათი შექმნა, პოლიციელებმა ბავშვები და მათი მშობლები „შეავიწროვეს“, შექმნეს ცოცხალი კედელი და თოვლის პაპა ცოცხალი ჯაჭვით მთავრობის სასახლის წინ ათასფერად განათებულ საპრეზიდენტო ნაძვის ხესთან გადაიყვანეს. პროექტის ავტორმა, წამყვანმა და რეჟისორმა შექმნილ სიტუაციას ისევ ვერ აუღეს ალღო და ნაცვლად იმისა, რომ რეპორტაჟი სხვა ობიექტიდან გაეგრძელებინათ (10–მდე ობიექტი, ჩართული კამერებით, პირდაპირი ჩართვებისთვის სრულ მზადყოფნაში იყო), ისევ თავისუფლების მოედანს აჩვენებდნენ, სადაც თოვლის პაპის გაპარვით გაწბილებული ბავშვები უკვე ისტერიული ყვირილით პირდაპირ ეთერში თავის კუთვნილ საჩუქრებს მოითხოვდნენ.

ეს უჩვეულო მდგომარეობა კადრში დაახლოებით ხუთ წუთს იმის გამო გაგრძელდა, რომ მთავრობის სასახლესთან პრეზიდენტს ელოდებოდნენ. შესაძლებელი იყო ამ ქაოსის ჩვენების ნაცვლად, უბრალოდ, ქუჩაში შეკრებილი ბავშვების ინტერვიუები ჩაერთოთ. ბოლოს პრეზიდენტი გამოჩნდა, მან საქართველოს ბავშვებს ახალ წელი მიულოცა. რაც შეეხება თოვლის პაპას, იგი მთელი კონცერტის განმავლობაში უფუნქციოდ დარჩა. მთავარი პერსონა თითქოსდა გაქრა. დაირღვა დრამატურგიული ხაზი. მთელ შოუში კი ყველაზე წარუმატებელი ფინალური სცენა აღმოჩნდა, რომლის ჩართვაც პირდაპირი ეთერით ეთნოგრაფიული მუზეუმის სვანური კოშკიდან მიმდინარეობდა. ეკრანზე გამოჩნდა დაღლილ–დაქანცული თოვლის პაპა და ოთხი წლის გოგონა, რომელიც დაჟინებით მოითხოვდა თავის ნანატრ საშობაო საჩუქარს. წამყვანი დაიბნა, თოვლის პაპა კი იძულებული გახდა მთელი საქართველოს წინაშე ეღიარებინა, რომ საჩუქრები გამოელია. რეჟისორმა წამიც არ დაკარგა და კადრში ახლო ხედით ცრემლიანი გოგონას სახე გამოჩნდა... მას ალბათ ეს წუთები მთელი ცხოვრება ცუდ მოგონებად გაჰყვება. ეს კადრი ნებისმიერ დოკუმენტურ ფილმს დაამშვენებდა, მაგრამ საახალწლო სანახაობას მან

სრულიად სახვა, უარყოფითი დატვირთვა შესძინა და საახალწლო შოუ სევდიან ნოტაზე დასრულდა.

ცხადია, ყველაფერი სპონტანურად მოხდა. რეჟისორმა მყისიერად მიიღო გადაწყვეტილება, თუმცა მის გაუაზრებელ იმპროვიზაციულ სვლას წამგებიანი შედეგი მოჰყვა. ცნობილი რუსი მკვლევარი და თეორეტიკოსი ვლ. საპაკი ტელევიზიის დახასიათებისას ყურადღებას ამახვილებდა მის რამდენიმე თვისებაზე: იმპროვიზაციაზე, დოკუმენტალობასა და ინტიმურობაზე. ამ სამიდან კი უპირატესობას იმპროვიზაციას ანიჭებდა: „თქვენ ესწრებით სიტყვისა და აზრის დაბადებას, საფეხბურთო კომბინაციებს, რომელიც მოულოდნელი გოლით გვირგვინდება, ანდაც ცრემლებს, რომელიც მსახიობის სახეზე ჩვენს თვალწინ მოედინება... ტელევიზია ამმაფრებს თანდასწრების გრძნობას“[24]. იმპროვიზაცია მსს–თან განუყოფლადაა დაკავშირებული, რადგანაც გარკვეულწილად მხოლოდ პირდაპირი ტრანსლაციის დროსაა შესაძლებელი მოვლენის თანმიმდევრულად ასახვა, რეალური ცხოვრების მიმდინარეობის შესაბამისად. ამის საფუძველია დროის ნამდვილობა, მოქმედებისა და მისი გადმოცემის ერთდროულობა. ბუნებრივია, XXI საუკუნის რეჟისორს, რომელიც მსს–ის პულტთან მუშაობს, მხოლოდ ტექნიკური მონტაჟით გადმოცემული გამოსახულების უწყვეტობა არ მოეთხოვება. იგი მთელ პროცესს შემოქმედებითად უნდა მიუდგეს, მას უნდა შეეძლოს მყისიერად მიიღოს საჭირო გადაწყვეტილება.

ციფრულ სამყაროში პულტის რეჟისორი იდეალურ შემთხვევაში ვირტუოზ–იმპროვიზატორი უნდა იყოს, რადგანაც მხოლოდ მას შეუძლია უზრუნველყოს წარმატებული ტელეტრანსლაცია, რასაც ვერ ვიტყვით ზემოთ განხილული ტელეშოუს რეჟისორზე. მას შეეძლო, ვიდრე სასურველ გადაწყვეტილებას მიიღებდა, თავისუფლების მოედანი ეჩვენებინა, ანდაც, ნაძვის ხის სანახავად მისული ბავშვები, ტიხარი, ანონსი, სარეკლამო ბლოკი, პარალელურ რეჟიმში კი თოვლის პაპისთვის საჭირო ამოცანა მიეცა. ელემენტარულად, პირდაპირი ჩართვის მომენტში შეიძლებოდა თოვლის პაპას გოგონა ხელში აეყვანა და თავისი კოშკიდან გადაეხედებინა, შემდეგ კი ფინალურ კადრად ზედხედიდან ეჩვენებინა ათასფერად განათებული თბილისი. ეს არც არაჩვეულებრივი მიგნებაა და არც ერთადერთი ვარიანტი, მაგრამ საშობაო შოუს ფინალისათვის უფრო შესაბამისი და მისაღები კადრია, ვიდრე აცრემლებული გოგონას სახე.

როგორც ირკვევა, მსოფლიოში არ არსებობს სტანდარტული მსს, ყველა ტელეკომპანია არხის სპეციფიკიდან და ფინანსური შესაძლებლობიდან გამომდინარე, ქმნის საკუთარ მსს–ს. 2011 წელს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინჟინრებმა არხის ბაზაზე მაღალი გარჩევადობის, ე.წ.

HD სისტემის მოძრავი სატელევიზიო სადგური ააწყვეს. HD სატელევიზიო სივრცეში ყველაზე მაღალი სტანდარტია. მისი დაქირავება დაახლოებით 120–130 ათასი ევრო ჯდება. „საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა მანქანა უკრაინაში „ევრო 2012“–ზე წარადგინა, მასზე მოთხოვნაა სომხეთიდან, სადაც სექტემბერში საბავშვო ევროვიზია უნდა გაიმართოს“[25]. ქართველი ინჟინრების წარმატება მით უფრო სასიხარულოა, მეზობელ სომხეთს საბავშვო ევროვიზიის ჩასატარებლად რომ უნდა მივაქირაოთ ჩვენი ძვირადღირებული მსს, მაგრამ ჩნდება კითხვა: ნუთუ არ შეიძლება ტექნიკის ეს მიღწევა თავადაც გამოვიყენოთ ჩვენი ქვეყნის ბავშვების სასიკეთოდ? 1 ივნისის, სწავლის დაწყების, შობა–ახალი წლისა თუ უამრავი გასართობ–სანახაობითი ტელეპროდუქციის ტრანსლაციისთვის.

&3. კომიქსები, საბავშვო ანიმაციური და სათავგადასავლო ფილმები ტელემაუწყებლობაში

ახალმა ტექნოლოგიებმა, კომპიუტერულმა სისტემებმა გარდაქმნეს მულტფილმები და კომიქსები, უფრო ხელმისაწვდომი და მასიური გახადეს ნახატი ფილმების წარმოებაცა და გავრცელებაც მთელ მსოფლიოში, მათ შორის, საქართველოშიც. საბავშვო ტელემაუწყებლობის დიდი წილი მულტფილმებითა და კომიქსებითაა შევსებული და არცთუ უსაფუძვლოდ. ბავშვების პირველი შეხვედრა ხელოვნებასთან უმრავლეს შემთხვევაში მულტფილმების საშუალებით ხდება. ბავშვები ვიზუალურს უფრო სწრაფად აღიქვამენ და გაიაზრებენ. რ. შტაინერი, განიხილავს რა სულიერი აღზრდის ურთულეს პროცესებს, განსაკუთრებულ ყურადღებას სწორედ 7 წლამდე ასაკის ბავშვებზე ამახვილებს და წიგნში – „ბავშვის აღზრდა სულიერი მეცნიერების თვალსაზრისით“ წერს: „აღზრდის სწორ სისტემაში უნდა შედიოდეს, როგორც არქიტექტურის სტილებისა და ფორმებისადმი, ასევე პლასტიკური სახეებისადმი, ნახატის ხაზთა სილამაზისადმი და ფერთა ჰარმონიისადმი გემოვნების გაღვიძებაც. მოცემული ცხოვრებისეული სურათების და იდეალური ავტორიტეტების მეოხებით, ამავე წლებში აღმოცენებული ზნეობის გრძნობაც ძალ–ღონით აივსება, როდესაც სილამაზის მომწიფებული შეგრძნება სიკეთის მცნებას მშვენივრად ითვისებს, ხოლო ბოროტების გაგებას – შემაზრზენ შთაბეჭდილებად“[26].

მრავალგზის გამოკვლეულია, რომ ბავშვის აღქმა, ერთი მხრივ, მის მდიდარ ფანტაზიას ეყრდნობა, ხოლო მეორე მხრივ, მის ცნობიერებას, რომელიც ხელოვნების გარკვეული

სტერეოტიპების აღქმისგან სრულიად თავისუფალია. ისიც ცნობილია, რომ თანამედროვე ბავშვები სიტყვიერ კულტურაზე უფრო ვიზუალურ, ხედვით მასალაზე არიან აღზრდილი. ისინი თითქმის ჩვილობიდან უყურებენ ტელევიზორს და კომპიუტერში თამაშობენ. აქედან გამომდინარე, სახეების პლასტიკურ აღქმას ეჩვევიან, სადაც სიტყვა არსებით როლს სრულიადაც არ თამაშობს. ბავშვები უცებ „კითხულობენ“ ხატში ჩადებულ ცნებას და უსიტყვოდაც ყველაფერს ხვდებიან. ეს ფაქტორები ყველა საბავშვო ტელეპროდუქციასა თუ ანიმაციურ ფილმებშია გასათვალისწინებელი. ამ მიმართულებით ყველაზე დიდი ღვაწლი უ. დისნის მიუძღვის, რომელმაც ეს ჟანრი განავითარა და ჭეშმარიტი ხელოვნების დონეზე აიყვანა. „დისნი მულტიპლიკაციური ფილმის მამამთავარი არ გახლავთ, მაგრამ მან მულტიპლიკაცია უსაჩინოეს ქმნილებად, ჭეშმარიტ, ბრწყინვალე დიდოსტატის ნიმუშად აქცია“[27].

დისნის კატალოგი მრავალ მულტიპლიკაციურ, დოკუმენტურ და მხატვრულ ფილმს ითვლის. მისმა ნამუშევრებმა 19 „ოსკარი“ და სხვა მრავალი პრიზი აიღეს კანის, ვენეციის და ბერლინის კინოფესტივალებზე („მიკი მაუსი“, „ფიფქია და 7 ჯუჯა“, „პინოქიო“, „ფანტაზია“, „ბემბი“, „პიტერ პენი“, „ურჩხული და მზეთუნახავი“, „მერი პოპინსი“, „სამი გოჭი“ და სხვ.). „დისნიმ შექმნა უაღრესად პირობითი პერსონაჟები, ხანდახან ძნელი ამოსაცნობია – ცხოველები არიან ისინი, თუ ადამიანები, ამას დისნიმ „დაუჯერებელის დამაჯერებლობა“ უწოდა“[28]. დისნის მულტფილმებში საოცარი სიზუსტითაა დამუშავებული არა მარტო გარემო, სადაც მოქმედება ხდება, არამედ თითოეული პერსონაჟის ვიზუალური მხარე, მიმიკა, ჟესტი, უწვრილმანესი დეტალები. რაც შეეხება დისნის შექმნილ ფანტასტიკურ ტრიუკებს, ამაზე ზედმეტია საუბარი, რადგან ვისაც ერთხელაც კი უნახავს მისი მულტფილმი, მთელი ცხოვრება დაამახსოვრდება. დისნის გმირებმა დროს გაუძლეს, ისინი ისეთი დონის მხატვრული სახეებია, რომლებიც ყველა დროში იარსებებს, ისევე როგორც ჩ. ჩაპლინის მიერ შექმნილი პერსონაჟები.

დისნიმ გრაფიკული ნახატების საშუალებით ამბები კინემატოგრაფიულ ენაზე თარგმნა. სწორედ ესაა მთავარი ფაქტორი, რამაც მისი ნამუშევრების არნახული პოპულარობა განაპირობა. „დისნის ნახატი პერსონაჟები არტისტები, გადაღებაში მონაწილე პირები არიან. დისნი ლოგიკურად ცვლის ერთ ხედს მეორეთი, საერთო ხედიდან გადადის საშუალოზე, ზუსტად იყენებს აპარატს, პანორამას, მიახლოებასა თუ დაშორებას. ყოველივე ეს კინოხელოვნების სპეციფიკური გამომსახველობითი ხერხებია და დისნიც, როგორც მხატვრული ფილმის რეჟისორი, კარგად იყენებს მას“[29]. დისნისთვის მთავარი იყო სიცოცხლე შთაენერგა პერსონაჟებისთვის, ყოველთვის აღიარებდა, რომ იგი ქმნიდა იმ ადამიანებისთვის, ვისაც ჯერ კიდევ შეეძლო ტირილი ან სიცილი. პრაქტიკულად, მან დასავლეთ ევროპის მულტიპლიკაციას

თავბრუ დაახვია. მისმა პერსონაჟებმა სხვადასხვა ქვეყნების ნახატ ფილმებზე ძლიერი ზეგავლენა მოახდინეს. მულტიპლიკაციური ხელოვნების ერთ–ერთი ფუძემდებელი ი. ივანოვ–ვანო ამბობდა: „დისნის მიმბაძველობას ფუჭად არ ჩაუვლია, მხოლოდ მისი მეოხეობით დავხვეწეთ მოძრაობის ტექნიკა, ახალი სული შთავბერეთ ჩვენს გმირებს, მეტი დამაჯერებლობა შევძინეთ პერსონაჟთა აქტიორულ თამაშს, ხელი გავიწაფეთ სინქრონულობასა და სასაცილო ამბების დასურათებაში“[30]. დღეს დანამდვილებით შეიძლება ითქვას, რომ დისნიმ მულტფილმების განვითარების საქმეში უდიდესი წვლილი შეიტანა. ცნობილი კინორეჟისორი და თეორეტიკოსი ს. ეიზენშტეინი წერდა: „როცა მის ქმნილებებს ვუყურებ, მეჩვენება, რომ ეს კაცი ნოვატორია. მისი შემოქმედების ასეთი სრულყოფა შიშსაც კი გვგვრის. გვგონია, რომ მან არა მარტო იცის ყველა ტექნიკური საშუალების მაგია, არამედ იგი ადამიანის დაფარულ ფიქრებს და გრძნობებსაც იცნობს“[31]. კინომცოდნე ი. ბეგიზოვა განმარტავს, რომ „ტერმინი „მულტიპლიკაცია“ მომდინარეობს წარმოების ტექნიკიდან, რომელიც ცალკეული სნახატების გამრავლებას გულისხმობს. ამის საფუძველზე წარმოიქმნა ეს ტერმინი, მხოლოდ და მხოლოდ საბჭოთა კავშირში, მსოფლიოში კი საამისოდ იხმარება ტერმინი „ანიმაცია“ (ანიმა – სული), რაც უფრო ზუსტად განსაზღვრავს ნახატების არა მხოლოდ „გასულდგმულების“ პროცესს, არამედ, ნახატისა თუ თოჯინურ ფილმში თვით ამ „გაცოცხლების“ არსსაც“[32]. ქართველმა რეჟისორებმა ამ მიმართულებით ნაყოფიერად იმუშავეს. საქართველოში ანიმაციური და თოჯინური ფილმების წარმოებას გასული საუკუნის 30–იან წლებში ჩაეყარა საფუძველი. ქართველი რეჟისორები და მულტიპლიკატორები ამ საქმიანობაში ენთუზიაზმით ჩაებნენ და 1930–80 წლებში 70–მდე მულტფილმი გადაიღეს. ბევრმა მათგანმა პოპულარობა არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ საზღვარგარეთაც მოიპოვა.

რეჟისორმა ვ.ბახტაძემ და მხატვარმა ა.ხუსკივაძემ მთელი ციკლი შექმნეს ხელმარჯვე ოსტატზე („ხელმარჯვე ოსტატი კოსმოსში“, „ხელმარჯვე ოსტატი წყალქვეშ“, „ხელმარჯვე ოსტატი გამოფენაზე“, „ხელმარჯვე ოსტატის საჩუქარი“). ასევე, აღსანიშნავია „ბომბორა“ (1968, რეჟ. კ. სულაკაური, მხატ. გ. კერვალიშვილი), „გოგონა და შადრევანი“ (1974, რეჟ. კ. სულაკაური, მხატ. მ. მურვანიძე).

