

UDC 7.038

SCOPUS CODE 1201

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2024-1-29-38>

მედია როგორც ხელოვნება და ხელოვნება როგორც მედია

(ჟურნალები: „თეატრი“, „არილი“, „Art in America“, „ARTFORUM“)

ასმათ წერეთელი კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი, სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი, მასობრივი კომუნიკაციის სადოქტორო პროგრამის დოქტორანტი, საქართველო, 0141, თბილისი, ჩარგლის ქ. 73
E-mail: asmat.tsereteli@ciu.edu.ge

რეცენზენტები:

ე. თხილავა, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ასოცირებული პროფესორი, სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი

E-mail: eka.tkhilava@ciu.edu.ge

ხ. კაჭარავა, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ასოცირებული პროფესორი, სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი

E-mail: Khatuna.kacharava@ciu.edu.ge

ანოტაცია. საზოგადოებრივი ცხოვრების ორ გავლენიანსა და მნიშვნელოვან სფეროს - მედიასა და კულტურას თანაარსებობის მრავალწლიანი ისტორია აქვს. არ არსებობს მედია ხელოვნების და ხელოვნება - მედიის გარეშე. ამიტომ არის საზოგადოებრივი ცნობიერების ფორმირებაზე ამ სფეროების ზემოქმედების ფორმებისა და შედეგების კვლევა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი.

ბრიტანელი მედიათეორეტიკოსი დენის მაკჟუელი თავის ნაშრომში „ჟურნალისტიკა და საზოგადოება“ აღნიშნავს, რომ ყველა თეორია, რომელიც შეისწავლის ურთიერთობას მედიას, კულტურასა და საზოგადოებას შორის, მიუხედავად კონცეპტუალუ-

რი განსხვავებულობისა, თანხმდება იმაში, რომ მედიას შეუძლია მოემსახუროს საზოგადოების როგორც გათავისუფლებას, გაერთიანებას, ისე მის ფრაგმენტაციას, დანაწევრებას; როგორც განვითარებას, წინ წაწევას, ისე - უკან დახევას. მიუხედავად ერთგვარი განუსაზღვრელობისა, მედია, რომელიც აყალიბებს და ასახავს, აირეკლავს საზოგადოებას, არის ძირითადი გზავნილი საზოგადოების შესახებ [1].

კულტურა და ხელოვნება საზოგადოებრივი ცხოვრების ის ფუნდამენტური ნაწილია, რომელიც ქმნის ღირებულებებს, ავითარებს და ამლიერებს საზოგადოებრივ ურთიერთობებს, მედიასთან ერთად ახდენს საზოგადოებრივი ცნობიერების ფორმირებას. „პოლიტიკური დაპირისპირებები და ომე-

ბი კი არ იწვევს კულტურის კრიზისს, არამედ, პირიქით, შეურიგებლობა, აგრესია და ომები კულტურის კრიზისის შედეგია“ - ევროპელი მკვლევრების ეს დასკვნა ერთგვარი პოსტულატია, რომელიც ყველაფერს ამბობს კულტურის როლზე საზოგადოების გაჯანსაღების პროცესში.

საკვანძო სიტყვები: დისკურსული მრავალფეროვნება; ინტერპრეტაცია; კულტურა; მედია; ხელოვნება.

შესავალი

კულტურა ეროვნული თვითმყოფადობის გამოვლინებაა. შესაბამისად, მედიის მიერ კულტურისა და ხელოვნების საკითხების გაშუქება ყოველთვის იყო, არის და იქნება აქტუალური. მედია, როგორც ხელოვნების მიმართულება, XX საუკუნის 60-იან წლებში ჩამოყალიბდა. მასმედიის დომინირებამ ადამიანთა ყოფაში ხელოვნებისადმი ინტერესი კიდევ უფრო გაზარდა.

მეცნიერ პეტერ ვეიბელის (Peter Weibel) განმარტებით (რასაც მკვლევართა დიდი ნაწილიც ეთანხმება), მედიახელოვნება ეყრდნობა ადამიანთა მედიაგამოცდილებას, რაც გარკვეულწილად ესთეტიკური აღქმის ნორმატივად იქცა. „ხელოვნებაში მედიის გარეშე არაფერი არსებობს, არავის შეუძლია, გახდეს მისგან დამოუკიდებელი“. (Weibel, 2015). ამ განმარტებას ვეიბელი კიდევ უფრო ამყარებს მოსაზრებით, რომ ყველა ტრადიციული ხელოვნების მიმდინარეობა მედიაგამოცდილებას იზიარებს.