ცალკე უნდა აღინიშნოს ანიმაციური ფილმი „ჭირი“ (1983). ეს იყო სტუდენტური ფილმი, რომელმაც კანის საერთაშორისო ფესტივალზე მთავარი პრიზი – „ოქროს პალმის რტო“ მიიღო (რეჟ. დ. თაყაიშვილი). საბჭოთა ქვეყანა ცალკეული ერებისაგან შედგებოდა, აქედან გამომდინარე, საბჭოთა იდეოლოგები ყოველთვის ქმნიდნენ ილუზიას, რომ თითოეული ქვეყანის კულტურას გარკვეულწილად ეხმარებოდნენ და აფინანსებდნენ კიდეც. 1930–80 წლებში

რამდენიმე ქართული მულტფილმი მიზნობრივად მოსკოვმა დააფინანსა. ცენტრალური ტელევიზიის დაკვეთით, ქართველი მწერლების მოთხრობების მიხედვით, 13 ფილმი შეიქმნა („სალამურას თავგადასავალი“, 4 ფილმი ა. სულაკაურის ნაწარმოების მიხედვით, „ბაჩოს დედის ზღაპარი“, “ბაჩო მიდის ბებოსთან“, „ძაღლი, ზღარბი და ბიჭი ნიკა“, „ძველი მეზღვაურის გემი“ და სხვ.)[33]. ქართული მულტფილმების პარალელურად, ცხადია, ტელეეთერი რუსულ მულტფილმებსაც ეთმობოდა. საბჭოთა კავშირის პატარებისათვის განსაკუთრებით საყვარელი მულტფილმები იყო: „ვინი პუხი“, „ნიანგი გენა“ და სერიალი „აბა, დამაცადე“. ყველა მათგანი საბჭოთა იდეალებს ქადაგებდა. მულტფილმ „აბა, დამაცადე“–ს სიუჟეტის ქარგად ჰოლივუდური „ტომი და ჯერი“ გამოიყენეს, თუმცა ეს უკვე ჭეშმარიტად საბჭოური ვარიანტი იყო. „მულტფილმის სიუჟეტი საბჭოთა რეალობაში ვითარდებოდა. ატმოსფერო მთლიანად „კულტურულია“ – გმირები ერთობიან, დადიან მუზეუმებში, ცირკში, კონცერტებზე. ცხოვრობენ სპორტულად... დაახლოებით 10 სერიის შემდეგ კი კურდღელი ერთოთახიან ბინაში გადადის, ერთი სიტყვით, მულტფილმი მართლაც ყოფითი და 70–იანელების ცხოვრების წესის შესაბამისი გამოვიდა“[34]. „აბა დამაცადე“–ს პრემიერა 1969 წელს შედგა.

ამ პერიოდისათვის ქართველი ანიმატორები აქტიურად ქმნიდნენ ეროვნულ პროდუქციას. 1986–1990 წლებში მათ 60 ანიმაციური ფილმი გადაიღეს. მათ შორის აღსანიშნავია: „დიდი და პატარა ტალღა“, „მეფე და ჩიტი“ (რეჟ. ვ. სულაბერიძე); „სიზმარა“ (რეჟ. მ. სალარიძე), „გულუბრყვილო ბატი ტასიკოს თავგადასავალი“, „ბაბაჯანა“ (რეჟ. დ. სიხარულიძე) „ ბაბილინა“ (რეჟ. დ. თაყაიშვილი) და სხვ. შეიძლება ეს პერიოდი ქართული მულტფილმების განვითარების პიკადაც კი ჩაითვალოს, რადგანაც შემდგომ წლებში (2007 წელს გამოცემულ ქართული ფილმების კატალოგში მხოლოდ 7 ანიმაციური ფილმია დაფიქსირებული) გადაღებული ფილმებიდან („იმედი“, რეჟ. კერესელიძე; „ლეგენდა ღვინოზე“, „როგორ გაჩნდა მთვარე“, „ჩიტბატონა“ – რეჟ. ვ. სულაქველიძე და სხვ.), სამწუხაროდ, არც ერთ მათგანს წარმატება არ ჰქონია, არც ერთი პერსონაჟი ამ ფილმებიდან არ გახდა ისეთი პოპულარული, როგორც წუნა და წრუწუნა, ბაბილინა, ბატი ტასიკო და სხვ.

ტექნოლოგიური პროგრესის შესაბამისად შეიცვალა ანიმაციური ფილმებისადმი დამოკიდებულება. 90–იან წლების დასაწყისიდან იაპონიაში, ამერიკასა და ევროპის სხვა ქვეყნებში გაიხსნა ანიმაციური სტუდიები, სადაც ძალიან მოკლე დროში მზადდება მულტსერიალები. ეს სარფიანი ბიზნესია, ვინაიდან სატელევიზიო ტრანსლაციას ათასობით არხი მოითხოვს, რამაც განაპირობა მათი წარმოების ფართო მასშტაბი. ამ შედეგებს მეცნიერები კომპიუტერის გაჩენისთანავე ელოდნენ. მკვლევარი მ. ნოლლი სტატიაში „გამომთვლელი

მანქანები და ვიზუალური ხელოვნება“ ჯერ კიდევ 1967 წელს ოპტიმიზმით წერდა: „კომპიუტერის შექმნით ადამიანმა გამოიგონა არა უბრალო, უსულო ინსტრუმენტი, არამედ გონიერი, შემოქმედი პარტნიორი, რომელიც თავისი პოტენციის სრული გამოყენებისას ემსახურება ხელოვნების ახალი ფორმების გამოვლინებას და, შესაძლოა, ახალი ესთეტიკის აღქმასაც“[35]. ამ პროცესებთან დაკავშირებით, დადებითთან ერთად უარყოფითი მოსაზრებებიც გაჩნდა. ცნობილმა უნგრელმა მხატვარ–მულტიპლიკატორმა ფ. როფუსმა, რომელმაც ამ სფეროში უმაღლესი ჯილდო „ოსკარი“ მიიღო, თავის ერთ–ერთ ინტერვიუში კომპიუტერთან დაკავშირებით უკმაყოფილება არ დამალა: „დაჩქარებული წამიერება ზიანს აყენებს ამ ჟანრს, რამეთუ ფილმი კარგავს ინდივიდუალურ ხასიათს. იაპონური მულტფილმის ნახვა ხშირად ჩემში ონკანიდან წყლის შეწყვეტილი დენის ასოციაციას იწვევს. მათში თითქოს ყველაფერი სასიამოვნოა თვალისთვის, აკლიათ მხოლოდ დინამიკა, ინდივიდუალური შინაგანი სამყარო“[36]. მიუხედავად აზრთა სხვადასხვაობისა, კომპიუტერული ანიმაცია თანდათან ფეხს იკიდებდა და 1982 წელს, როდესაც ამ ტექნოლოგიით დისნის ფილმი „ტრონი“ გადაიღეს, ფართო აღიარება მოიპოვა, მაგრამ ეს მოვლენა სპეციალისტებმა, ერთი მხრივ, ტექნოლოგიის ტრიუმფად და, მეორე მხრივ, მაყურებლის განხიბლვად შეაფასეს. ფილმში კომპიუტერული ანიმაცია მხოლოდ 20 წთ იყო. მასთან ერთად, 75 ათასი ხელით ნამუშევარი მულტიპლიკაციური კადრი გამოიყენეს. ფილმზე 500–მდე ადამიანი მუშაობდა. შემდგომ უკვე უამრავ ფილმში იქნა გამოყენებული ანიმაცია: „უკანასკნელი კოსმოსური ომები“, „უფსკრული“, „ახალგაზრდა შერლოკ ჰოლმსი“ და სხვ., მაგრამ ცალკე უნდა აღინიშნოს „ტერმინატორი 2“, სადაც კომპიუტერული ანიმაცია ყველაზე ეფექტურადაა გამოყენებული.

კომპიუტერული ანიმატორები ე. წ. „ციფრული თიხით“ მუშაობენ. ისინი ხატავენ ამა თუ იმ ობიექტს, ქმნიან გამოსახულებების კონტურებს, შემდეგ კი კადრებს აძლევენ ფორმასა და ფერს, რეალისტურ განათებასა და შუქ–ჩრდილებს. ყველაზე უფრო რთულია რეალისტური გამოსახულების მიღწევა, პერსონაჟის სახის გამოხატვა. კომპიუტერულ ანიმაციაში ყველაზე მიღებული ხერხი „მორფირებაა“ (ცნება მომდინარეობს მორფოლოგიიდან – „სტრუქტურის შესწავლა“, რომელიც თავის მხრივ ბერძნული სიტყვიდან Morfe (ფორმა, სახეობა) მოდის). ამ ხერხის საშუალებით ადამიანის სახე შეიძლება ცხოველად გადაიქცეს, ან პირიქით. ცნობილ საშინელებათა ფილმში „მაქცია“, რომელიც ეკრანებზე 1994 წელს გამოვიდა, ადამიანის გადაქცევა მაქციად მრავალრიცხოვანი კადრების წაფენითაა მიღწეული. დღეს კი ამდაგვარი ეფექტი ანიმაციური „მარკირების“ საშუალებით ბევრად უფრო ადვილად იქმნება. კომპიუტერული ანიმაციის საშუალებით ფილმებში ნებისმიერი გამოსახულების შექმნაა

შესაძლებელი. კომპიუტერული ანიმაციური სტუდიები უკვე მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში გაჩნდა, მათ შორის საქართველოშიც.

ტელეარხებს ესაჭიროებათ ანიმაციური კლიპები, რეკლამები, ფილმები და სხვ. „არსებულმა ეკონომიკურმა სინამდვილემ ძველი მულტსტუდიები დააზარალა და ამან ქართული მულტიპლიკაცია სავალალო შედეგებამდე მიიყვანა“[37]. 2007–2009 წლებში საქართველოში 16 ანიმაციური ფილმი მომზადდა, თუმცა, სამწუხაროდ, აქედან 7 მათგანი სხვა ქვეყნების ზღაპრების მიხედვით შეიქმნა: “ნაძვის ხის ისტორია“ – გერმანული ლეგენდის მოტივებზე; „რატომ ამოდის მზე მამლის ყივილზე?“ – ჩინური ზღაპრის მიხედვით; „რატომა არა აქვს მთვარეს კაბა?“ – სერბული ზღაპრის მიხედვით; „რატომ აქვს კურდღელს დიდი ყურები?“ – ხანტური ზღაპრის მიხედვით; „რატომ აქვს კუს დაბზარული ბაკანი?“ – ბრაზილიური ზღაპრის მიხედვით; „რატომ გაჩნდა ბუ?“ – ბრიტანული ზღაპრის მიხედვით. ზემოაღნიშნული ფილმებიდან არც ერთ მათგანს ტელეაუდიტორიაში პოპულარობა არ მოუპოვებია, მიუხედავად იმისა, რომ ყველა მათგანში ახალი ტექნოლოგიური საშუალებები ჭარბადაა გამოყენებული. „თავის დროზე ქართული მულტიპლიკაციის შექმნა ბუნებრივი მოვლენა იყო. მოგეხსენებათ ანიმაციური ფილმების შესაქმნელად საჭიროა მდიდარი ლიტერატურა, ფოლკლორი, მუსიკა. საქართველოში ამ დარგის განვითარებისთვის მეტად კარგი საფუძველი იყო, რადგან ჩვენი კულტურა ამოუწურავი მასალაა კარგი ფილმების შესაქმნელად. სწორედ ამან განაპირობა ქართული ანიმაციის მრავალფეროვნება”[38]. უდავოა, რომ უკვე კლასიკადქცეული ანიმაციური ფილმების: „ჩხიკვთა ქორწილის“, „წუნა და წრუწუნას“, „ბაბილინას“, „ბაბაჯანას“ ეკრანზე გამოჩენა დღესასწაული იყო. ამ ფილმების პერსონაჟების თავგადასავლები საქართველოს მოსახლეობის საუბრის თემად გადაიქცა, უფრო მეტიც, მათ სახელებს ადამიანებს მეტსახელებად დღემდე არქმევენ. „ქართული მულტიპლიკაცია თვითმყოფადი, საოცარი ეროვნული მუხტის მატარებელი იყო, რაც მას განსაკუთრებულ მომხიბვლელობას ანიჭებდა. როცა უყურებ დღევანდელ ქართულ ანიმაციურ პროდუქციას, ერთეული შემთხვევების გამოკლებით, ისეთი შთაბეჭდილება იქმნება, თითქოს კადრის დახატვისა და დამონტაჟების ტექნოლოგია ახალი აღმოჩენილია და ქართული მულტიპლიკაციის 70–წლიანი ისტორია არც არსებობდა“[39]. ცხადია, ახალი ტექნოლოგიების ჭარბად გამოყენება არ განაპირობებს ფილმების წარმატებებს; ამასთან დაკავშირებით საინტერესოა ისევ ა. ბერგერის მოსაზრება, რომელიც კომპიუტერების გამოჩენით აღფრთოვანებას ვერ მალავდა: „ჩვენს დროში ვუყურებთ ფილმებს, რომლებშიც კარგა ხნის გარდაცვლილი მსახიობები ცოცხლდებიან (ეს ერთ–ერთ რეკლამაში იყო ნაჩვენები), ან რაღაც სხვა ამგვარი; თუმცა ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ კომპიუტერული ანიმაციით შექმნილი

ფილმები მაყურებლის ყურადღებას იმსახურებენ“[40]. ანიმაციური კინო ვითარდება, თანდათან მან გასართობი როლის გარდა სხვა დატვირთვაც მიიღო. იგი ესწრაფვის მწვავე პრობლემების გადმოცემას, ფილოსოფიის, პოლიტიკის, მორალის საკითხებთან დაახლოებას, რაც ზრდასრულ მაყურებელს გულისხმობს. თუმცა, ანიმაციის განსაკუთრებულ დარგად ისევ რჩება სურათი პატარებისათვის. მას XXI საუკუნეში უფრო რთული ამოცანების გადაწყვეტა შეუძლია, ვიდრე სწავლებაა. ახალი ტექნოლოგიების, 3D ანიმაციის პირობებში მას მიუწვდომელი პროცესების ვიზუალური მოდელირებისათვის იყენებენ. დღეისთვის ანიმაციას ფანტაზიის რეალიზაციისათვის უფრო მეტი საშუალება აქვს. კომპიუტერში შეიძლება შექმნა გარემო, ბუნება და მერე კამერით აამოძრაო. ნახატზე კი თუ რამე გინდა შეცვალო, ყველა ნახატი თავიდან უნდა შეასრულო. კომპიუტერში დახვეწისა და შეცვლის მეტი საშუალებებია. მაგალითად, თუკი გინდა დახატო ორი ფინჯანი, ფაიფურის და თიხის, ისინი ცალ – ცალკე უნდა დახატო, მაშინ როდესაც კომპიუტერში ერთ ფინჯანს დახატავ და შემდეგ ნებისმიერ ფაქტურას და ფერს მიანიჭებ.

ვარაუდობენ, რომ მომავალში მსახიობს კომპიუტერული კლონი, ორეული ჩაანაცვლებს. ამ მიმართულებით ძიებები აქტიურად მიმდინარეობს. ჩვენი თანამემამულე ვ. ხარიტონაშვილი, რომელიც ლოს–ანჟელესში მუშაობს და ამერიკაში ცნობილი კომპიუტრული გრაფიკის დიდოსტატია, თავის ინტერვიუში, განიხილავს რა კომპიუტერული გრაფიკის შესაძლებლობებს, ამბობს: „რეალურად რასაც მე ვაკეთებ, ის მსახიობს არ შეუძლია... ის ხომ ვერ იფრენს, არა? ან თუნდაც აფეთქებები, ნგრევა, სროლა... უფრო იაფია და შთამბეჭდავიც ამ ყველაფრის ვიზუალური ეფექტებით შექმნა, ვიდრე ტრიუკების ოსტატებთან ერთად“[41]. სამწუხარო რეალობაა, რომ კომპიუტერის განვითარებასთან ერთად ნახატი ანიმაცია თითქმის აღარაა, თანდათან ქრება. ახალი ტექნოლოგიები ისე შეიჭრა მხატვრულ კონემატოგრაფშიც, რომ მთელ რიგ ფილმებში ცოცხალი მსახიობის საჭიროება მალე აღარ იქნება. მაგალითად, ბოლო დროს გადაღებულ ფილმში „მწვანე ფარანი“ მთავარი პერსონაჟის მხოლოდ „სახეა“ ნამდვილი, სხეულის სხვა ნაწილები ვირტუალურადაა შექმნილი. ახლა უკვე ბევრჯერ გაიგონებ: „რა მაგარი გადაღებულია!“, „რა მაგრად გაკეთებული ფილმია!“ და მეტი არც არაფერი რჩება ასეთი „ძალიან მაგარი“ ფილმებიდან. ისინი მალევე ეძლევიან დავიწყებას.

კომპიუტერული ტექნოლოგიების მკვლევარმა მ. ნოლლმა, რომელიც თავიდან ახალ ტექნოლოგიებს დიდი ოპტიმიზმით უყურებდა, 1982 წელს თავისი შეხედულებები გადააფასა და კომპიუტერულ ტექნოლოგიებში გარკვეულწილად საშიშროებაც დაინახა. კატალოგში „კომპიუტერული გრაფიკის შემსწავლელი სპეციალური ჯგუფი“ წერდა: „კომპიუტერული

გამოსახულებები ხანდახან თითქოსდა სხვა გამომსახველობითი საშუალებების პაროდირებას ახდენენ. გეომეტრიული სტრუქტურების შემთხვევითი კომბინაციები ისეთ კონსტრუქციებს ქმნიან, რომლებიც მხოლოდ ინტერესს იწვევენ და მეტს არაფერს. რის გამოც ხშირად შთაბეჭდილებები ისეთი ძლიერი არ არის, რადგანაც ისინი ისე გამოიყურებიან, როგორც ექსპერიმენტები, რომელიც გამომსახველი საშუალებების ათვისებისას მიმდინარეობს“[42]. თანამედროვე რეჟისორების დიდი ნაწილის ყურადღება ვიზუალურ მხარეზე გადავიდა, ახალი ტექნოლოგიური საშუალებების გამოყენებამ ისინი მეტისმეტად გაიტაცა, რის გამოც შინაარსმა უკან გადაიწია. ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ანიმაციური ფილმებისათვის კომპიუტერით შექმნილი პერსონაჟები თითქოსდა ერთფეროვანი და ცარიელები არიან. დანამდვილებით შეიძლება ითქვას, რომ ხელით ნახატი ანიმაციური პერსონაჟები უფრო „ცოცხლები“, გასულიერებულები არიან, ვიდრე კომპიუტერით შექმნილი გმირები. „კომპიუტერული ტექნოლოგია ხშირად ვიზუალურ ხელოვნებას სასიცოცხლო ენერგიას ართმევს... კინოხელოვნების შედევრები არ იქმნება ტექნოლოგიური პროგრესის ხარჯზე, არამედ ნიჭიერი მწერლების და სცენარისტების ფანტაზიით და იმ მსახიობებისგან, რომლებიც თავისი ოსტატობით ბრწყინვალე, დაუვიწყარ სახეებს ქმნიან“[43].

დისნეი მსოფლიო ანიმაციური ფილმების ისტორიაში უდიდესი რეჟისორი იყო, მაგრამ მისი სტუდიის დღევანდელი სერიალები მხატვრული ღირებულებებით რადიკალურად განსხვავებული, სხვა ტექნოლოგიებით შესრულებული კონვეირულ– კომერციული მულტფილმებია. „ჩამოყალიბდა ახალი, კომპიუტერული გრაფიკულ–ანიმაციური კულტურა, რომელიც ეროვნული მხატვრული კულტურის პარალელურად ვითარდება, მდგრადი ტექნოგენურობა და ტექნოლოგიური პრიორიტეტი მის მთავარ განმასხვავებელ ნიშან–თვისებას წარმოადგენს. ასეთი ტექნოლოგიის ნაყოფი შორსაა ეროვნულობისა და მხატვრული სტილისტიკისაგან“[44].

თანამედროვე ანიმაციურ ფილმებში გაჩნდნენ ერთფეროვანი პერსონაჟები, შინაარსი მარტივია და ხშირად მხოლოდ მოკლე ტექსტურ შეტყობინებას წარმოადგენს. რაც შეეხება ვიზუალს, იგი გამოირჩევა სწრაფი ტემპო–რიტმით, მკვეთრი ფერებით და პრიმიტიული, მაგრამ ეფექტური გახმოვანებით. ანიმაციური ფილმების პერსონაჟები ძირითადად არაამქვეყნიური არსებები: მუტანტები და მონსტრებია. საქართველოს ტელემაუწყებლობა, საზოგადოებრივი მაუწყებელიც და კომერციული არხებიც, გაჯერებულია ამგვარი მულტფილმებით. ბუნებრივია, როდესაც ასეთ ესთეტიკას და რიტმს ეჩვევა, ბავშვისთვის ქართული კლასიკური მულტფილმები მოსაწყენი და ძნელად აღსაქმელი ხდება. „ქართველი რეჟისორები მულტიპლიკაციური ფილმის

შექმნისას ყოველთვის ცდილობდნენ, რომ ფილმი ყოფილიყო საინტერესო არა მხოლოდ ფორმისა და გამომსახველობითი თვალსაზრისით, არამედ მასში ჩაედოთ ღრმა აზრი და გრძნობა... ეს ფილმები ხელს უწყობდნენ მაყურებელში ზნეობრივი ნორმების ჩამოყალიბებას. აქ ყოველთვის სიკეთე იმარჯვებდა ბოროტებაზე. სწორედ ეს თვისებები განაპირობებდა ქართული ანიმაციისადმი მაყურებლის დიდ სიყვარულსა და სიმპატიას“[45]. სამწუხაროდ, ჩვენი ტელეარხებით გადაცემული ანიმაციური ფილმების დიდი ნაწილი უგემოვნო, აგრესიულ, საშინელებათა ფილმებს წარმოადგენენ. ცხადია, ასეთი ტელეპროდუქცია მომავალი თაობის ცნობიერებაზე გარკვეულ კვალს ტოვებს, მაგრამ, როგორც ჩანს, მის სავალალო შედეგებზე არავინ ფიქრობს.

კანის ტელევიზიის პროგრამების საერთაშორისო ბაზრობაზე საბავშვო ფილმების კატალოგი ყოველწლიურად იზრდება. აშშ–ში უოლტ დისნის კომპანიის ეგიდით 1983 წლიდან ტელევიზიის კაბელიანი ქსელებისათვის 12–საათიანი ყოველდღიური საბავშვო პროგრამა შეიქმნა. 1984 წელს ლონდონში ანალოგიური პროექტი მომზადდა, სახელწოდებით „ჯეკი ყუთიდან“. საფრანგეთში კი შეიქმნა მსგავსი პროექტი „სატელევიზიო სამოთხე“, რომელიც 15 წლამდე ბავშვების პრობლემებზეა ორიენტირებული. ჰოლივუდი ბავშვებს ერთმანეთის მსგავს, უმაღლესი ტექნოლოგიებით შესრულებულ პრიმიტიული ფაბულის ფილმებს სთავაზობს, სადაც მრავლადაა უცხოპლანეტელები, მონსტრები, ურჩხულები, ზღაპრული პერსონაჟები, რომლებიც ფეხით სრესენ მრავალსართულიან შენობებს, კლავენ ადამიანებს, ფანჯრებიდან ისვრიან და ა.შ. სამწუხაროდ, ასეთი პროდუქციით სავსეა ქართული მაუწყებლობაც, რაც მოქმედებს მოზარდების ჩამოყალებებაზე: მათ ცნობიერებაში ღრმად ილექება მონსტრების, ურჩხულების და სხვა გამოგონილი პერსონაჟების სახეები, რაც შემდგომში უამრავ უარყოფით შედეგს იწვევს.

ამერიკული ცხოვრების წესის ნორმებისა და ღირებულებების პროპაგანდაში განსაკუთრებით გაითქვა სახელი სტივენ სპილბერგმა. 1983 წელს, შვეიცარიაში, ცენზურამ ტელევიზიასა და საბავშვო კინოთეატრებში მისი გახმაურებული ფილმის „ე.ტ.“ ჩვენება აკრძალა. 1986 წელს გაზეთ „ჰერალდ ტრიბუნში“ წერდნენ: „დღეს დასავლეთ ევროპული ხელოვნების სულ უფრო და უფრო მეტი მოღვაწე მიდის იმ დასკვნამდე, რომ საჭიროა წინ აღვუდგეთ ამერიკული მასობრივი კულტურის შემოტევას. ეს ბრძოლა განსაკუთრებით მწვავე ხასიათს იძენს კინოსა და ტელევიზიის სფეროში, რომელიც აშშ–ის „სულიერი პროდუქციის“ გავრცელების მთავარ არხად იქცა“[46]. დღეისათვის ამგვარი გავლენების შეკავება მეტად რთულია, ვინაიდან თანამგზავრული კომუნიკაციით ეს ტელეპროდუქცია თითქმის მთელ მსოფლიოს

მიეწოდება. ჰოლივუდის სცენარისტი ჟ. გოლდმანი წერს: „ამერიკული ფილმები, შესაძლოა, სულმოუთქმელად საყურებელ გასართობს წარმოადგენენ, მაგრამ არსებითად იგივე მარტივი კომიქსებია. ისინი მოგვითხრობენ არა რეალურ ცხოვრებაზე, რომელსაც ვიცნობთ, არამედ გადავყავართ ილუზიურ სამყაროში, როგორსაც გვინდა ვხედავდეთ... ჰოლივუდი ნაკლებად ესწრაფვის შემოქმედებით ძიებას, რაც ესოდენ დამახასიათებელია ევროპული კინოსთვის, კერძოდ, რეალისტური კინემატოგრაფის სფეროში“[47]. ეს ხელს არ უშლის იმას, რომ მთელი მსოფლიოს ტელემაუწყებლობა ამერიკული პროდუქციითაა შევსებული. გამონაკლისი არც საქართველოა.

დღეისათვის არც კინოფანტასტიკაა ხელმიუწვდომელი საქართველოს მოზარდებისთვის. კინოფანტასტიკა კინოს განვითარების ადრეულ პერიოდშივე შეიქმნა, პირველი ვინც კინემატოგრაფი ტრიუკებით ბევრად უფრო მიმზიდველი გახადა, ჟ. მელიესი იყო („მოგზაურობა მთვარეზე“, „80 ათასი კილომეტრი წყალქვეშ“ და ბევრი სხვა). კინოფანტასტიკა იგივე სათავგადასავლო ფილმია, ოღონდ ტექნიკური ელემენტებით გაჯერებული: „ნამდვილი რევოლუცია ფანტასტიკურ კინოში განხორციელდა არა სხვადასხვა თემატური ან ჟანრული ნოვაციების, არამედ, პირველ რიგში, სტენლი კუბრიკის „კოსმოსური ოდისეას“ (1962), შემდეგ კი სტივენ სპილბერგისა და ჯორჯ ლუკასის ფილმების ფილოსოფიური ესთეტიკური სიახლით“[48]. ამ ჟანრში განსაკუთრებით აღსანიშნავია რეჟისორ ჯ. ლუკასის კოსმოსური ტრილოგიის მიხედვით შექმნილი „ვარსკვლავური ომები“ და „იმპერიის საპასუხო დარტყმა“. ეს ფილმები გასული საუკუნის 70– 80–იან წლებში ყველაზე მომგებიანი იყო. შეუძლებელია არ აღინიშნოს ამ ჟანრის ის ფილმები, რომლებიც მსოფლიო კინო და ტელეეკრანებს ამშვენებს: ს.სპილბერგისა და ჯ.ლუკასის ერთობლივი ნამუშევრები: „დაკარგული კიდობანის ძიებაში“ (1981), „ინდიანა ჯონსი და ბედის ტაძარი“ (1984), „ინდიანა ჯონსი და უკანასკნელი ჯვაროსნული ლაშქრობა“ (1989), ინგლისელი რეჟისორის მ. ანდერსენის „ათასწლეული“ (1989).

ამ მიმართულებით ქართველ რეჟისორებს დიდი ინტერესი არ გამოუმჟღავნებიათ. რაც შეეხება კომიქსებს, მას საფუძველი XIX საუკუნის ბოლოს ჩაეყარა. დასაწყისში ეს იყო პრიმიტიული ლიტერატურის სახეობა, რომელიც აშშ–ში გაჩნდა გაზეთებში ნახატებისა და სურათების სახით, მინაწერებით, რომელიც შემდგომში სერიულ მოთხრობებად გადაიქცა. საბავშვო კომიქსების შინაარსი და თემატიკა უსაზღვროა: სათავგადასავლო თუ ისტორიული თემები, „ზეინტელექტუალური განსჯა“ ფილოსოფიასა და ხელოვნებაზე. თუმცა, ევროპასა და ამერიკაში კომიქსები ძირითადად „თინეიჯერებზეა“ ორიენტირებული. საგულისხმოა, აგრეთვე, რომ ყველაზე მეტი კრებულები, რომელსაც ტრადიციული გამომცემლები გამოსცემენ,

უმთავრესად ბავშვებისა და ოჯახისათვისაა განსაზღვრული. „კომიქსებში, როგორც პოლიტიკაში, ქვეყანა ინარჩუნებს თავის განსაკუთრებულობას... კომიქსები 1970 წლებში სერიოზული დისკუსიის საგანი გახდა კულტუროლოგებისათვის. ევროპელი ინტელექტუალები უფრო და უფრო ბევრს ფიქრობდნენ ევროპულ ან ამერიკულ ნამუშევრებზე და თავად ამ ჟანრზე, როგორც „მეცხრე ხელოვნებაზე“, ისე დაიწყეს ლაპარაკი (ცოტა უფრო ადრე ხელოვნების სიაში ჩართეს კინო და ტელევიზია)“[49].

იმ პერიოდისათვის პროფესიონალები, მკვლევარები მსჯელობდნენ „მაღალ კულტურაზე“, რომლის შემადგენლობაში შედიოდა პროფესიული მხატვრობა, კლასიკური მუსიკა, ოპერა, ლიტერატურა, თუმცა მათ აღარ შეეძლოთ, ანგარიში არ გაეწიათ „დაბალი კულტურისათვის“, რასაც მიეკუთვნებოდა კინოხელოვნება, ტელევიზია და, რასაკვირველია, კომიქსებიც. ფრანგი ფილოსოფოსი რ. ბარტი წერდა: „კულტურა მოიცავს ყველაფერს, ხოლო მისი დაყოფა „მაღალ“ და „დაბალ“ საფეხურად დიდი ხანია უნდა უარვყოთ“[50]. ამის მაგალითად გამოდგება თუნდაც ის ფაქტი, რომ გენიალური რეჟისორი ფ. ფელინი თავად მონაწილეობდა კომიქსების შემსწავლელი ავტორიტეტული ინსტიტუტის – გრაფიკული ხელოვნების შემსწავლელი ცენტრის დაარსებაში. იგი მონაწილეობდა ისეთი კომიქსების ალბომების შექმნაში, როგორიცაა „მოგზაურობა ტულუმში“ (1989). „ეს კინოა ქაღალდზე და არა კომპრომისი ლიტერატურასა და ფერწერას შორის. უფრო სწორად, ეს ერთგვარი სრულყოფილი კავშირია სიტყვებსა და ნახატებს შორის, რომელიც თავის საუკეთესო ნიმუშებით საინტერესოა, გხიბლავს და ნებისმიერ მასობრივ–კომუნიკაციურ საშუალებას თავისი გამოხატულებით ტოლს არ უდებს“[51].

თავისი განვითარების შემდეგ ეტაპზე კომიქსებმა ეკრანზეც გადაინაცვლა. აშშ–სა და ევროპის მთელ რიგ ქვეყნებში კომიქსების ფესტივალები, გამოფენა–გაყიდვები და ფილმების ჩვენებები იმართება, რომლებსაც ასიათასობით ადამიანი ესწრება. საქართველოში ამ მიმართულებით დაინტერესება ნაკლებია. „ნახატებით თხრობის კულტურა საქართველოში არ განვითარებულა და დღეს სულ რამდენიმე ნიმუშის გახსენება თუ შეგვიძლია: „ბოცოსა და გვანცას თავგადასავლები“ და „ბოლოკა და ყვინჩილა“[52]. 2011 წელს გოეთეს ინსტიტუტში ექსპოზიცია მოეწყო. გამოფენის კურატორმა მ. შნაიდერმა პროექტის ფარგლებში გერმანული კომიქსების ორი თაობის ნამუშევრები ჩამოიტანა. ჩამოვიდა ცნობილი კომიქსების მხატვარი ს. ჰომერი. მან სამხატვრო აკადემიის სტუდენტებს და კომიქსებით დაინტერესებულ აუდიტორიას ე.წ. „უორქშოფი“ ჩაუტარა.

რაც შეეხება კომიქსების ქართულ საეკრანო ვარიანტს, მხოლოდ „სამსონაძეების ოჯახმა“ მოიპოვა პოპულარობა, თუმცა ისიც ცოტა ხნით. „სამსონაძეების ოჯახი“ „სიმფსონების“ ანალოგია. ქართული ვარიანტის პერსონაჟებში, ამერიკულისგან განსხვავებით, არ გამოიკვეთა ტიპური ქართული ბუნება და ხასიათები. შექმნილი სიტუაციებიც სრულფასოვნად ვერ გადმოქართულდა, რის გამოც ხშირად გმირების იუმორი უკბილო ხუმრობას უფრო ჰგავდა. და, საერთოდაც, პრაქტიკულად, სამსონაძეები სულ სხვა ფასეულობებს ნერგავდნენ, ვიდრე ჩვენი მაყურებლისთვის იყო საჭირო. ჯერჯერობით საქართველოში ამ ჟანრში სერიოზული პროექტი არ გაკეთებულა, ეს ალბათ მომავლის საქმეა.

საბავშვო ვიდეორგოლების ფორმატებში ახალი ტექნიკური საშუალებები ყველაზე ჭარბად გამოიყენება და, რაც მთავარია, საქართველოში საბავშვო კლიპები ძალიან პოპულარულია. ქართულ საბავშვო მუსიკალურ ვიდეორგოლებში რეჟისორები ხშირად იყენებენ 2D და 3D ანიმაციასა და ციფრულ ხატვას. 2D ანიმაცია დისნის მსგავსი გამოსახულების მისაღებად გამოიყენება. ეს პაკეტი ძირითადად ხელით დახატული გამოსახულებების სკანირებასა და მათი ვექტორულ ფორმატში გადაყვანის, გაფერადების საშუალებას იძლევა. ეს პრინციპები გამოიყენა რეჟ. ნ. ბეგიაშვილმა „ტელევეზირში“. რაც შეეხება 3D ანიმაციას, იგი ვირტუალური სტუდიებისა და ლანდშაფტების შესაქმნელად იდეალური საშუალებაა, რაც საქართველოში რეჟისორმა დ. დოიაშვილმა გამოიყენა საბავშვო ვიდეოკლიპში „ჯეირანში“.