მედიაარტისა და, ზოგადად, ხელოვნების განვითარების მომავლის შესახებ საყურადღებოა BBC-ის მიერ გამოქვეყნებული კვლევა - „როგორი იქნება ხელოვნება 20 წლის შემდეგ“ (აპრილი, 2019). ხელოვნებისა და მედიის წარმომადგენლების პროგნოზის მიხედვით, მასმედიის გავლენით, ხელოვნება გახდება ინკლუზიური და ხელმისაწვდომი; კლიმატის ცვლილებები იქნება ხელოვნების ინსპირაციის ერთ-ერთი მთავარი წყარო და მომავლის ხელოვნება, დღევანდელობასთან მსგავსებისა თუ განსხვავების მიუხედავად, მაინც ეპოქის სულის ამსახველი იქნება.

ძირითადი ნაწილი

საქართველოში დღემდე ჩატარებული კვლევები ბეჭდურ მედიაში კულტურისა და ხელოვნების საკითხების გაშუქებაზე არც თუ ისე მრავალფეროვანია. ტელევიზიამ და სოციალურმა მედიამ ბეჭდური მედიის მონოპოლია გარკვეულწილად შეასუსტა, თუმცა ბეჭდურ მედიას აქვს ის ნიშა, რითაც ის ასე პოპულარულია საერთაშორისო ასპარეზზე განვითარებულ ქვეყნებში. ამ აზრის გასამყარებლად საკმარისია იმ რამდენიმე პოპულარული გამოცემის დასახელება, რომლებიც დღემდე უკონკურენტოა: „Time“, „New York Times“, „Daily Telegraph“, „The New Yorker“, „National Geographic“, „Forbes“ და სხვა.

ბეჭდური მედიის განსაკუთრებულობა სწორედ ისაა, რომ ის მიმართავს ადამიანის „შინაგან მხედველობას“. დაწერილი თუ დაბეჭდილი სტატია მკითხველს სააზროვნოდ განაწყობს და სწორედ ეს თვისება განსაზღვრავს ბეჭდური მედიის ინტელექტუალურ ხასიათს. კულტურული პოტენციალი კი

ბექდური მედიის აქტუალურობის შენარჩუნების ერთ-ერთი საყურადღებო ფაქტორია.

თანამედროვე ადამიანის ცხოვრობს და ვითარდება კულტურით გაჯერებულ სამყაროში, მის ყოველდღიურობაში (სოციუმში). მასმედია კი კიდევ უფრო აღრმავებს კულტურის კვლევის მნიშვნელობას. **პიერ ბურდიე თავის ნაშრომში - „გემოვნების განსჯის სოციალური კრიტიკა“**, გემოვნების ცნებას განმარტავს როგორც საუკუნეთა განმავლობაში ფართოდ გამოყენებულ ადამიანის კულტურული შემოქმედების შეფასების საშუალებას. „კულტურული გემოვნება უმეტეს შემთხვევაში გაგებულია, როგორც ინდივიდის სოციალური ყოფის შედეგად ფორმირებული ფენომენი, რომელიც იმ სოციუმისა და ჯგუფის მსგავსია, რომელსაც ეს ინდივიდი მიეკუთვნება“ [4].

ჩვენი კვლევა აგებულია ტრადიციული მედიის, კერძოდ, ბექდური მედიის კვლევის საფუძველზე; უცხოელი მკვლევრები – დანიელ ჩანდლერი და როდ მანდი ნაშრომში „სოციალური მედიის ლექსიკონი“ ამბობენ, რომ „ტრადიციული მედია იმ მედიასაშუალებათა ერთობლიობაა, რომელიც ინფორმაციის გასავრცელებლად გამოიყენება (მაგ. ბექდური, სამაუწყებლო) და აუდიტორია მის მუშაობაში ჩართული არ არის“. თუმცა მოგვიანებით, საკომუნიკაციო საშუალებათა განვითარებასთან ერთად, შესაძლებელი გახდა ტრადიციულ მედიაში აუდიტორიისგან გარკვეული სახის დადებითი ან უკუკავშირის მიღება. მაგ., აუდიტორია ტელეთერში, მკითხველთა წერილების გამოქვეყნება პრესაში, კომენტარები ინტერნეტში და ა.შ. (Chandler, 2016)