დღევანდელ კომპიუტერულ სამონტაჟოს 1000–მდე სპეციფექტი აქვს. მათი მეშვეობით შესაძლებელია კადრის გადაფურცვლა, დაშლა, აწყობა, წრიული ტრიალი და სხვ. კომპიუტერული გრაფიკის საშუალებით არარსებული ფორმების შექმნაცაა შესაძლებელი. სამონტაჟო პულტზე შესაძლებელია ეფექტების ერთიან ქსოვილად ქცევა. დღეისათვის გამოიყენება სამონტაჟო პაკეტები კრებულიდან; სამონტაჟო ხაზზე მიმდინარეობს მონაკვეთის გადატანა და სამონტაჟო გადაბმები, ან გადასვლები. დღეისთვის კომპიუტერზე ძირითადად ასეთი პრინციპით მიმდინარეობს ვიდეორგოლის სიუჟეტის აწყობა, რის შემდეგაც ხდება მასზე სხვადახვა ვიზუალური ეფექტის დადება და ხმოვანი რიგის ფორმირება: გახმოვანება, მუსიკისა და ხმების ფონად დადება. აგრეთვე, შესაძლებელია მუსიკის შიდაკადრულად დამონტაჟება, ფონოგრამების დასუფთავება და პარტიტურის ყველა კომპონენტის სინთეზი.

ახალი კომპიუტერული სამონტაჟოები საშუალებას გვაძლევს გარდაიქმნას ბგერა, ტემბრი, ხმის სიმაღლე, ხმის მიახლოება და დაშორება. შესაძლებელია სხვადასხვა ელემენტებისგან შეიქმნას ხმის „მხატვრული“ სახე. მაგალითად, „ტელეზღაპრებში“, როდესაც უკვდავების წყლის გამოსახულებას რეალური წყლის ხმა დაადეს, განსაკუთრებული ხმოვანება

ვერ მიიღეს, მაგრამ საკმარისი აღმოჩნდა ეს ხმა შეენელებინათ და მისთვის დაემატებინათ ქარისა და მონოტონური ჩაქუჩის დარტყმები, რომ უჩვეულოდ ზღაპრული საიდუმლოებით მოცული ხმოვანება მიეღოთ. ხმის რეჟისორები წარმოუდგენელ ეფექტებს ქმნიან, ხმოვანი სტრუქტურების მხატვრული შესაძლებელობები განსაკუთრებით გაიზარდა ციფრული მონტაჟის სისტემებზე, რომლებიც საშუალებას იძლევიან შეიქმნას რთული პოლიფონიური სტრუქტურები. ამავდროულად, ეს სისტემები უზრუნველყოფენ ბგერის გამჭირვალობას და ჟღერადობის უმაღლეს ხარისხს. სამწუხაროდ მიუხედავად, ასეთი უსაზღვრო ტექნიკური შესაძლებლობების საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის პროდუქციის მხატვრული ასპექტები კრიტიკულ განსჯასაც არ ექვემდებარება.

დღეისათვის ქვეყანაში უკვე ფუნქციონერებს საბაშვო არხი „ენკი–ბენკი“, თუმცა, მისი პროდუქცია ნამდვილად არ დგას თანამედროვე საბაზრო მოთხოვნების დონეზე. მასში არაა განსაზღვრული სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფების ინტერესები, არაა გამოკვეთილი მისი ინდივიდუალობა, სახე; არაა ორიენტირებული ეროვნულ ფასეულობებსა და ტრადიციებზე. არხზე თითო–ოროლა ორიგინალური გადაცემაა, ძირითადად კი უცხოური პროექტებია და თითოეული მათგანი სულ მცირე 7–ჯერ მაინც მეორდება. გამეორება საბავშვო გადაცემებისათვის მიღებულია და აუცილებელია, თუმცა, არხი მხოლოდ გამეორებების ხარჯზე არ უნდა ფუნქციონირებდეს. იმედს ვიტოვებთ, რომ საქართველოშიც აუცილებლად გაჩნდება კონკურენტუნარიანი და წარმატებული საბავშვო არხი, რომელიც საქართველოს საბავშვო აუდიტორიის მრავალმხრივ ინტერესს დააკმაყოფილებს.

მაგალითისათვის შეიძლება მოყვანა მსოფლიოში ყველაზე წარმატებული საბავშვო არხისა – „დისნი ჩენელისა“, რომლის წარმატების მიზეზები თავად ბრენდშია გათვალისწინებული და აქცენტებიც შემდეგ დაპირებებზეა გაკეთებული: „1. დისნის სახელი და ისტორია მაღალ ხარისხს ნიშნავს. ჩართეთ ეს არხი და ხარისხი თქვენს ბინაშიც შემოვა; 2. დისნი ბავშვები და ოჯახია. დისნი აჩვენებს პროგრამებს ოჯახის ყველა წევრისთვის. ბავშვების გარდა, დისნი გართობას დიდებსაც სთავაზობს; 3. დისნი აწმყოა. დისნი ყოველდღიური გართობაა მთელი ოჯახისათვის, იქნება ეს მულტფილმები, რომლებიც არ ძველდება, თუ განსაკუთრებული მოვლენები, რომლებიც დღეს ხდება; 4. დისნი მრავალფეროვნებაა, ბევრი სხვადასხვა ინტერესია ოჯახში. დისნი ოჯახის თითოეული წევრის სურვილს ასრულებს და, ამავე დროს, დისნი არის ის, რაც ყველასთვის საერთოა; 5. დისნი აქტიურობაა. იგი დარწმუნებულია, რომ ოჯახს უფრო მეტი საერთო უნდა ჰქონდეს, ტელევიზორის გარდა. დისნი ოჯახის წევრებს ეთერში ან მის გარეთ რაიმეს გაკეთებას სთავაზობს. დისნი ცდილობს იყოს არა

მარტო პასიური გართობის წყარო, არამედ, მაყურებლის ცხოვრების უფრო აქტიური ნაწილი. 6. დისნი ოჯახის გამამთლიანებელია. დისნი ცდილობს, გააძლიეროს ოჯახური ურთიერთობები. ის დარწმუნებულია, რომ ბავშვები და მშობლები ერთად უნდა გაერთონ“[53]. ახალ ტექნოლოგიებში უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ბრენდს, სახელს. დღეს უკვე გამოკვლეულია მისი სტრუქტურა და ის ასპექტები, რომელსაც ბრენდი უნდა მოიცავდეს. დღევანდელი ტელეპროდუქციის შექმნა ამ ფაქტორის გათვალისწინების გარეშე წამგებიანი და წარმოუდგენელია. ბრენდი, იდეალური სახელი, დადებით ემოციებს უნდა ატარებდეს, პროდუქტის ძირითადი მახასიათებლის არსს უნდა გამოხატავდეს, იყოს კეთილხმოვანი, ადვილად წარმოსათქმელი და დასამახსოვრებელი. ბრენდის სხვა კომპონენტებია აუდიოვიზუალური მხარე და სლოგანი. აუდიოვიზუალური მხარე გრაფიკული სიმბოლიკით, შრიფტების კრებულით, საფირმო ფერით და მუსიკით უნდა ყალიბდებოდეს. ლოგოტიპი გრაფიკული სიმბოლიკის მთავარი ელემენტია და იოლად მარკირების საშუალებას უნდა იძლეოდეს. ლოგოტიპი შეიძლება იყოს სიტყვიერი, გამომსახველობითი და კომბინირებული. ლოგოტიპი რაიმე აბსტრაქტული ან კონკრეტული საგნის გამოსახულებას წარმოადგენს. და კიდევ ერთი აუცილებელი კომპონენტი – სლოგანი, რომელიც რაც შეიძლება ლაკონური, გასაგები და ემოციურად დატვირთული უნდა იყოს. ყურადღება უნდა მიექცეს სლოგანის ხმოვანებასა და მის გრაფიკულ გამოსახულებასაც. იგი ბრენდის წარმოჩენას აადვილებს, საშუალებას იძლევა მაყურებელს კომპანიის მთავარი დაპირება მეხსიერებაში ჩაუბეჭდოს.

საქართველოს ერთადერთი საბავშვი არხი „ენკი–ბენკი“ ზემოთ ჩამოთვლილ კრიტერიუმებს ვერ აკმაყოფილებს, მაგრამ მოვა დრო და ალბათ საქართველოშიც შეიქმნება „დისნი ჩენელის“ მსგავსი ძლიერი, თანამედროვე სტანდარტებით აღჭურვილი ეროვნული მოტივაციის მატარებელი საბავშვო არხი, რომლის სახელი იქნება წარმატებული და მისაბაძი ბრენდი, მიზნობრივად გამოიყენებს ახალ ტექნოლოგიებს, შექმნის ისეთ ტელეპროდუქტს, რომელიც გლობალიზაციის რთულ პროცესებში მომავალ თაობებს ხელს შეუწყობს ეროვნული ფასეულობების, ტრადიციებისა და თვითმყოფადობის შენარჩუნებაში.

&4. გლობალიზაცია და ეროვნული იდენტობა

„დღეს მრავალი ფილოსოფოსი, სოციოლოგი, ისტორიკოსი თუ პოლიტიკოსი ემხრობა იმ აზრს, რომ თანამედროვე კაცობრიობა „ციფრულ საუკუნეში“ გადის „პოსტინდუსტრიული

საზოგადოების“ ფაზას. ვარაუდობენ, რომ ახალ საზოგადოებაში უმთავრესი მნიშვნელობა „საინფორმაციო გამდიდრებას“ მიენიჭება. საინფორმაციო გამოყენებითი ტექნოლოგიები წარმოადგენენ უმთავრეს ფაქტორს, რომელიც ზეგავლენას მოახდენს XXI საუკუნის საზოგადოების ფორმირებაზე – ნათქვამია საინფორმაციო საზოგადოების ოკინავას ქარტიაში, რომელიც 2002 წლის 22 ივნისს, G8–ის ქვეყნის ლიდერებმა მიიღეს“ [54].

ამ მიმართებით ტელევიზია უდავოდ კომუნიკაციის ერთ–ერთი უძლიერესი საშუალებაა. მომხმარებლისთვის უკვე ხელმისაწვდომია მსოფლიოს ნებისმიერი არხის მიღება, მაგრამ წონასწორობას არღვევს აშშ–ის აქტიური შეჭრა აუდიოვიზუალურ სისტემაში. ნაშრომში „ტელევიზია“ მკვლევარი რ. პატერსონი წერს: „ამ პრობლემას ორი ასპექტი აქვს: პირველი ეკონომიკური, მეორე – საფრთხე, რომელიც ამ შემთხვევაში აღმოცენდა, ევროპული ქვეყნების ნაციონალურ კულტურაზე აშშ–ის ზეგავლენაა“[55]. სტატისტიკით ცნობილია, რომ მსოფლიოს არც ერთ ქვეყანაში არ არის ტელევიზია გადაქცეული „ფულის ამოქაჩვის“ ისეთ მძლავრ იარაღად, როგორიც აშშ–შია. ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 80–იანი წლების დასაწყისში „ინტელსატის“ გენერალური დირექტორის ადმინისტრაციული თანაშემწე ჯ. ნ. პელტინი მიუთითებდა: „ჩვენ ვცდილობთ გავაფართოვოთ ჩვენი ტექნიკური ბაზა და დავდოთ რაც შეიძლება მეტი კონტაქტი სხვა ქვეყნებთან სამშენებლო– სამონტაჟო სამუშაოების შესასრულებლად. ჩვენი მიზანია შევქმნათ კავშირგაბმულობის ეკონომიკურად ეფექტიანი გლობალური სისტემა... სულ უფრო მეტ არაამერიკელ მენარდეს მივიზიდავთ, რომლებიც შემლებენ საჭირო სამუშაოების შესრულებას გაცილებით იაფად“[56].

ამერიკულ კინო და ტელეპროდუქციას მილიონობით აუდიტორია ჰყავს. ყოველწლიურად ჰოლივუდი უამრავ მხატვრულ და ანიმაციურ ფილმს აწარმოებს. მსოფლიოს თითქმის ყველა არხი სამაუწყებლო ბადეს ამ პროდუქტით ავსებს. ცნობილი ამერიკული ტელეპროექტები ასევე წარმატებით ავსებენ საეთერო დროს, ანდაც თავისი ანალოგებით ანაცვლებენ ეროვნულ ტელეპროდუქციას. საქართველოს საბავშვო მაუწყებლობაში რეალურად ასეთი სურათია: ტელეკომპანია „რუსთავი 2“–ზე სამი საბავშვო გადაცემაა: „საბავშვო ამბები“, „ეკივოკი“, „ყველაზე ნიჭიერი“ – სამივე ამერიკული პროექტების ანალოგით მზადდება. ტელეკომპანია „იმედზე“ საბავშვო პროექტი „თავდაყირა“ ყოველ კვირას გადის. მას პირველი არხიდან წასული „ბასტი–ბუბუელები“ ამზადებენ. პრაქტულად პროექტი ისევ კომერციულია და შემეცნებითი და საგანმანათლებლო მასში არაფერია. ტელეკომპანია „მზეზე“ დღეისათვის არც ერთი საბავშვო გადაცემა არ მზადდება. ტელკომპანია „ახალი არხი“ ახლახან ამოქმედდა და სასიხარულოა, რომ მისმა ხელმძღვანელობამ მშვენიერი საბავშვო გადაცემა „გონიერი“

მოამზადა, რომელიც საქართველოს გამომგონებელ ბავშვებს ეძღვნება და კვირაში ერთხელ, სტაბილურ დროს ზის მათ სამაუწყებლო ბადეში.

ეს გადაცემა (ქრონომერტაჟი – 15 წთ) თანამედროვე ფორმატითაა გადაწყვეტილი, კარგად არის გამოყენებული ახალი ტექნოლოგიები და, რაც მთავარია, ეს საგანმანათლებლო გადაცემა პროპაგანდას უწევს იმ ბავშვებს, რომლებმაც თავისი გამოგონებით სხვადასხვა დარგში გარკვეულ შედეგებს მიაღწიეს, რაც საწინდარი გახდა მათი ეკონომიკური და მორალური წარმატებისა. გამარჯვებულებს დედაქალაქის მერია საკმაოდ სოლიდური თანხით, მინიმუმ 5000 ლარით აჯილდოებს. როდესაც ტელევიზია ასეთ ბავშვებს წარმოაჩენს და მათ პოპულარიზაციას უწევს, ამით გარკვეულწილად ხელს უწყობს მოზარდებში იმ აზრის დამკვიდრებას, რომ პოპულარული და წარმატებული შესაძლებელია გახდე შენი სწავლით, განათლებით და იმ გამოგონებით, რომელიც ქვეყანასაც სასიკეთოდ გამოადგება.

სწორედ ამ მიმართულებით უნდა წარიმართოს საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის სტრატეგია. ტელეკომპანია „ერთსულოვნება“–ზე მხოლოდ ორი გადაცემაა ყველაზე პატარებისა „ძილი ნებისა“ და მოზარდებისთვის „უკეთ გავიცნოთ ჩვენი შვილები“, ცხადია, ეს სპეციფიკური არხია და მართლმადიდებლურ მიზნებს ემსახურება და ახორციელებს, თუმცა ფორმატის თვალსაზრისით ზემოაღნიშნული პროექტები XXI საუკუნის ტელეფორმატებად ვერ ჩაითვლება, რის გამოც მთელ ტელესივრცეში ანაქრონიზმად გამოიყურება და, შესაბამისად, ნაკლებ საინტერესოა ბავშვებისა და მოზარდებისთვის. ეს გადაცემები უფრო მშობლების დასამოძღვრად თუ გამოდგება.

რაც შეეხება საზოგადოებრივ მაუწყებელს, აქ მხოლოდ ზემოთგანხილული „პეპეს ზღაპარი“ გადის, რომელიც არც ამერიკული ტელეპროექტის მიხედვითაა გაკეთებული და არც ეროვნულ ტელეპროდუქციად შეიძლება ჩაითვალოს. მრავალი უცხოური მულტფილმი და საბავშვო სერიალები უკვე ცალკე საკითხია, რადგანაც ამ პროდუქტით ყველა არხი ჭარბად სარგებლობს. თითქმის ყველგან ერთი და იგივე მულტფილმები ტრიალებს: „რიპლი“, „მაუგლი“, „მეხანძრე ძაღლები“, „კლიფორდი“, „პრინცესა შეჰერაზადა“, „ალისა საოცრებათა სამყაროში“ და სხვ. საბავშვო სერიალები: „ოდისეა“, „პატარა დიდი ბობი“, „დაკარგული ქვეყანა“, „გვერდიგვერდ“, „წაღმა–უკუღმა“, „ფიფქია“, „სამყაროს შექმნა“, „ჯეკი და ლობიოს ხე“. „მერლინი“, „არაბული ღამეები“, „ 20 ათასი ლიე წყალქვეშ“ და სხვ.

ცხადია, ასეთი დოზით მოწოდებული ჰოლივუდური პროდუქცია „აპიარებს“ ამერიკულ იდეალებს, რაც განსაკუთრებით მიმზიდველია სწორედაც მოზარდებში. „ყოველთვის მუშაობს ამერიკული ოცნება, იდეა, რომლითაც დღესაც ცხოვრობს ამერიკა და მთელ მსოფლიოში მის

პოპულარიზაციას ეწევა – ყოველი ადამიანი, რა წარმომავლობისაც არ უნდა იყოს, შესაძლებელია წარმატებული გახდეს ამერიკულ მეწარმეობრივ წიაღში. ამ იდეის გარშემო აღმოცენდა ამერიკული კულტურა და ამერიკული კინემატოგრაფი, სადაც მთავარია ისტორია იმის შესახებ, რომ ინდივიდს ცხოვრებაში შეუძლია მიზანს მიაღწიოს. ამიტომაც, რასაკვირველია, ასეთი სახის ფილმები, თავისი ბედნიერი დასასრულებით, მსოფლიოს ყველა ხალხს მოსწონს“[57].