ხელოვნება ახერხებს საზოგადოებაზე ზემოქმედებას და ერთგვარი მორალური ნორმების დამკვიდრებას. ამის მაგალითია ჟურნალი „თეატრი“, რომელსაც არსებობის 123 წლის ისტორია აქვს. ის 1910 წელს დაარსდა სახელწოდებით „თეატრი და ცხოვრება“ და ამ ხნის განმავლობაში ყოველთვის აქტიურად და სათანადოდ ასახავდა ქვეყანაში მიმდინარე კულტურულ პროცესებს. ეს ტრადიცია დღესაც გრძელდება.

ჟურნალი „თეატრი“ (რედ. დ. ანდრიაძე) თანამედროვე ქართული ხელოვნების ჟურნალებს შორის გამოირჩევა თემატიკის მრავალფეროვნებით, პროფესიონალური და გემოვნებიანი პუბლიკაციებით, ზომიერი, მართებული კრიტიკით, საყურადღებო მოსაზრებებით, სტრიქონებს შორისაც რომ იკითხება. ჟურნალ „თეატრის“ ფურცლებზე ხელოვნების დისკურსული მრავალფეროვნება წარმოდგენილია სხვადასხვა რუბრიკით: „პირველი რიგი“, „რეცენზია“, „ესე“, „თეატრის ფილოსოფია“, „ფიესტა“, „ალტერნატივა“, „სილუეტი“, „პორტრეტი“, „რაკურსი“, „პარადიგმა“, „თეატრალური პროზა“ და სხვა. ჟურნალში საინტერესო რეცენზიების, ესეისტის გვერდით გვხვდება ინტერვიუები ცნობილ ხელოვანებთან, შუქდება როგორც დედაქალაქის, ისე რეგიონების კულტურული ცხოვრება, იბეჭდება პუბლიკაციები ქართული და მსოფლიო კულტურის ისტორიიდან; ქვეყნდება როგორც ქართველი, ისე უცხოელი ფილოსოფოსების, მოაზროვნეების, კრიტიკოსების, მწერლებისა და დრამატურგების შემოქმედება.

ნამდვილი ხელოვნება, როგორც საზოგადოების სარკე, ადამიანს „ცხოვრების სარკეში“ ახედებს და საკუთარ თავს მორალისა და ზნეობის ჭრილში

ანახებს. სამართლიანი და ობიექტური მედია კი ამ პროცესს კიდევ უფრო აღრმავებს. ასეთი „სარკის“ ფუნქცია ხშირად აქვს მორგებული ჟურნალ „თეატრს“, რომლის 2020 წლის 1 ნომერში რუბრიკის ქვეშ „თეატრი და პუბლიკა“ დაბეჭდილია დავით ანდრიაძის ფილოსოფიური ესე - „იყიდეთ, იყიდეთ, იყიდეთ... რამე“. „ნიცმე პლატონისეულ ტერმინს - „თეატროკრატია“ უკვე ვაგნერის პრეცედენტის ერთ-ერთ პასაჟში გამოიყენებს და აქცენტს დასვამს თეატრის, როგორც ადგილის იდეაზე და არა თეატრზე, როგორც მაყურებელთა თავყრილობაზე”, [7] ავტორის მიერ, თეატრის, როგორც „ადგილის იდეა“ განხილულია ბრეტისეული სიტყვათა თამაშით - როგორ დაუშრა საბოლოოდ დრამატულ თეატრებს ცრემლი და სპექტაკლებმა რახანია ქუჩაში, პარლამენტში, საარჩევნო კომისიებსა და სხვაგან გადაინაცვლა. ესეში გვხვდება გიდებორის „სპექტაკლის საზოგადოების“ თანამედროვე ინტერპრეტაცია უცნაური და ამავე დროს ძალზედ საცნაური „თანამედროვე საზოგადოების“ ნიშნებით - „ომი-როგორც სპექტაკლი“, „ინტერნეტი - როგორც სპექტაკლი“, „პოდიუმი - როგორც სპექტაკლი“ და „ცხოვრება - როგორც სპექტაკლი“. „ეს „სპექტაკლები“ თავად „სპექტაკლის საზოგადოების“ ვირტუალური რეალობის მედიუმია, სახენილებით გათამაშებული ურთიერთობებია ადამიანებისა, რომელთაც არც ერთმანეთის სჯერათ და არც - ისევ და ისევ ცრემლების“ [7].

თანამედროვე მსოფლიოში ტრადიციული მედიიდან (გაზეთი, რადიო, ტელევიზია) მულტიმედიურ პლატფორმაზე გადასვლის პრობებში დარგობრივი ჟურნალისტიკის და, კერძოდ, კულ-

ტურის ჟურნალისტიკის განვითარება კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია - ხელოვნებისა და კულტურის სფეროში მიმდინარე მოვლენების შესახებ საზოგადოების კვალიფიციური ინფორმირებისთვის, ხელოვნების დარგების პოპულარიზაციისა და საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებისათვის.

ადამიანებს ფასეულობებისა და შეხედულებების ჩამოყალიბებაში განათლება და კულტურა ეხმარება; მედიის მიერ ამ საკითხების გაშუქება დიდ გავლენას ახდენს საზოგადოების ცნობიერებაზე. სწორედ პიროვნებისა და საზოგადოების ფორმირების პროცესში კულტურისა და მედიის ამ როლის გამო მედია შეიძლება განვიხილოთ როგორც ხელოვნება და ხელოვნება – როგორც მედია.

მედია როგორც ხელოვნება და ხელოვნება როგორც მედია – ამ განსაზღვრების შინაარსი ჩვენ მიერ საკვლევე ჟურნალების თემატიკაში არაერთხელ გვხვდება და ერთ-ერთი საინტერესო ვარიანტია ჟურნალ „თეატრის“ 2021 წლის პირველ ნომერში დაბეჭდილი ლაშა ჩხარტიშვილის რეცენზია „ტრაგედია, რომელიც არ შედგა“ [8]. აღნიშნულ რეცენზიაში მედია და ხელოვნება თანაბარ სიბრტყეზეა აღქმული - პირდაპირი და გადატანითი მნიშვნელობით. პირდაპირ მნიშვნელობაში იგულისხმება ლაშა ჩხარტიშვილის საინტერესო ნააზრევი ვასო აბაშიძის სახელობის თეატრის სცენაზე დავით დოიაშვილის რეჟისორობით განხორციელებულ სპექტაკლზე - „ოიდიპოს მეფე“. გადატანით მნიშვნელობაში კი შეგვიძლია ვიგულისხმოთ თვით რეჟისორის მიერ სცენაზე დატრიალებული დამაინტრიგებელი არჩევანი – კონცეპტუალური, საკამათო და შესაბამისად საინტერესოც. სოფოკლეს

ქმნილების ჩვენს თანამედროვეობაში გადმოტანა იმ უამრავ მნიშვნელოვან პოლიტიკურ, სოციალურ, ადამიანურ პრობლემას ეხმიანება, აგერ უკვე საუკუნეებია, რომ ვერ გადაჭრა კაცობრიობამ. კლასიკურად გააზრებული და დადგმული წარმოდგენის ნაცვლად, „ახლებური“ „ოიდიპოს მეფე“ ხვდება მაყურებელს. დოიაშვილი ქმნის კლასიკური ოიდიპოსის თანამედროვე „ანარეკლს“, რომელიც მოჩვენებითი, ყალბი, ფასადური, ზიზღითა და ეჭვით გამსჭვალული, სტრესითა და პრობლემებით დამძიმებული თანამედროვე სამყაროს ნაწილია.