ცნობილია, რომ 1910 წელს ბრიტანულ კინოგაქირავებაში დომინირებდნენ ამერიკული ფილმები, ცხადია, პარალელურად ბრიტანული ფილმებიც არსებობდა, მაგრამ საზოგადოების დიდი ნაწილი უპირატესობას ამერიკულ ფილმებს ანიჭებდა. კულტუროლოგებისთვის ეს ნაციონალური კულტურის კრიზისის ნიშანი იყო. ქვეყანაში გაჩნდა რეალური საფრთხე, რომ მალე „ყველაფერ ბრიტანულს“ ამერიკული ჩაანაცვლებდა. დღეს უკვე ბევრი ქვეყანაა ამ საშიშროების წინაშე. ახალი ტექნოლოგიების შემდგომი განვითარება მედიაპროდუქციას საშუალებას მისცემს უფრო თავისუფლად გადალახოს ნაციონალური საზღვრები, რაც განაპირობებს ნაციონალური იდენტობის უპერსპექტივობას. მიუხედავად იმისა, რომ მთელ რიგ ქვეყნებში კონსერვატორები მიისწრაფიან შეინახონ ნაციის კონსერვატული თვისებები, რეალობაში ნაცია ვერ გაექცევა იმას, რასაც კულტურის, პოლიტიკისა და ეკონომიკის გლობალიზაცია ჰქვია. ეს რთული თემაა და სცილდება ჩვენი თემისა და კომპეტენციის ფარგლებს. ამჯერად ჩვენი მიზანია გავაანალიზოთ თუ რა როლს თამაშობს მედია ამ პროცესებში და რა განსაზღვრავს იდენტობას? მკვლევარები – ლ. იაკობიშვილი და ზ. ფირალიშვილი, ნაშრომში „წერილები ქართულ იდენტობაზე“ აღნიშნავენ: „ქართული იდენტობა არასოდეს დაიყვანება და, მით უმეტეს დღეს, არ დაიყვანება სისხლის გენეტიკურ „სისუფთავეზე“... იდენტობას ძირითადად კულტურა განსაზღვრავს, მკვლევარები უკვე თანხმდებიან ამაზე“ [58]

როგორც სპეციალისტებისთვისაა ცნობილი, იდენტობა შემდეგ სფეროებს მოიცავს: მითოლოგია, ტერიტორია, ენა, ისტორია, ანბანი, რელიგია, მხატვრული შემოქმედების სპეციფიკა, მხატვრული აზროვნება, მეცნიერული აზროვნება, საავტორო შემოქმედებასთან იდენტობა, არტისტული ღირებულებების იდენტობა. როგორც ირკვევა, ქართული იდენტობისთვის დამახასიათებელი ერთ–ერთი მთავარი ნიშანია ხალხური სიმღერა და ცეკვა. ქართული მუსიკალური კულტურის თვითმყოფადობა აღიარებული ფაქტია. მუსიკათმცოდნე რ. წურწუმია ნაშრომში „მეოცე საუკუნის ქართული მუსიკა“ წერს: „ქართული მუსიკალური კულტურა, როგორც ეროვნული კულტურის განუყოფელი ნაწილი, ყალიბდებოდა ჯერ

ქართველური ტომების, შემდეგ კი ქართული ერის ისტორიაში, მის ყოფასა და სულიერ ცხოვრებაში მიმდინარე პროცესების შედეგად, ასახავდა მათი აზროვნებისა და მხატვრული წარმოდგენების სამყაროს თავისებურებებს და, ამდენად, ეროვნული კულტურის ყველა უმთავრესი ნიშნითაა აღბეჭდილი“[59]. ცნობილია, რომ როდესაც საქართველო თავს წარუდგენს მსოფლიოს, უპირველესად ხალხურ შემოქმედებას უჩვენებს (სიმღერასა და ქორეოგრაფიას). არანაირი მაღალი დონის სამთავრობო, სპორტული თუ სხვა ღონისძიება ფოლკლორის გარეშე არ ტარდება. თუ რა დიდი დატვირთვა აქვს ფოლკლორულ ნიმუშებს, ამაზე ანსამბლ „ერისიონის“ ცნობილი კლიპის წარმატებაც მეტყველებს, რომელმაც უცხოური აუდიტორია დააინტერესა და საუკეთესო მხრით უჩვენა ჩვენი ქვეყანა. სამწუხაროდ, დღეს საქართველოს ტელეარხები ფოლკლორის ნიმუშებს, მომღერლებსა და შემოქმედებით ჯგუფებს მხოლოდ იმ შემთხვევაში უთმობენ ყურადღებას (თანაც, მხოლოდ საინფორმაციო გამოშვებებში), როცა ისინი უცხოეთში მოგზაურობენ და სამშობლოს ასახელებენ. საქართველოს საზოგადოებრივი ტელევიზია და რადიო, ფაქტობრივად, უარს ამბობს სერიოზული ხელოვნების, განსაკუთრებით, ქართული მუსიკალური კლასიკის პროპაგანდაზე. ერთი სიტყვით, სახელმწიფოს ჯერჯერობით არ გააჩნია კულტურული პოლიტიკა, რომელიც ეროვნული მუსიკალური მემკვიდრეობის (მხედველობაში გვაქვს არა მარტო ხალხური მუსიკა, არამედ, ძველი და ახალი პროფესიული მუსიკა, მეცნიერება მათ შესახებ, სამუსიკო განათლების ტრადიციები და ა.შ.) დაცვას უზრუნველყოფდა.

ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 70–80–იან წლებში, როდესაც საბჭოთა საქართველოში ერთადერთი ტელეარხი არსებობდა მკაცრი ცენზორით, სადაც მთავარი საბჭოური იდეოლოგიის გატარება იყო, ამ მიმართულებით საბავშვო რედაქციაში სერიოზული მუშაობა მიმდინარეობდა; გავიხსენოთ თუნდაც ჯ. კახიძის საგანმანათლებლო პროგრამა მუსიკაზე და თ. ქევხიშვილის ცნობილი სიმღერის გაკვეთილები ბავშვებისათვის, რომელიც ტელეეკრანიდან მსოფლიო ფოლკორულ ნიმუშებს ასწავლიდა, თუმცა, გადაცემების 80% ქართული ხალხური სიმღერების შესწავლას ეძღვნებოდა.

იმავე პერიოდში ტელეფილმების ბაზაზე გადაიღეს დოკუმენტური ფილმი საბავშვო ფოლკლორულ ანსამბლ „მართვე“–ზე. სწორედ ამგვარი გადაცემებისა და ფილმების წყალობით ღვივდებოდა მომავალ თაობებში ეროვნული მუხტი და ფასეულობები, რომელიც წინა თაობებმა, საბჭოური იდეოლოგიის ძლიერი ზეწოლის მიუხედავად, მაინც შეინარჩუნეს და დღემდე მოიტანეს. მკვლევარი ს. სიგუა, წიგნში „ქართული მოდერნიზმი“, წერს: „ქართული ნაციონალიზმი საბჭოთა პატრიოტიზმს შეეფარა, რათა ასე გადაერჩინა ქვეყნის მომავალი“[60].

ეროვნული დისკურსი, შესაძლებლობის ფარგლებში, კომუნისტურ ეპოქაშიც არსებობდა. ცხადია, ფილმები, ტელეგადაცემები ძირითადად საბჭოთა მენტალიტეტის გასამყარებლად იქმნებოდა, მაგრამ მათ გვერდით იმ პერიოდში დაიდგა „ჯაყოს ხიზნები“; თ.კვაჭანტირაძეს მიჰყავდა ეროვნული სულისკვეთების შემეცნებითი გადაცემა; საბავშვო რედაქციაში მზადდებოდა ეროვნული ხასიათის საგანმანათლებლო და პუბლიცისტური გადაცემები. პროგრამების უდიდესი ნაწილი ყოველთვის ეკავა კლასიკურ მუსიკას, ხოლო ხალხური შემოქმედების პოპულარიზაციისთვის ხალხური რედაქცია არსებობდა, რომლის მოვალეობაც ქართული ფოლკლორის პროპაგანდა იყო.

რასაკვირველია, საბჭოთა ხელისუფლება ამას ხედავდა, მაგრამ უშვებდა ამგვარ გამონაკლისებს და ამ კომპრომისზე მიდიოდა, რადგანაც საბჭოთა ქვეყანა სხვადასხვა ისტორიისა და კულტურის მქონე ეროვნული ერთეულებისგან შედგებოდა და აუცილებელი იყო ამ ფაქტორისთვის ანგარიშის გაწევაც.

რაც შეეხება დღევანდელი საქართველოს ტელეარხებს, ამგვარი პროდუქტების აშკარა დეფიციტია. ამ მიმართებით გარკვეულწილად მხოლოდ საქართველოს საპატრიარქოს ტელევიზია მუშაობს, სადაც 2009–2010 წლებში მზადდებოდა გადაცემათა ციკლი „გაცოცხლებული წარსული“. გადაცემებში ქართული საეკლესიო და საერო სიმღერების ნიმუშებს მოქმედი გუნდები წარმოადგენდნენ („ანჩისხატი“, „ბასიანი“, „სახიობა“, წმ. პანტელეიმონის, სვეტიცხოვლისა და სიონის საკათედრო ტაძრების მგალობლები). ამავე პროექტში საბავშვო გუნდებიც გამოჩნდნენ („მძლევარი“, „საგალობელი“, „ბიჭები“ და სხვ). სხვა ტელეარხებზე მსგავსი პროექტები არ მზადდება, თუმცა, საზოგადოებრივ მაუწყებელს რამდენიმე წლის წინ ჰქონდა ამ თემატიკაზე „იმედზე“ გ. კალანდიას გადაცემათა ციკლი „ჩვენებურები“ მაგრამ მისი დასრულების შემდეგ ფოლკლორზე პუბლიცისტური პროექტი აღარ გაკეთებულა.

სამწუხაროა, რომ ეროვნული ფასეულობების შესანარჩუნებლად ქართული ტელემაუწყებლობა დიდად არ ირჯება. ქართული ტელეარხები უფრო „პროგრესისკენ“ იხრებიან. აქ მხედველობაში გვაქვს ქართული პროექტების უცხოური პროექტებით ჩანაცვლების გააქტიურებული პროცესი, რაც, საბოლოოდ, მომავალი თაობის გაუცხოებას უწყობს ხელს. თუნდაც ის ფაქტი, რომ საღამოობით ყველა არხზე თითქმის ყველა უცხოური ფილმი ინგლისურად გადის (მათ ქართული ტიტრები ედებათ), განსაკუთრებით მოქმედებს მოზარდების ფსიქოლოგიაზე. ეს საკითხი სახელმწიფოებრივად უნდა გადაწყდეს. სხვა რომ არაფერი, ქვეყანაში უცხო ფილმები მშობლიურ ენაზე უნდა ხმოვანდებოდეს. „ერი ყალიბდება

მაშინ, როცა ქმნის სახელმწიფოს და ამ სახელმწიფოში ოფიციალური ენა მისი მშობლიური ენაა“[61]. გლობალიზაციამ ბუნებრივად მოიტანა თავისი მოთხოვნები; შემოქმედებმა უნდა შექმნან ისეთი პროდუქცია, რომელიც მსოფლიო ბაზარზე ადვილად გაიკვალავს გზას, რის გამოც ჩვენს ქვეყანაში ხშირად იწვევენ უცხოელ შემოქმედებს და მოღვაწეებს. თუნდაც ის ფაქტი, რომ განახლებული თბილისი, ბათუმი და ქუთაისი მოწვეული, უცხოელი არქიტექტორების მიერ პროექტდება, ერთი მხრივ დადებითად შეიძლება შევაფასოთ, მაგრამ, მეორე მხრივ, ეს პროცესი აფერხებს ეროვნული შემოქმედებითი პოტენციალის გამოყენებასა და განვითარებას. ასეთივე პროცესები მიმდინარეობს ტელევიზიაშიც, სადაც ძირითადად უცხოური პროექტებითა და მათი ანალოგებით ივსება სამაუწყებლო ბადე.

2009 წელს ტელეკომპანია „რუსთავი 2“–ის სამუშაო ჯგუფმა საბავშვო გადაცემისთვის – „საბავშვო ამბები“ კასტინგი ჩაატარა. 2500 ბავშვისგან მხოლოდ 20 შეირჩა. ჟურნალი „ბავშვების დრო“ სიხარულით გვაუწყებს, რომ „გადაცემა ეთერში ყოველ კვირას 11 საათზე გადის და წარმოადგენს ამერიკულ საბავშო საინფორმაციო პროგრამა Teen Kids News-ის ქართულ ვერსიას“[62]. პროგრამა გათვალისწინებულია 8–დან 13–წლამდე ასაკის მოზარდებისთვის და მოგვითხრობს ყველაფერზე, რაც მათ აინტერესებთ. თუმცა თუ თუნდაც ერთი გადაცემის სიუჟეტებს, უფრო სწორად, როგორც პატარა წამყვანები გვაუწყებენ, ე. წ. „ფიქჩერსებს“ გადავხედავთ, ყველაფერი ნათელი გახდება. მაგალითად, 2011 წლის 10 ივლისის გადაცემა შემდეგი სიუჟეტებისაგან შედგებოდა: „თბილისის ზოოპარკი“, „ყველაზე დიდი ჰამბურგერი“, „სომეხი მომღერალი გოგონა ანა ხანჩალიანი“, „აზრბაიჯანელი ბავშვების გამოფენა“, „აფრიკული ცხოველები“, „ამბავი ფრანგი ცოლ–ქმრისა, რომლებსაც შვილად გორილა ჰყავთ“, „ინტერნეტის ახალი ვებ–გვერდი, სადაც უკეთესად ისწავლი ინგლისურს“, „დიდ ბრიტანეთში საშობაო საჩუქრების ბაზრობა“. სიუჟეტებს შორის პატარ–პატარა 30–40 წამიანი საგანმანათლებლო ინფორმაციები იყო ჩამჯდარი, რომლებიც ისეთი სისწრაფით გაიელვებდნენ, რომ მოზრდილ ადამიანსაც გაუჭირდებოდა აზრის გამოტანა.

ჩნდება კითხვა? რატომ გახდა საჭირო მაინცადამაინც “თინ კიდს ნიუსის“ ქართული ვარიანტი, როდესაც ამ მიმართულებით ჯერ კიდევ 90–იან წლებში მოზარდებისთვის ყოველკვირეული საინფორმაციო პროგრამა – „საყმაწვილო ქრონიკები“ მზადდებოდა (8– დან 13 წლამდე ბავშვებისთვის), რომელშიც მთელი საქართველოს ბავშვები მონაწილეობდნენ. პროგრამა მოიცავდა არა მარტო თბილისელი, არამედ მთელი საქართველოს მოზარდების ინტერესებსა და პრობლემებს. უმცროსკლასელთათვის, ასევე, ყოველკვირეულად მზადდებოდა პუბლიცისტური გადაცემა: „პატარა ამბები დიდ თემებზე“, ხოლო ყველაზე პატარებისთვის

„ბასტი–ბუბუ“ (თავიდან სულ პირველი გადაცემა სწორედ საინფორმაციო იყო). ამავდროულად, წინა წლებში ყოფილ პირველ არხზე, თოქშოუ „კედელი“ გადიოდა, რომელშიც მოზარდები აქტიურად მონაწილეობდნენ. პროექტი მათ თვითგამოხატვას ემსახურებოდა. მიმდინარეობდა ინტერაქტიული გამოკითხვები. ცხადია, “ნაციონალობა ეს არ არის ის, რომელიც უცვლელი ფორმით არსებობს, ეს ისაა, რაც ისტორიული დროის განმავლობაში იცვლება, მუდმივ მოძრაობაშია“[63]. იგულისხმება, რომ ნაციონალური კულტურა, ტრადიციები ყოველთვის ეჯახება პროგრესის სახელით შემოჭრილ ახალ „ფასეულობებს“, თუმცა, რაც ფასეულია და ერისთვის დამახასიათებელი, არც მათი შენარჩუნებაა პრობლემა სათანადო ნებისა და მზაობის შემთხვევაში. „აუცილებელია განისაზღვროს ერთი მხრივ როგორ უყურებს ნაცია თავის თავს, როგორ განსაზღვრავს თავის თავს ტერმინებით, კულტურულ ისტორიაში, მეორე მხრივ როგორ უყურებს სხვებს და რა ნიშნით გამოარჩევს თავს სხვა ნაციებისგან“[64]. ალბათ ზედმეტი არ იქნება, თუ თავისთავად ცნება „საქართველოს“ არსსაც შევეხებით შესაბამისი ციტატების მოშველიებით:

„ქართული ნაცია გენეტიკურად განეკუთვნება ეთნონაციათა ტიპს. იგი ჩამოყალიბდა ეთნიკულტურული ნაციონალიზმის საფუძველზე. ქართული ეთნიეს გადაზრდა ნაციაში განპირობებული იყო მრავალი ფაქტორით, მათ შორის, ეკონომიკური და პოლიტიკური ჰომოგენიზაციით, რუსული იმპერიალისტური დაწოლით, ევროპაში ნაციების პროცესით, ახალი ტიპის მედიასაშულებებით – ბეჭდური სიტყვის განვითარებით და ა.შ. სწორედ ამ დროს ტერმინი ქართული იძენს კოლექტიურ კულტურულ იდენტობაზე დაფუძნებული ერთობის წევრის აღმნიშვნელი სიტყვის მნიშვნელობას“[65]. „საქართველო – კოლექტივის წევრს ეწოდება ქართველი. ამ ტერმინით საბჭოთა იმპერიაში საქართველოს ყოფნის პერიოდში და საბჭოთა იმპერიის დაშლის შემდგომაც სულ უკანასკნელ ხანებამდე აღინიშნებოდა ექსკლუზიურად ეთნიკურად ქართველი. მხოლოდ ვარდების რევოლუციის შემდეგ ვითარება მკვეთრად შეიცვალა და დაიწყო ეთნიკური მნიშვნელობის პარალელურად ქართველის გამოყენება ნაციონალური მნიშვნელობითაც, გაჩნდა მრავალეთნიკური ქართველი ერის ცნება. 2008 წლის 12 აგვისტოს, რუსეთის აგრესიის საწინააღმდეგო სოლიდარობის მიტინგზე, საქართველოს პრეზიდენტისა და საქართველოს პარლამენტის თავმჯდომარის გამოსვლებში დაფიქსირდა ისეთი გამოთქმები, როგორიცაა: ქართველი უკრაინელები, ქართველი ოსები, ქართველი აფხაზები და ა.შ., ანუ ტერმინი ქართველი გამოყენებული იქნა არა როგორც მხოლოდ ეთნიკური, არამედ, ნაციონალური აზრითაც. გლობალიზაციამ საქართველოზე საკმაოდ სერიოზული აქცენტები დასვა არა მხოლოდ ეკონომიკური, არამედ, პოლიტიკური თვალსაზრისითაც, რისი

უტყუარი მაგალითიც ტრანსნაციონალური ეკონომიური პროექტების გარდა, ტრანსპოლიტიკური ვირტუალური რევოლუციაც აღმოჩნდა“[66].

ამ კონტექსტში შეუძლებელია არ გავიხსენოთ „პირველი რევოლუცია“ (ე.წ. სახელმწიფო გადატრიალება), რომელშიც ტელეკომპანია პირველმა არხმა განსაკუთრებული მონაწილეობა მიიღო, ხოლო მეორე – ვარდების რევოლუციაში ლომის წილი „რუსთავი 2“–ს, „გამარჯვებული ხალხის ტელევიზიას“ (როგორც თავად უწოდეს თავისთავს) მიუძღვის. „არის თუ არა, ან იქცევა თუ არა ეს ყოველივე საინფორმაციო კულტურად და ვიგულისხმებთ თუ არა მომავალში მასში იდეის პროპაგანდის მექანიზმებს – ეს ძალზე რთული საკითხია. ტრანსინფორმაციული პარადიგმა, რომლის შესაძლებლობების სიმაღლიდან სატელევიზიო აგრესია ალბათ ბებიისდროინდელი პატეფონიდან ქუჩური სიმღერის მოსმენას დაემსგავსება“[67]. მიმდინარე ეტაპზე ტელევიზიას სწრაფად ანაცვლებს ინტერნეტი. იგი დღეისათვის ახალგაზრდების საინფორმაციო წყაროა და ამავდროულად უსწრაფესი კომუნიკაციური საშუალება. „ინტერნეტი – ეს არის სივრცისა და დროის ბარიერების ყველაზე რადიკალური გამანადგურებელი, რაც კი აქამდე კაცობრიობამ იცოდა, როდესაც მან დაკარგა სავანე და დაიწყო მეტყველება“[68]. ამასთან, ინტერნეტი ტრადიციული პორნოგრაფიული მასალის გავრცელების უნიკალური საშუალებაცაა. აქ არ არის არანაირი ტექნიკური სიძნელე და სამაგიეროდ არის უზარმაზარი არჩევანი. თანაც, ეს ინფორმაციები არ ექვემდებარება ცენზურას და არც საჭიროებს არანაირ საზოგადოებრივ სტანდარტებს. მის გავრცელებას არა აქვს ნაციონალური საზღვრები. როგორც ცნობილია, ინერნეტით პორნოგრაფიის ძირითადი მომხმარებლები ბავშვები და მოზარდები არიან. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას, რომ კიბერპორნოგრაფია მომავალი თაობებისათვის სერიოზულ საფრთხეს წარმოადგენს. თუმცა, ისიც უნდა გავიხსენოთ, რომ წინა თაობა გაფაციცებით უყურებდა „ცუდ ვიდეოკასეტებს“, მაგრამ ამ პროცესებმაც ჩაიარა. ალბათ მშობლებმა, პედაგოგებმა (შესაძლოა, შესაბამისი ტიპის ტელეპროექტებმა) უნდა ასწავლონ ბავშვებს კომპიუტერის სასარგებლოდ გამოყენება. კომპიუტერი ხომ ცოდნის მიღების უსაზღვრო საშუალებაა.

ცხადია, ახალი ტექნოლოგიების შემდგომი განვითარება საშუალებას მისცემს მედიაპროდუქციას დაუბრკოლებლად გადალახოს ნაციონალური საზღვრები და მოგვწონს ჩვენ თუ არა ეს პროცესი, იგი ყველა შემთხვევაში თავის დაღს დაასვამს ყველაფერ იმას, რასაც დღეს ჩვენ ნაციას და ნაციონალურ იდენტობას ვუწოდებთ. თუმცა, იმისათვის, რომ შევინარჩუნოთ ჩვენი ეროვნული ფასეულობები, აუცილებელია ყველა სფერომ შესაბამისი ღონისძიებები გაატაროს. რაც შეეხება საბავშვო ტელემაუწყებლობას, მას ამ მიმართულებით ნამდვილად

შეუძლია განსაკუთრებული როლის შესრულება. ბუნებრივია, გლობალურ იდეოლოგიაში არის დადებითი მომენტები, რომელთა გამოკვეთა ისევე აუცილებელია, როგორც მისი შესაძლო საფრთხეების პრევენცია და მის გამოწვევებზე ადეკვატური რეაგირება. სწორედ საბავშვო ტელემაუწყებლობას შესწევს უნარი შექმნას ნაციონალური საგანმანათლებლო და პუბლიცისტური ტელეპროდუქცია, რითაც აქტიურ მონაწილეობას მიიღებს საქართველოს თვითმყოფადობის, ტრადიციებისა და ღირებულებების შენარჩუნებაში.

დასკვნა

სადისერტაციო ნაშრომზე მუშაობის პროცესში გამოიკვეთა, რომ საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობას მოზარდი თაობის სოციალური აღზრდის სისტემაში ყოველთვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა, ამ ეტაპზე კი მისი მნიშვნელობა სათანადოდ არ არის შეფასებული და არც მისი შესაძლებლობებია ამ მიმართულებით სრულად გამოყენებული. იქმნება შთაბეჭდილება, რომ არც სახელმწიფოებრივი დამოკიდებულებაა ჩამოყალიბებული და არც ინსტიტუციურადაა გააზრებული საზოგადოების სასიცოცხლო ინტერესებისთვის იმ შესაძლებლობების გამოყენება, რასაც საბავშვო ტელემაუწყებლობა ფლობს მომავალი თაობის სოციალიზაციის პროცესში.

საქართველოს ტელევიზიის განვითარების პირველ ეტაპზე ბავშვებისათვის განკუთვნილ გადაცემებს სისტემური ხასიათი არ ჰქონდა. ვითარება შეიცვალა 60-იანი წლებიდან, როცა სკკპ ცენტრალური კომიტეტის დადგენილების საფუძველზე აქტიურად დაიწყო საბავშვო მაუწყებლობის გამოყენება კომუნისტური პრინციპების დანერგვისა და მომავალი თაობის საბჭოურად აღზრდის თვალსაჩინო საშუალებად და მძლავრ იარაღად. დიდაქტიკურ–პროპაგანდისტული გადაცემები ხელს უწყობდნენ მოზარდების ჩამოყალიბებას ერთი მსოფლმხედველობით, შეხედულებებითა და სტანდარტებით. მათი ხვედრითი წონა, სხვა გადაცემების ფონზე, იმდენად მეტი იყო, რომ ადვილად ანეიტრალებდა ეროვნული თვითმყოფადობის ფაქტორს.

70–იან წლებიდან დაიწყო რეგულარული საბავშვო მაუწყებლობა და გამოიკვეთა ორი ტიპის პროგრამა: დიდაქტიკურ-აღმზრდელობითი, რომელიც კომუნისტური პროპაგანდისთვის ჩვეული ჰეროიკული სულისკვეთებით გამოირჩეოდა და დადგმითი – ინტელექტუალური თამაშები და შოუს ელემენტებით გაჯერებული სანახაობა. სტრუქტურულად და იდეოლოგიურად განსხვავებული ამ პროგრამების ხვედრითი წონა დაბალანსებული იყო, თუმცა თვალშისაცემი გახდა დადგმითი გადაცემები, რომლის ავტორებიც, მწირი ტექნიკური შესაძლებლობების მიუხედავად, პირველად საქართველოს ტელეისტორიაში ქმნიდნენ ინტელექტუალურ თამაშებსა და სანახაობას, რაც ნამდვილად უნდა ჩაითვალოს ინოვაციად. ამ

პერიოდში განხორციელებულმა სტრუქტურულმა და შემოქმედებითმა ცვლილებებმა საბავშვო რედაქციას განვითარებისათვის მყარი საფუძველი შეუქმნა.

პარადოქსულია, რომ 80–იანი წლების შუა ხანებიდან, როცა საბჭოთა კავშირში დაიწყო ე.წ. "პერესტროიკის" პერიოდი და გარდაქმნები, პირველ რიგში, იგი საინფორმაციო პოლიტიკასა და მედიასაშუალებებზე აისახა. იმ დროს საქართველოს ტელევიზიაში რეგრესის პერიოდი იდგა. შესაბამისად, დიამეტრალურად შეიცვალა ვითარება საბავშვო რედაქციაშიც, სადაც სანახაობით–გასართობი გადაცემები შემცირდა და გაძლიერდა (რაოდენობრივადაც და თვისობრივადაც) პროპაგანდისტულ–დიდაქტიკური გადაცემები, დაირღვა ბალანსი სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფებისთვის გამიზნულ პროგრამებსა და მიმართულებებს შორის. შეიძლება ითქვას, რომ საბავშვო რედაქცია მთელი თავისი არსებობის მანძილზე არასოდეს ყოფილა ასეთი პოლიტიზებული. თუმცა, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ სამეცნიერო რედაქციაში სწორედ ამ დროს გაძლიერდა სასწავლო–საგანმანათლებლო პროგრამები, რისი დასტურიცაა გადაცემა „ქართული ენა და ლიტერატურა", რომელმაც არა მხოლოდ მოზარდებში, არამედ, მთელ ქართულ საზოგადოებაში გააღვიძა ეროვნული თვითმყოფადობის შეგრძნება.

სახელმწიფო ტელევიზიაში მანამდე არსებული სტრატეგია თვისობრივად გარდაიქმნა 1989 წლის 9 აპრილიდან: ქვეყანაში მიმდინარე კრიტიკული პროცესები, კომენდანტის საათი, სამოქალაქო დაპირისპირება, ენერგოკრიზისი ტელევიზიის ცხოვრების ჩვეულ რიტმსაც ერთბაშად ანგრევდა. ამ პირობებში სახელმწიფო ტელევიზია სრული სამაუწყებლო ბადით მუშაობდა, მაგრამ, პრაქტიკულად, ელექტროენერგიის გათიშვის გამო, მაყურებელი ვერ ნახულობდა ტელეპროდუქციას. გამონაკლისი იყო დრო საღამოს 19 საათიდან 21 საათამდე, როცა ელექტროენერგია თითქმის ყველა რაიონს მიეწოდებოდა. ამ მკაცრად დადგენილ ლიმიტირებულ დროში ყოველდღიურად გადიოდა საინფორმაციო პროგრამა "მოამბე" და საბავშვო გადაცემა "ძილისპირული". ანუ, საქართველოში მიმდინარე მწვავე პროცესების მიუხედავად, საინფორმაციო გამოშვების შემდეგ პრიორიტეტული იყო სკოლამდელი ასაკის ბავშვებისათვის განკუთვნილი პროგრამა.

ერთი მხრივ, საბჭოთა ცნობიერების შეცვლისა და ცენზურისაგან დატყვევებული სიტყვის გათავისუფლების პროცესმა, მეორე მხრივ, ახალმა ტექნოლოგიებმა განაპირობეს 1992 წლის 10 მაისს ქართულ ტელესივრცეში სრულიად განსხვავებული პროგრამის „ბასტი-ბუბუს" დაბადება. „ბასტი-ბუბუს" თანამედროვე საქართველოს ისტორიის უმწვავესი პოლიტიკურ-სოციალური პროცესების დროსაც შეუზღუდავი შემოქმედებითი თავისუფლება ჰქონდა. ამ პროექტის ბიზნეს-სტრატეგიამ განაპირობა ქართულ ტელესივრცეში საბავშვო სეგმენტის სრული

მონოპოლიზაცია 2010 წლის ივნისამდე. ფაქტობრივად, „ბასტი–ბუბუ“ პირველი საბავშვო პროექტი იყო პოსტსაბჭოთა ქართულ ტელევიზიაში, რომელიც ერთგვარ “ბრენდად” იქცა სატელევიზიო სივრცეში და მის მიღმა.

საქართველოს ტელემაუწყებლების (*I არხი, რუსთავი 2, იმედი, ერთსულოვნება*) სამაუწყებლო პოლიტიკისა და საბავშვო პროგრამების ანალიზმა ცხადყო, რომ ქვეყნის დამოუკიდებლობის 20–წლიან პერიოდში, მედიის განვითარებისა და მრვალფეროვნებისთვის გადადგმული ნაბიჯებისა (საკანონმდებლო ბაზის მოწესრიგება, საზოგადოებრივი მაუწყებლის შექმნა...) და ახალი ტექნოლოგიების პირობებში, საბავშვო მაუწყებლობაში არ შეიმჩნევა განვითარებისა და დროის მოთხოვნების შესაბამისი ტელეპროდუქციის წარმოების ტენდენცია. საზოგადოებრივი მაუწყებელიც (I არხი) კი, რომლის „ქცევის კოდექსში“ საგანგებოდაა ჩამოყალიბებული ბავშვებსა და არასრულწლოვანებთან დაკავშირებით გასათვალიწინებელი სტანდარტები, ვერ ახერხებს ამ სტანდარტების დაცვით მრავალფეროვანი საბავშვო აუდიტორიისთვის გამიზნული თანამედროვე პროდუქციის შექმნას.

2011 წელს საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა ტექნიკური გადაიარაღების პროცესი განახორციელა, შეიქმნა ყველაზე მაღალი გარჩევადობის (HD) სისტემის 12–კამერიანი მოძრავი სატელევიზიო სადგური, ვირტუალური სტუდიები, რომლებიც, ძირითადად, ახალ ამბებსა და პოლიტიკურ გადაცემებს ემსახურება. მაშინ როცა საბავშვო პროექტებს სანახაობის შესაქმნელად არანაკლებად ესაჭიროება ახალი ტექნოლოგიების გამოყენება, რაც თითქმის არ იგრძნობა არხის მთავარ საბავშვო გადაცემაში – „პეპეს ზღაპარი“, რომელიც, შეიძლება ითქვას, პრიმიტიული და საეჭვო მხატვრული ღირებულების პროდუქტია.

საქართველოში 2011 წლიდან მაუწყებლობს პირველი საბავშვო არხი „ენკი–ბენკი“, რომელიც საეთერო დროს ძირითადად უცხოური ტელეპროდუქციის ხარჯზე ავსებს. 2008 წლიდან ეთერშია საქართველოს საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნება“, რომელიც საბავშვო პროგრამებში მართლმადიდებლურ ღირებულებებს ამკვიდრებს, თუმცა, მისი პროდუქცია ფორმის თვალსაზრისით ვერანაირ კრიტიკას ვერ უძლებს. ტელეკომპანია „რუსთავი 2“ კი ევროპულსა და ამერიკულ სტანდარტებს ანიჭებს უპირატესობას, აქ ორი ბრიტანული და ერთიც ამერიკული საბავშვო პროექტი მზადდება. თითქმის ყველა არხზე უცხოური ფილმები ქართული ტიტრებით გადის, რაც, გარკვეულწილად, აფერხებს მოზარდების მიერ შემოქმედებითი პროდუქტის სრულფასოვან აღქმას.

გლობალიზაციის პროცესი შეუქცევადია, იგი უკანა რიგში სწევს ენას, რელიგიას, ისტორიას, ეპოსს, გმირებს და ა.შ., რაც მომავალ თაობაში ეროვნული მენტალობის შესუსტებას

იწვევს. ამას ხელს უწყობს ინტერნეტიც. მისი საშუალებით მომხმარებლისთვის ყველანაირი ინფორმაციაა ხელმისაწვდომი, მათ შორის პორნოგრაფიაც, რომლის ძირითადი მომხმარებლები ბავშვები და მოზარდები არიან. დღეს, ისე როგორც არასდროს, საბავშვო ტელემაუწყებლობის სტრატეგიას სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობა უნდა ჰქონდეს. რამდენიმე გამონაკლისი ტელეპროექტი (თუნდაც ისეთი წარმატებული, როგორიც „ეტალონია“) ამინდს ვერ შექმნის. განსაკუთრებით ანგარიშვალდებულია საზოგადოების წინაშე საზოგადოებრივი მაუწყებელი, რომელმაც თავისი პროდუქციით აქტიური მონაწილეობა უნდა მიიღოს ეროვნული თვითმყოფადობის შენარჩუნებისა და მოზარდი თაობის ჩამოყალიბების მეტად საპასუხისმგებლო საქმეში.

ტელევიზიებში ცალკე კვლევის საგანი უნდა გახდეს საკითხი იმის შესახებ, როგორი უნდა იყოს საბავშვო პროექტების ნიშა ქართულ ტელესივრცეში? რა პროგრამები ესაჭიროებათ დღეს სკოლამდელი თუ სასკოლო ასაკის ბავშვებსა და მოზარდებს? რა რაოდენობის დრო უნდა დაეთმოს საბავშვო პროგრამებს ბადეში? რა თემებია დღეს პრიორიტეტული ბავშვებისა და მშობლებისათვის?