თეატრი ცხოვრების სარკეაო, – ამბობდა ილია და ჩვენს თანამედროვეობაში თეატრის სცენიდან ნათქვამი სიმართლის ჟურნალის ფურცლებზე გადატანა და მკითხველამდე ასე საინტერესოდ მიტანა უდავოდ დასაფასებელია. ლაშა ჩხარტიშვილი აღნიშნავს, რომ რეჟისორი ანტიკურ ტრაგედიას წარმოაჩენს როგორც თანამედროვე დრამას და თანამედროვე თოქ-შოუს ელემენტებით მაყურებელსაც რთავს სპექტაკლში. პირველად დოიაშვილის შემოქმედებასა და მთლიანად საქართველოში - რეჟისორი სპექტაკლში იყენებს პირდაპირ ინტერაქტივს. მსახიობები დარბაზში სვამენ კითხვებს. (მედია და ხელოვნება კვლავ ერთ სიბრტყეზეა). ერთ-ერთი მაყურებელი (სინამდვილეში მსახიობი) ხალხის პროვოცირებას ახდენს, რათა საზოგადოებამ ხმა აიმაღლოს ტყუილის წინააღმდეგ. პუბლიკა კი დუმს, ინერტულია და მოვლენების განვითარებას აკვირდება... ქორო მაყურებელს ონლაინგამოკითხვაში სვამს – გაგრძელდეს თუ არა სპექტაკლი.

რეჟისორის მიერ მედიის ელემენტების გათანამედროვეებულ ანტიკურ ტრაგედიაში სცენაზე გადატანა, თეატრალური კრიტიკოსის უაღრესად

საინტერესოდ შეფასება და ჟურნალის ფურცლებიდან მკითხველამდე მიტანა ხელოვნებისა და მედიის ურთიერთობის ორიგინალურ ტანდემს კიდევ უფრო საინტერესოს ხდის. ფაქტობრივად, რეჟისორი თანამედროვე რეალობაში მედიის ჩართულობას მიზანსცენებით წარმოგვიდგენს, ლაშა ჩხარტიშვილი კი ყოველივეს ობიექტურად აფასებს. სპექტაკლის ფინალი მოულოდნელია – მეფე ოიდიპოსი სცენას ტოვებს და ტრაგედიის ფინალიც ღია რჩება. მაყურებელი ვერ ხვდება, ეს ეპიზოდი შოუს ნაწილია, თუ რეალურად ასე სრულდება სპექტაკლი. სწორედ აქ არის რეჟისორის ინტრიგა ჩადებული – როგორც ცხოვრებაში, ისე სცენაზეც წაშლილია ზღვარი სიმართლესა და ტყუილს შორის, რადგან ეს ზღვარი არ არსებობს... სიმართლის დადგენაში ვერ ეხმარება მაყურებელს ვერც საინფორმაციო საშუალებები, რომელიც ფაქტის მისეულ ვერსიას – ინტერპრტირებულსა და შეთხზულს აწვდის საზოგადოებას. შესაბამისად, გამოდის, რომ მართალსა და ობიექტურ ინფორმაციას ვერ ვიღებთ. სპექტაკლში მნიშვნელოვანი როლი და ადგილი მასობრივ საინფორმაციო საშუალებებს ეთმობა. ოიდიპოსის მიმართვა ხალხისადმი პირდაპირი ეთერით გადაიცემა – სცენაზე მაყურებელი ხედავს მონიტორებს, რომლებიც სხვადასხვა ტელევიზიის იმიტაციას ქმნის. რეჟისორი გვიხატავს საინფორმაციო საშუალებების სამყაროს, რომელიც ფაქტებს იმ რაკურსით გვაჩვენებს, რომელიც მის ინტერესებში შედის.

ზუსტად ასეა თანამედროვე ქართულ რეალობაში. მედია ამბებს ისე ჰყვება და ფაქტებს ისე წარმოაჩენს, როგორც მის ინტერესებშია.

თანამედროვე თეატრებში უკვე გაჩნდა ტერმინი „ჰიბრიდული თეატრი“, სადაც წამლილია ზღვარი ტრაგედიის გმირის ცნების კლასიკურ გააზრებასთან, რეალურსა და ვირტუალურ სამყაროსთან, ეპოქებთან და დრამატულ თეატრში არსებულ საშემსრულებლო მანერასთან. ჟურნალის ფურცლებზე დაბეჭდილი ეს კონკრეტული რეცენზია კიდევ ერთხელ წარმოგვიდგენს მედიისა და ხელოვნების გაცვლილ „როლებს“ თანაბარ სიბრტყეზე.