ტელემაუწყებლებს ახალი გამოწვევის წინაშე აყენებს ის გარემოებაც, რომ საინტერნეტო ტელევიზიის პირობებში თავისთავად ეკარგება აზრი სამაუწყებლო კოდექსებით დადგენილ „საბავშვო დროს“, რამდენადაც დროის და სამაუწყებლო ბადის ცნება, ფაქტობრივად, აღარ არსებობს. საქართველოს ტელემომხმარებელს კომპანიები „სილქნეტი“ და „კავკაზუს ონლაინი“ უკვე აწვდიან მომსახურების ინდივიდუალურ პაკეტს, რომელიც შესაძლებელს ხდის, რომ მაყურებელმა, მათ შორის, საბავშვო ასაკისამაც, თავად მოახდინოს პროგრამირება. არსებული სიტუაცია ტელეკომპანიებისგან, პირველ რიგში კი, საზოგადოებრივი მაუწყებლისგან, შესაბამის რეაგირებასა და საბავშვო მაუწყებლობის სრულიად ახალი პოლიტიკის შემუშავებას მოითხოვს.

შენიშვნები

შესავალი

ჭელიძე ი. „თაობა, სახელად მელნისფერები“. ჟურნ. „მუდმივი კავშირის სამყარო“, 2009, №2(42) გვ. 53

თავი I

[1] Прохоров П. «Классовый анализ в журналистике». Сборник “Введение в теорию журналистики”. Москва, «Высшая школа», 1980, стр. 41

[2] Прохоров П. «Функции журналистики". Сб. “Введение в теорию журналистики”. . . , стр. 53

[3] Прохоров П. «Патриотизм, интернационализм, гуманизм". Сб. “Введение в теорию журналисти-ки”. . . , стр. 110

[4] იქვე

[5] Прохоров П. «Журналистика и воспитание человека коммунистического общества". Сб. “Введе–ние в теорию журналистики”. . . , стр. 173

[6] Прохоров П. «Формы деятельности коммунистеческой журналистики". Сб. “Введение в теорию журналистики” . . . , стр. 175

[7] Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., »Вагриус», 1998, стр. 207

[8] იქვე, გვ. 203

[9] გაზეთი “ახალგაზრდა კომუნისტი”, 1983, 7 მაისი

[10] McLuhan M. Understanding Media/The extensions of Man. New York: McGraw-Hill, 1966, p. 335-336

[11] Зубов В. «Проблемы коммунисического воспитания подрастающего поколения». Сб. “Телевидение и дети”. М., «Искусство», 1976, стр. 3-4

[12] Карягин А. «Телевидение и духовная культура». Сб. “Проблемы телевидения и радио”. М., НМО ГКРТ, 1976, стр. 52

[13] Животовская В. «Телевидение в жизни детей – наблюдения и выводы». Сб. “Телевидение и дети”. . . , стр. 138-139

[14] Ксенофонтов В. «Телевидение в системе коммунистического воспитания». Сб. “Телевидение и дети”. . . , стр. 119

[15] Газ. «Учительская газета», 1972, 28 Сентября

[16] ლეონიძე ნ. ტელევიზიის მოამბე. თბილისი, „საბჭოთა საქართველო“, 1987, გვ. 66

[17] ზარეკიძე უ. „მეტოქეები ცისფერ ეკრანზე“. ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება”, 1964, № 9, გვ. 35

[18] ბაროიანი ვ. „კვლევის საგანია საბავშვო ფილმი“. ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება“, 1968, № 3, გვ. 74

[19] ზარეკიძე უ. დასახელებული ნაშრომი, გვ. 35-36

[20] „იდეურობა ცხოვრებაში, იდეურობა შემოქმედებაში. მოსკოვის მეოთხე საერთაშორისო კინო–ფესტივალის შედეგები“. ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება“, 1965, №8, გვ. 5

[21] Прохоров П. «Телевидение в системе журналистики». Сб.”Введение в теорию журналистики”. . . , стр. 237

[22] Багиров Э. Очерки теории телевидения. М., “Искусство”, 1978, стр. 35

[23] Андроников И., Андроникова М. ,,Заметки о телевидении“. Журн. ,,Искусство кино“, 1963, №2, стр. 101

[24] Андроников И. Я хочу рассказать вам. М., “Советский писатель”, 1965, стр. 588

[25] ლეონიძე ნ. დასახ. ნაშრ., გვ. 84

[26] სტურუა დ. „კომუნისტთა და უპარტიოთა მარქსისტულ-ლენინური განათლების მდგომარეო-ბა და მისი გაუმჯობესების ღონისძიებანი სკკპ XXIII ყრილობის გადაწყვეტილებათა შესაბამისად“. ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება“, 1968, №5, გვ. 15

[27] მჟავანაძე ვ. „შემოქმედებითი ინტელიგენციის მთელი ძალ-ღონე და ნიჭი – ხალხს“. ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება“, 1968, №7, გვ. 9

[28] იქვე, გვ. 9–10

[29] იქვე, გვ. 14

[30] http://www.museum tv/archives/etv/c/htm/e/Childrenad/htm.childrens Programming (მოძიებულია 01.05. 2006)

[31] Зубов В. «Проблемы коммунисического воспитания подрастающего поколения» Сб. “Телевидение и дети”. . . , стр. 3

[32] Газ. «Советская литература». 1983, 30 апреля

[33] მიხეილ თუმანიშვილი ფიქრობს... თბ., “ტერა ინკოგნიტა”, 2004, გვ. 208

[34] Сабашникова Е. Игровое телевидение. Проблемы режиссуры. М., «Знание», 1983, стр. 9

[35] მიხეილ თუმანიშვილი ფიქრობს… გვ. 209-210

[36] Занусси К., Жебровский Э. Телевизионные Киноновеллы. М., “Искусство”, 1978, стр. 125

[37] უცხო სიტყვათა ლექსიკონი. თბ., „მერიდიანი“, 2007, გვ. 652

[38] ლეონიძე ნ. დასახ. ნაშრ., გვ. 96

[39] ოჩიაური ლ. “ლაქა”, ალმანახი “კინო”. 1987, № 22, გვ. 65

[40] Кракауер З. Реабилитация физической реальности. М., «Искусство», 1974, стр. 224

[41] Рондьер П. “Размышления о телевидении”, Журн. «Иностранная литература», 1965, №2, стр. 201

[42] Горячев В. «К вопросу о типологии детской аудитории». Сб. “Телевидение и дети»”. . . , стр. 52

[43] Беляев И. «Что такое телефильм». Журн. «Искусство кино», 1965, №3, стр. 53-54

თავი II

[1] ნოდია გ. „დემოკრატიის შექმნის ორი მცდელობა საქართველოში: თხუთმეტწლიანი გზის შე–ჯამება“. კრებულში “დემოკრატიის მშენებლობა საქართველოში”. თბ., „იდეა“ “, 2003, გვ. 39

[2] გაზ. „7 დღე“. 1993, 14 აპრილი

[3] იბერი ე. „ტელეეკრანის პედაგოგიკა“. ჟურნ. „სკოლა და ცხოვრება“. 1993, №2, გვ. 10

[4] გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“. 1993, 25 ივნისი

[5] კუზნეცოვი გ. „ინტეგრაციული ფუნქცია“. კრ. “სატელევიზიო ჟურნალისტიკა”. თბ., 1998, გვ. 59

[6] http://Lib.ge/body-texst.php?3233 (მოძიებულია 01.03.2011)

[7] ორბელიანი ს.-ს. ლექსიკონი ქართული. თბ., “მერანი”, 1991, ტ. 1, გვ. 97

[8] ველში ვ. “პოსტმოდერნი. ერთი საკამათო ცნების გენიალოგია და მნიშვნელობა”, კრ. “პოსტმო–დერნი როგორც ასეთი”. თბ., „მერანი“, 1999, გვ. 21

[9] თუმანიშვილი მ. სანამ რეპეტიცია დაიწყება... თბ., საქართველოს თეატრალური საზოგადოება, 1977, გვ. 139

[10] Клер Р. Размышления о киноискусстве. М., «Искусство», 1958, стр. 58

[11] Рабигер М. Учебное пособие. М., «Монтаж», 1999, стр.115

[12] ჰორაციუსი, კვინტუს ფლაკუსი. პოეტური ხელოვნებისათვის. თბ., თსუ–ს გამომცემლობა, 1981, გვ. 26

[13] Newspaper „Georgia Today“. 2007, March 16-22

[14] Громова Е., Маньковская Н. Постмодернизм: теория и критика. М., «Искусство», 2002, стр. 94

[15] იბერი ე. „საქართველოს დამოუკიდებელი ტელეკომპანიები სახელმწიფო მაუწყებლობის სტრუ-ქტურაში“. კრ. “ტელეჟურნალისტიკის საკითხები II”. თბ., თსუ–ს გამომცემლობა, 1997, გვ. 90

[16] Ромм М. «Сегодняшний виток спирали». Сб. “Актер в кино”. М., »Искусство», 1976, стр. 136-137

[17] Эфремов О. «Интервью с артистами кино и театра». Сб. “Актер в кино” . . . , стр. 288

[18] Клер Р. დასახ. ნაშრ., გვ. 154

[19] Копилова Р. Контакт. М., »Искусство»,1974, стр.121

[20] Газ. «Свободная Грузия». 2005, 19 марта

[21] Зубавой М. Графика Матисса. М., «Искусство», 1977, стр. 40

[22] სტეინლი პ. სატელევიზიო რეპორტაჟი. თბ., „ინტერნიუსი“, 2001, გვ. 42

[23] Утилова Н. Монтаж как средство художественной выразительности. М., «Искусство», 1998, стр. 17

[24] თევზაძე გ. „ძირითადი სამოქალაქო და სახელმწიფო ინსტიტუტები და ღირებულება თანამე–დროვე საქართველოში“. კრ. “დემოკრატიის მშენებლობა საქართველოში”. . . , გვ. 59

[25] ნოდია გ. დასახ. ნაშრ., გვ. 38

[26] Эйзенштейн С. Избранные статьи. М., «Искусство», 1956, стр. 42

[27] ბელერი ჰ. კინომონტაჟის ასპექტები. თბ., „კენტავრი“, 2006, გვ. 11

[28] Ромм М. Избранные произведения. В 3-х томах, т. 1. М., «Искусство», 1980, стр.29

[29] Захава Б. Мастерство актера и режиссера. М., «Просвещение», 1972, стр. 271-272

[30] Ростова Н. Телережиссура – основы мастерства. М., «ИПК», 2004, стр. 3

[31] ბორეცკი რ., ცვიკი ვ. „გამოსვლა“. კრ. “სატელევიზიო ჟურნალისტიკა”. . . , გვ. 228

[32] ბაგრატიონი ვ. აღწერა სამეფოსა საქართველოსა. თბ., თსუ–ს გამომცემლობა, 1941, გვ. 31-32

[34] Феng И. Теленовости: секреты журналистского мастерства. М., «Искусство», 1996, стр. 87

თავი III

[1] იბერი ე. „ტელეეკრანის პედაგოგიკა“. . . , გვ. 100

[2] ქამტოკი ჯ., რობერტსი დ., მაკომბი მ. ტელევიზია და ადამიანის ქცევა. თბ., “საბჭოთა საქართვე–ლო”, 1988, გვ. 17

[3] „Влияние телевидения на человеческую душу“. Журн. „Троицкий благовестник”, 1993, №24, стр. 6

[4] Моруа А. “Взрительном зале – миллионы”. Сб. „40 мнений о телевидении“. М., „Искусство“, 1978, стр. 132

[5] იბერი ე. „ტელეეკრანის პედაგოგიკა“. . . , გვ. 107

[6] Хайдорн Г. „Развитие и комуникация“. Журн. „Мир и наука“, 1973, №3, стр. 15

[7] გოლოვანოვი ვ. „საზღვარგარეთის ტელევიზია“. კრ. “სატელევიზიო ჟურნალისტიკა”. . . , გვ. 124

[8] გაზ. „24 საათი“. 2005, 24 თებერვალი

[9] Борецкий Р. Телевизионная программа. М., «Искусство», 1967, стр. 68-69

[10] Умрейко С. «Усиление воспитательных функции учебного телевидения». СБ. “Телевидение и де–ти”. . . , стр. 14

[11] გოლოვანოვი ვ. დასახ. ნაშრ., გვ. 122

[12] Shramm W. Television in the Life of Our children. Stanford: Stanford University Press, 1961, p. 24

[13] Ромашкина Л. «Формируя личность ребёнка». Сб. “Телевидение и дети”. . . , стр. 124

[14] Newsp. „United States News and World Refort“. 1969, October 6

[15] Газ. «Литературная газета», 1969, 10 сентября

[16] Горячев Ф. «К вопросу о типологии детской аудитории». Сб. «Телевидение и дети». . . , стр. 52

[17] იქვე

[18] ბერიძე ქ. ტელევიზიის გავლენა მოზარდების აგრესიულ ქცევაზე. ბათუმი, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2008, გვ. 163

[19] Горячев Ф. «К вопросу о типологии детской аудитории». . . , стр. 51

[20] იქვე

[21] Галочкина Г. Телеекран приглашает детей. М., „Искусство“, 1976, стр. 165

[22] იქვე, გვ. 171

[23] იქვე, გვ. 179

[24] იქვე, გვ. 180

[25] იქვე, გვ. 181 - 182

[26] ლეონიძე ნ. დასახ. ნაშრ., გვ 159-169

[27] გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1958, 4 –10 მაისი

[28] გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1958, 11 – 18 მაისი

[29] გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1959, 1 ნოემბერი

[30] გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1958, 25 მაისი – 1 ივნისი

[31] გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1959, 6 თებერვალი

[32] გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 16 იანვარი

[33] გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 23 იანვარი

[34] გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 22 მაისი

[35] გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 20 მარტი

[36] გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 9 იანვარი

[37] გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 6 მარტი

[38] გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 13 თებერვალი

[39] გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 16 აპრილი

[40] http://gpb.ge/AboutGPB.aspx?LangID=1 (მოძიებულია 10.10.2011)

[41] http://gpb.ge/uploads/documents/044b075e-3c2b-4859-9940-aa29a93fdd17GPB_Code_of_Conduct.pdf. (მოძიებულია 10.10.2011)

[42] http://gpb.ge/uploads/documents/044b075e-3c2b-4859-9940-aa29a93fdd17GPB_Code_of_Conduct.pdf. (მოძიებულია 10.10.2011)

[43] http://gpb.ge/uploads/documents/044b075e-3c2b-4859-9940-aa29a93fdd17GPB_Code_of_Conduct.pdf. (მო–ძიებულია 10.10.2011)

[44] კუტუბიძე ლ., ზუბაშვილი ვ. "მედიის გავლენა: ყოვლისმომცველი თუ შეზღუდული/ სელექ–ტური?". ჟურნ. “ხელისუფლება და საზოგადოება”, 2010, №3, გვ. 23

[45] იქვე, გვ. 24

[46] მიხეილ თუმანიშვილი ფიქრობს... გვ. 158

[47] Чалдин Р. Психология влияния. Питер, “СПБ”, 2001, стр. 114

[48] ლეონიძე გ. ტელეპუბლიცისტიკის პოეტიკა. თბ., “სამშობლო”, 2002, გვ. 13

[49] Вертов Д. Статьи, дневники, замысли. М., ‘‘Искусство’’, 1966, стр. 224

[50] გაზ. „ახალი 7 დღე“. 2006, 13–19 იანვარი

[51] გაზ. “24 საათი“. 2008, 1 მარტი

[52] გაზ. “ახალი 7 დღე“. 2006, 27 იანვარი–2 თებერვალი

[53] Маклюен М. Понимание Медиа: Внешные расширения человека. М., “Канон-Пресс-Ц”, 2003, стр. 272

[54] გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“. 2008, 29 თებერვალი

[55] იქვე

[56] იქვე

[57] ბიბისის ღირებულებები და სტანდარტები. თბ., "არტე", 2004, გვ. 86

[58] იქვე, გვ. 134

[59] http://www. Orthodoxy.ge/info/2., 007/2007.07.29htm. (მოძიებულია 06.05.2011)

[60] ვაჩიბერიძე ი. „ტელე–თაობა", ჟურნ. „ავერსი". 2006, №7, გვ. 39

[61] იქვე

[62] გაზ. „TV პროგრამა". 2011, 17 იანვარი

[63] http://church.ge/indexs, php? Showtopic= 44998st+160 (მოძიებულია 06.05.2011)

[64] იბერი ე. „ტელევიზიის პედაგოგიკა". ჟურნ. „სკოლა და ცხოვრება", 1993, №2, გვ. 98

თავი IV

[1] Михалкович В. „Кино и телевидение или о несходстве сходного". Журн. "Киноведичские Записки", 1995, №2, стр. 58

[2] იქვე, გვ. 56

[3] Багиров Э. Место телевидения в системе средств информации и пропаганды. М., МГУ, 1976, стр. 101

[4] Моль А. Социодинамика культуры. М., "Прогресс", 1973, стр. 350-356

[5] http://banksandfinace. ge/ business/790 – telekomi.htm/ (მოძიებულია 27.07.2011).

[6] МакНайер Б. «Новые технологии и СМИ». Сб. "Медия. Введение", М., «Юнити-Дана», 2005, стр. 224

[7] გვახარია გ. „საუბარი ქართულ მედიაზე" (კონფერენციის მასალები). ჩაქვი, "თავისუფალ ჟურნა–ლისტთა სახლი", 2005, გვ. 8

[8] Китзингер Д. "Воздействия» и «Влияния».Сб. "Медия. Введение". . . , стр. 337

[9] ქარუმაძე თ. „დიალოგი ბლოგიდან". ჟურნ. „Filmprint", 2011, №3, გვ. 89

[10] ჭანტურია გ. "ჩვენ დათმობაზე არ მივდივართ . . .". ჟურნ. „მაუწყებელი", 2011, №1, გვ. 6

[11] Дворко Н. Профессия – режиссер мультимедиа. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский гуманитар–ный университет профсоюзов, 2004, стр. 41

[12] იქვე, გვ. 44

[13] კიკალეიშვილი გ. „მეზღაპრე პეპე". ჟურნ. „ბავშვების დრო", 2011, № 3, გვ. 52

[14] გახელაძე ლ. "მაუწყებელი საზოგადოებისათვის". ჟურნ. „მაუწყებელი", 2011, №1, გვ. 10

[15] Дворко Н. დასახ. ნაშრ., გვ. 26

[16] ჭანტურია გ. დასახ. ინტერვიუ, გვ. 6

[17] გახელაძე ლ. დასახ. სტატია, გვ. 10

[18] Копилова Р. «Параллели ». Сб. "Телевидение вчера, сегодня, завтра". М., "Искусство", 1982, стр. 40

[19] Саппак В. Телевидение и мы. М., “Наука”, 1988, стр. 62

[20] „მოძრავი ტელევიზია“. ჟურნ. „მაუწყებელი“, 2011, №1, გვ. 22

[21] იუროვსკი ა. „პირდაპირი ეთერის რეჟისურის საფუძვლები“. კრ. “სატელევიზიო ჟურნალისტიკა”. . . , გვ. 165

[22] გარდაფხაძე კ. „მაღალი ქუსლები, პალმა და ლენინი“. ჟურნ. „მაუწყებელი“, 2011, №1, გვ. 20

[23] Корнер Дж. «Форма и содержание: зачем изучать форму». Сб. “Медия. Введение”. . . , стр. 357

[24] Саппак В. დასახ. ნაშრ., გვ. 86

[25] „მოძრავი ტელევიზია“. ჟურნ. „მაუწყებელი“, 2011, №1, გვ. 22

[26] შტაინერი რ. ბავშვის აღზრდა სულიერი მეცნიერების თვალსაზრისით. თბ., „ლომისი“, 1990, გვ. 28

[27] არნოლდი ე. უოლტ დისნეის ცხოვრება და ზღაპრები. თბ., „ხელოვნება“, 1979, გვ. 33

[28] იქვე

[29] იქვე, გვ. 83

[30] იქვე, გვ. 171

[31] Эйзенштеин С. Избранные произведения. В 6 томах, т. 3. М., „Искусство”, 1964, стр. 440

[32] ბეგიზოვა ი. „ანიმაციური კინო კიევის ფესტივალზე“. ჟურნ. “ხელოვნება”, 1990, № 5, გვ. 136

[33] ქართული ნახატი და თოჯინური კინოს ფილმოგრაფიული ცნობარი. თბ., 1984, გვ. 5

[34] მიქანაძე ქ. „საბავშვო მულტფილმები“. ჟურნ. „ბომონდი“, 2008, ივნისი, გვ. 119

[35] Бергер А. Видеть – значит верить. М., “Вильямс”, 2005, стр. 240

[36] ვაჩნაძე გ. ვიდეოს ერა. საუკუნე პირველი. თბ., „განათლება“, 1988, გვ. 86

[37] ჯანელიძე ქ. “ქართული ნახატი და უცხოური კომპიუტერული ანიმაციური ფილმების შედარების რამდენიმე ასპექტი“. ჟურნ. “თეატრმცოდნეობითი და კინომცოდნეობითი ძიებანი”, 2005, № 4, გვ. 232

[38] იქვე

[39] იქვე, გვ. 233

[40] Бергер А. დასახ. ნაშრ., გვ. 239

[41] დემეტრაძე ი. „ნახატი ანიმაციიდან „შრეკამდე“. ჟურნ. “Filmprint”, 2011, №1, გვ. 92

[42] Бергер А. დასახ. ნაშრ., გვ. 241

[43] იქვე, გვ. 339

[44] ჯანელიძე ქ. დასახ. ნაშრ., გვ. 228

[45] იქვე, გვ. 233

[46] ვაჩნაძე გ. დასახ. ნაშრ., გვ. 178

[47] იქვე, გვ. 198

[48] შუბაშვილი ა. „კინოფანტასტიკა ჩვენს ეკრანებზე“. ჟურნ. „სინემა“, 1991, №6, გვ. 20

[49] Сабин Р. “Комиксы в Европе: девятая муза или гадкий утенок?” Сб. “Медия. Введение”. . . , стр. 23

[50] იქვე

[51] იქვე

[52] კიკნაველიძე თ. „ნახატებით თხრობის ხელოვნება“. ჟურ. „ტაბულა“, 2011, № 49, გვ. 62

[53] მაკარიძე დ. სატელევიზიო დიზაინი. თბ., „ინტერნიუსი“, 2001, გვ. 15

[54] http://www. Orthodoxy.ge/info/2., 007/2007.07.29htm. (მოძიებულია 06.05.2011)

[55] Патерсон Р. “Как анализировать современное телевидение”. Сб. “Медия. Введение”. . . , стр. 173

[56] ვაჩნაძე გ. დასახ. ნაშრ., გვ. 194

[57] Хигсон Э. “Национальная независимость и глобальная культура”. Сб. “Медия. Введение”. . . , стр. 462

[58] ფირალიშვილი ზ., იაკობაშვილი ლ. ქართული პოლიტიკის თეატრალური დიალექტიკა: წერილები ქართულ იდენტობაზე. თბ., კავკასიის საზოგადოებრივ სტრატეგიათა ინსტიტუტი, 2007, გვ. 43

[59] წურწუმია რ. მეოცე საუკუნის ქართული მუსიკა. თვითმყოფადობა და ღირებულებითი ორიენტა–ციები. თბ., სახელმწიფო კონსერვატორია, 2005, გვ. 47

[60] სიგუა ს. ქართული მოდერნიზმი. თბ., “სამშობლო”, 2002, გვ. 284

[61] დავითაშვილი ზ. ნაციონალიზმი და გლობალიზაცია. თბ., “მეცნიერება”, 2003, გვ. 10

[62] მარკოზაშვილი ლ. „ საბავშვო ამბები“. ჟურ. „ბავშვების დრო“, 2011, №3, გვ. 9

[63] Хигсон Э. «Как конструируются образы национальной идентичности». Сб. “Медия. Введение”. . . , стр. 455

[64] Higson A. “The Idea of National Cinema”. Journal “Screen”, 1989, №30, p. 36

[65] ჩხარტიშვილი მ. „ნაციონალიზმის იდეოლოგიის უნივერსალიები ი. ჭავჭავაძის შემოქმედებასა და საზოგადოებრივ მოღვაწეობაში”. კრ. “ილია ჭავჭავაძე – 170”. თბ., შოთა რუსთაველის ქართული ლიტერატურის ინსტიტუტი, 2007, გვ. 215

[66] ფირალიშვილი ზ., იაკობაშვილი ლ. დასახ. ნაშრ., გვ. 74

[67] ფირალიშვილი ზ., იაკობაშვილი ლ. დასახ. ნაშრ., გვ. 75

[68] МакНайер Б. «НИКТ и демократия – Интернет». Сб. “Медия. Введение”. . . , стр. 237

გამოყენებული ლიტერატურა

ლექსიკონები, ცნობარები

უცხო სიტყვათა ლექსიკონი. თბილისი, „მერიდიანი“, 2007

ქართული ნახატი და თოჯინური კინოს ფილმოგრაფიული ცნობარი. თბ., 1984

ორბელიანი ს.-ს. ლექსიკონი ქართული. თბ., “მერანი”, 1991

მონოგრაფიები

არნოლდი ე. უოლტ დისნეის ცხოვრება და ზღაპრები. თბ., „ხელოვნება“, 1979

ბაგრატიონი ვ. აღწერა სამეფოსა საქართველოსა. თბ., თსუ–ს გამომცემლობა, 1941

ბელერი ჰ. კინომონტაჟის ასპექტები. თბ., „კენტავრი“, 2006

ბერიძე ქ. ტელევიზიის გავლენა მოზარდების აგრესიულ ქცევაზე. ბათუმი, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2008

დავითაშვილი ზ. ნაციონალიზმი და გლობალიზაცია. თბ., “მეცნიერება”, 2003

ვაჩნაძე გ. ვიდეოს ერა. საუკუნე პირველი. თბ., „განათლება“, 1988

თუმანიშვილი მ. სანამ რეპეტიცია დაიწყება... თბ., საქართველოს თეატრალური საზოგადოება, 1977

ლეონიძე ნ. ტელევიზიის მოამბე. თბილისი, „საბჭოთა საქართველო“, 1987

ლეონიძე გ. ტელეპუბლიცისტიკის პოეტიკა. თბ., “სამშობლო”, 2002

მაკარიძე დ. სატელევიზიო დიზაინი. თბ., „ინტერნიუსი“, 2001

რუსთაველი შ. ვეფხისტყაოსანი. თბ., “საბჭოთა საქართველო”, 1966

სიგუა ს. ქართული მოდერნიზმი. თბ., “სამშობლო”, 2002

სტეინლი პ. სატელევიზიო რეპორტაჟი. თბ., „ინტერნიუსი“, 2001

ფირალიშვილი ზ., იაკობაშვილი ლ. ქართული პოლიტიკის თეატრალური დიალექტიკა: წერილები ქართულ იდენტობაზე. თბ., კავკასიის საზოგადოებრივ სტრატეგიათა ინსტიტუტი, 2007

ქამტოკი ჯ., რობერტსი დ., მაკომბი მ. ტელევიზია და ადამიანის ქცევა. თბ., “საბჭოთა საქართველო”, 1988

შტაინერი რ. ბავშვის აღზრდა სულიერი მეცნიერების თვალსაზრისით. თბ., „ლომისი“, 1990

წურწუმია რ. მეოცე საუკუნის ქართული მუსიკა. თვითმყოფადობა და ღირებულებითი ორიენტაციები. თბ., სახელმწიფო კონსერვატორია, 2005

ჰორაციუსი, კვინტუს ფლაკუსი. პოეტური ხელოვნებისათვის. თბ., თსუ–ს გამომცემლობა, 1981

Андроников И. Я хочу рассказать вам. М., "Советский писатель", 1965

Багиров Э. Место телевидения в системе средств информации и пропаганды. М., МГУ, 1976

Багиров Э. Очерки теории телевидения. М., "Искусство", 1978

Бергер А. Видеть – значит верить. М., "Вильямс", 2005

Борецкий Р. Телевизионная программа. М., «Искусство», 1967

Вертов Д. Статьи, дневники, замыслы. М., "Искусство", 1966

Галочкина Г. Телеекран приглашает детей. М., „Искусство", 1976

Громова Е., Маньковская Н. Постмодернизм: теория и критика. М., «Искусство», 2002

Дворко Н. Профессия – режиссер мультимедиа. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский гуманитар–ный университет профсоюзов, 2004

Занусси К., Жебровский Э. Телевизионные Киноновеллы. М., "Искусство", 1978

Захава Б. Мастерство актера и режиссера. М., «Просвещение», 1972

Зубавой М. Графика Матисса. М., «Искусство», 1977

Клер Р. Размышления о киноискусстве. М., «Искусство», 1958

Копилова Р. Контакт. М., »Искусство», 1974

Кракауер З. Реабилитация физической реальности. М., «Искусство», 1974

Маклюен М. Понимание Медиа: Внешные расширения человека. М., "Канон-Пресс-Ц", 2003

Моль А. Социодинамика культуры. М., "Прогресс", 1973

Рабигер М. Учебное пособие. М., «Монтаж», 1999

Ромм М. Избранные произведения. В 3-х томах, т. 1. М., «Искусство», 1980

Ростова Н. Телережиссура – основы мастерства. М., «ИПК», 2004

Сабашникова Е. Игровое телевидение. Проблемы режиссуры. М., «Знание», 1983

Саппак В. Телевидение и мы. М., "Наука", 1988

Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М., »Вагриус», 1998

Утилова Н. Монтаж как средство художественной выразительности. М., «Искусство», 1998

Феng И. Теленовости: секреты журналистского мастерства. М., «Искусство», 1996

Чалдин Р. Психология влияния. Питер, "СПБ", 2001

Эйзенштейн С. Избранные статьи. М., «Искусство», 1956

Эйзенштеин С. Избранные произведения. В 6 томах, т. 3. М., „Искусство", 1964

McLuhan M. Understanding Media/The extensions of Man. New York: McGraw-Hill, 1966

Shramm W. Television in the Life of Our children. Stanford: Stanford University Press, 1961

სახელმძღვანელოები, კრებულები

ბიბისის ღირებულებები და სტანდარტები. თბ., “არტე”, 2004

კრებული “დემოკრატიის მშენებლობა საქართველოში”. თბ., „იდეა“ “, 2003

კრ. “ილია ჭავჭავაძე – 170”. თბ., შოთა რუსთაველის ქართული ლიტერატურის ინსტიტუტი, 2007

კრ. “მიხეილ თუმანიშვილი ფიქრობს...”. თბ., “ტერა ინკოგნიტა”, 2004

კრ. “პოსტმოდერნი როგორც ასეთი”. თბ., „მერანი“, 1999

კრ. “სატელევიზიო ჟურნალისტიკა”. თბ., 1998

კრ. “ტელეჟურნალისტიკის საკითხები II”. თბ., თსუ–ს გამომცემლობა, 1997

Сборник „40 мнений о телевидении“. М., „Искусство“, 1978

Сб. “Актер в кино”. М., »Искусство», 1976

Сб. “Введение в теорию журналистики”. М., «Высшая школа», 1980

Сб. “Медия. Введение”. М., «Юнити-Дана», 2005

Сб. “Проблемы телевидения и радио”. М., НМО ГКРТ, 1976

Сб. “Телевидение и дети”. М., «Искусство», 1976

პერიოდული პრესა

გაზეთი „24 საათი“. 2005, 24 თებერვალი

გაზ. “24 საათი“. 2008, 1 მარტი

გაზ. „7 დღე“. 1993, 14 აპრილი

გაზ. “ახალგაზრდა კომუნისტი”, 1983, 7 მაისი

გაზ. „ახალი 7 დღე“. 2006, 13–19 იანვარი

გაზ. “ახალი 7 დღე“. 2006, 27 იანვარი–2 თებერვალი

გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1958, 4 –10 მაისი

გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1958, 11 – 18 მაისი

გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1958, 25 მაისი – 1 ივნისი

გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1959, 6 თებერვალი
გაზ. „ლაპარაკობს თბილისი“. 1959, 1 ნოემბერი
გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 9 იანვარი
გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 16 იანვარი
გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 23 იანვარი
გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 13 თებერვალი
გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 6 მარტი
გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 20 მარტი
გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 16 აპრილი
გაზ. „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისი“. 1987, 22 მაისი
გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“. 1993, 25 ივნისი
გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“. 2008, 29 თებერვალი
გაზ. „TV პროგრამა“. 2011, 17 იანვარი

газ. «Литературная газета», 1969, 10 сентября
газ. «Свободная Грузия». 2005, 19 марта
газ. «Советская литература». 1983, 30 апреля
газ. «Учительская газета», 1972, 28 Сентября

newspaper „Georgia Today“. 2007, March 16-22
newsp. „United States News and World Refort“. 1969, October 6

ჟურნალი „ავერსი“. 2006, №7
ჟურნ. „ბავშვების დრო“, 2011, № 3
ჟურნ. „ბომონდი“, 2008, ივნისი
ჟურნ. “თეატრმცოდნეობითი და კინომცოდნეობითი ძიებანი”, 2005, № 4
ჟურნ. „მაუწყებელი“, 2011, №1
ჟურნ. „მუდმივი კავშირის სამყარო“, 2009, №2
ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება”, 1964, № 9
ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება“, 1965, №8
ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება“, 1968, № 3
ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება“, 1968, №5
ჟურნ. „საბჭოთა ხელოვნება“, 1968, №7
ჟურნ. „სინემა“, 1991, №6
ჟურნ. „სკოლა და ცხოვრება“. 1993, №2

ჟურ. „ტაბულა“, 2011, № 49

ჟურნ. “ხელისუფლება და საზოგადოება”, 2010, №3

ჟურნ. “ხელოვნება”, 1990, №5

ჟურნ. “Filmprint”, 2011, №1

ჟურნ. „Filmprint“, 2011, №3

журн. «Иностранная литература», 1965, №2

журн. ,,Искусство кино“, 1963, №2

журн. «Искусство кино», 1965, №3

журн. “Киноведичские записки”, 1995, №2

журн. „Мир и наука“, 1973, №3

журн. „Троицкий благовестник”, 1993, №24

Journal “Screen”, 1989, №30

საინტერნეტო მასალები

http://www.museum tv/archives/etv/c/htm/e/Childrenad/ htm. childrens Programming (მოძიებულია 01.05.2006)

http://Lib.ge/body-texst.php?3233 (მოძიებულია 01.03.2011)

http://www. Orthodoxy.ge/info/2., 007/2007.07.29htm. (მოძიებულია 06.05.2011)

http://banksandfinace. ge/ business/790 – telekomi.htm/ (მოძიებულია 27.07.2011).

http://church.ge/indexs, php? Showtopic= 44998st+160 (მოძიებულია 06.05.2011)

http://gpb.ge/AboutGPB.aspx?LangID=1 (მოძიებულია 10.10.2011)

http://gpb.ge/uploads/documents/044b075e-3c2b-4859-9940-aa29a93fdd17GPB_Code_of_Conduct.pdf. (მოძიებულია 10.10.2011)