რაც შეეხება ჟურნალ „არილს“, მის ფურცლებზე მედია უფრო სახელოვნებო და ლიტერატურულ პროცესებზე გავლენის „როლში“ გვევლინება. აქ წარმოდგენილ ინტერვიუებში, ესეებში, ნარკვევებში ხელოვანები, მწერლები, ფილოსოფოსები საუბრობენ ცხოვრების რეალური ჭრილიდან დანახულ პრობლემებზე, თემებზე, ხელოვნებისა და მწერლობის სხვადასხვა ასპექტებზე. თეოდორ ადორნო ამბობს: „ფორმის გათავისუფლება, რომლისკენაც მიისწრაფვის ნებისმიერი ახალი ხელოვნება, არის საზოგადოების გათავისუფლების შიფრი, რადგან ფორმა, მთლიანად ცალკეულის, ერთეულის ესთეტიკური კონტექსტი, წარმოადგენს სოციალურ ურთიერთობებს ხელოვნების ნაწარმოებში“ [6]. ტიტანური შრომა სჭირდება ხელოვანს, რომ დისჰარმონიულ, ქაოსურ სამყაროში შექმნას პროდუქტი, რომელიც ყალბი არ იქნება... საზოგადოებრივ-ლიტერატურული ჟურნალი „არილი“, რომელიც 1996 წლიდან არსებობს, რედაქტორების - მალხაზ ხარბედიასა და ლექსო დორეულის ალღოს „წყალობით“, ხშირად ახალბედა უცნობ ავტორებს, მათ ახლებურ იდეებს ბეჭდავს და „აზრობრივ

სცენაზე“, გამორჩეული სახელების გვერდით დამკვიდრების შანსს აძლევს.

„არილი“ საზოგადოებას წარუდგენს თანამედროვე ლიტერატურის უცხოელ ავტორებს, რომელთა გაცნობის შესაძლებლობაც ქართველ მკითხველს ნაკლებად ჰქონდა და ეს არის ხელმისაწვდომობა ორიგინალურ ნაწარმოებზე, ხარისხიან თარგმანზე, ქართულთან ერთად მსოფლიო პროზაზე, პოეზიასა თუ სხვა ტექსტზე. აქ ხელოვნება მედიის მიერ დისკურსული მრავალფეროვნების ჭრილშია წარმოდგენილი და განხილულია მედია როგორც ხელოვნება და – პირიქით. 2021 წელს ჟურნალის რედაქტორი მალხაზ ხარბედია წერდა: „საუკეთესო წლებში „არილს“ ყველა ჟანრში თავისი „მფარველი“ და „რედაქტორი“ ჰყავდა. ზაზა თვარაძე – პროზაში, ანდრო ბუაჩიძე – პოეზიაში, თამაზ ვასაძე – კრიტიკასა და ესეისტიკაში, ზვიად რატიანი – თარგმანსა და პოეზიაში“ (ხარბედია, 2021).

ჟურნალ „არილის“ 2021 წლის მე-5 ნომერში დაბეჭდილია პიტერ სტოუნის 1981 წელს ჩაწერილი ინტერვიუ გაბრიელ გარსია მარკესთან, სადაც გენიალური მწერალი ჟურნალისტიკასა და მწერლობას შორის განსხვავებასა და პარალელებზე საუბრობს - „ჟურნალისტიკაში ერთი მცდარი ფაქტი ვნებს ყველაფერს, მხატვრულ ლიტერატურაში კი ერთი ჭეშმარიტი ფაქტი დამაჯერებელს ხდის მთელ ნაშრომს. მხატვრულმა პროზამ ჟურნალისტიკას ლიტერატურული ღირებულება შესძინა, ჟურნალისტიკამ კი მას რეალობასთან ახლო კავშირი შეუნარჩუნა“. (Stone, 1981)

ჟურნალი „არილიც“ არის ამის დასტური. მით უფრო, რომ „კულტურა გვთავაზობს თავაზიან დია-

ლოგს საკუთარ შეცდომებთან და დამარცხებებთან, რაც, საბოლოო ჯამში, ადამიანად ყოფნის წინაპირობაა. ამ კულტურის ნაწილია ლიტერატურაც“ [11].

მედიისა და ხელოვნების ურთიერთობა, მედია, როგორც ხელოვნება და ხელოვნება, როგორც მედია, ხელოვნების დისკურსული მრავალფეროვნება მედიის ჭრილში საინტერესოაა წარმოდგენილი ამერიკული გამოცემა „ARTFORUM“-ის ფურცლებზე. ჟურნალში ხელოვნება განიხილება როგორც გვიანი მოდერნიზმიდან მოდური ტენდენციებისკენ მუდმივი სვლა, რაც ითვალისწინებს მინიმალურსა და კონცეპტუალურ ხელოვნებაზე, ბოდი არტზე, ლენდ არტსა და პერფორმანსის ხელოვნებაზე ფოკუსირებას. ჟურნალი 1962 წელს დაარსდა სან-ფრანცისკოში ჯონ.პ. ირვინის (უმცროსის) მიერ, 1967 წლიდან დღემდე კი გამოდის ნიუ-იორკში, სადაც რამდენიმე ოფისი აქვს. „ARTFORUM“-ის ახალი ერა დაიწყო 2019 წელს - დევიდ ველასკოს ხელმძღვანელობით. ამავე წლის ჟურნალის პირველ ნომერში დაიბეჭდა აივ-დადებიტი მხატვრის - კია ლაბიას ავტოპორტრეტი, რომელსაც მოჰყვა რედაქტორის მტკივნეული და სენსაციური განცხადება: „ხელოვნების სამყარო ქალთმომულება. ასევე არის რასისტი, კლასისტი, ტრანსჰობი და ჰომობოფი. ჩვენ ამას არ შევეგუებით. ინტერსექციური ფემინიზმი არის ეთიკა, რომელიც ახლობელი და ძვირფასია ჩვენთვის. ჩვენ აქ ვდგავართ და ამ გზით მივდივართ!“¹ ასეთი თამამი განცხადებები უცხო არ არის ამერიკული ხელოვნების ჟურნალებისთვის, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს მედიისა და

ხელოვნების უმნიშვნელოვანეს გავლენას საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლებაზე.

ჟურნალმა „ARTFORUM“-მა, როგორც საზოგადოების წინაშე ანგარიშვალდებულმა გამოცემამ, 2023 წლის 19 ოქტომბერს გამოაქვეყნა ღია წერილი, რომელსაც 8000 ხელოვანი აწერდა ხელს და რომელიც ჟურნალის პოზიციასაც ასახავდა: „ჩვენ უარყოფთ ძალადობას ყველა მშვიდობიანი მოქალაქის მიმართ, განურჩევლად მათი ვინაობისა; ვიზიარებთ წუხილსა და ბრახს 7 ოქტომბერს ჰამასის მიერ ისრაელში 1400 ადამიანის საშინელი ხოცვა-ჟლეტის გამო. ჩვენ ვგლოვობთ ყველა სამოქალაქო პირს, ყველა უდანაშაულო მსხვერპლს; იმედი გვაქვს მძევლების დაუყოვნებლივი გათავისუფლებისა და ვაგრძელებთ მოწოდებას ცეცხლის დაუყოვნებლივი შეწყვეტისაკენ!“ (ARTFORUM, 2023).

უდავოა, რომ ყველა მედიასაშუალება, ანგარიშვალდებულია საზოგადოების წინაშე. უფრო მეტიც, „მედია შესაძლოა არ უკარნახებს ხალხს, „რა იფიქრონ“, თუმცა ის „გასაოცრად წარმატებულად“ უკარნახებს აუდიტორიას - „რაზე იფიქრონ“. (Cohen, 1980). ბეჭდვითი მედიის „წონა“, საბედნიეროდ, ჯერ კიდევ ძალიან დიდია. ფურცლებზე დაბეჭდილი რამდენიმე სიტყვა გაცილებით სერიოზულად აღიქმება და უფრო დიდხანს ძლებს, ვიდრე თოქშოუების ბარბარიზმებით გაჟღენთილი მთელი მონოლოგი. ამის ნათელი მაგალითია ამერიკული გამოცემა „Art in America“, რომელიც 1913 წელს დაარსდა და 110 წელია ერთ-ერთ პრესტიჟულ ხელოვნების ჟურნალად ითვლება მთელ მსოფლიოში. ის არის ილუსტრირებული ყოველთვიური, საერთა-

¹ D.Velasko-„ARTFORUM”, 2018.#1.

შორისო ჟურნალი, რომელიც კონცენტრირებულია შეერთებულ შტატებში თანამედროვე ხელოვნების სამყაროზე - მხატვრებისა და ჟანრების პროფილების ჩათვლით. ის განკუთვნილია კოლექციონერებისთვის, მხატვრებისთვის, ხელოვნების დილერებისთვის, ხელოვნების პროფესიონალებისა და ხელოვნებით დაინტერესებული მკითხველისათვის.

ამა თუ იმ ხელოვანის შემოქმედება წლების გადმოსახედიდან უფრო ფასდება. ჩვენთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ ამერიკაში დღესაც აქტიურად საუბრობენ ნიჭიერ ქართველ მხატვარზე - ავანგარდისტ კარლო კაჭარავაზე „ARTFORUM“-ისა და „Art in America“-ს ფურცლებიდან.

„Art in America“-ს კრიტიკოსი - ჯონათან გუდმანი წერს: „ბუნებამ უთუოდ უხვად დააჯილდოვა ქართველი მხატვარი და ნიჭიერი კრიტიკოსი კარლო კაჭარავა. მისი ნატიფი გემოვნება, კოლოსალური ინტელექტი და ნიჭი კაცობრიობის სულიერ მიღწევათა უახლესი გამოვლინებაა. მისი პერსონა სრულიად აირეკლება მისსავე შემოქმედებაში იმდენად, რომ სიტყვა და ნახატი ერთმანეთს ავსებს. კარლო კაჭარავას მხატვრობა, სამეცნიერო ნაშრომები, 90-იანი წლების მსოფლიო ხელოვნების უდიდესი მიღწევაა. ისტორიული გროტესკი და ბედისწერის წინააღმდეგ ამხედრებული ეს უზარმაზარი შემოქმედება ბოლომდე ინარჩუნებს იდუმალების, ორიგინალობის, გენიალურობის ელფერს. მათი ავტორი დროის მიღმა“ [14].

ჟურნალ „Art in America“-ს ფურცლებზე ცნობილი თუ შედარებით უცნობი თანამედროვე მხატვრების შემოქმედების წარდგენა შემდეგი პრინ-

ციპით ხდება - არსებობენ მხატვრები, რომლებიც თავიანთი სურათებით იმას კი არ ცდილობენ, ერთმნიშვნელოვნად მხოლოდ სიამოვნება მიანიჭონ მნახველს, არამედ პირიქით, ისინი ადამიანთა ცხოვრების მანკიერ მხარეებს ასახავენ და ამით თითქოს სარკეში ახედებენ საზოგადოებას. მედიის ძირითადი ფუნქციაც სწორედ ესაა.

აბსტრაქციონისტული ხელოვნების დამაარსებელი - ვასილ კანდინსკი თავის წიგნში - „სულიერების შესახებ ხელოვნებაში“ აღნიშნავს, რომ ხელოვნება თავისი ფუნქციით ყოფიერების ილუსტრაციაა, რომელიც თავად დაატარებს შინაგან იდეურობას, რაც ხელოვნების სხვადასხვა სფეროში სხვადასხვა ფორმით სუბლიმირდება. კანდინსკის აზრით, რაც უფრო საშინელი ხდება სამყარო, მით უფრო აბსტრაქტული ხდება ხელოვნება. ბედნიერი სამყარო კი რეალისტურ ხელოვნებას ქმნის. ეს იმის შედეგია, რასაც „მოთამაშე ცნობიერებას“ უწოდებენ - როცა ცნობიერება თავისუფლდება „გონების ჩარჩოებისგან“ და თავისუფლება ენიჭება „ცნობიერების ნაკადს“, როგორც უშუალოს [15].

დასკვნა

სტატიაში განვიხილეთ მედია, როგორც ხელოვნება და ხელოვნება - როგორც მედია. მოკლედ შევეხეთ ქართულსა და ამერიკულ ჟურნალებში („თეატრი“, „არილი“, „ARTFORUM“, „Art in America“) კულტურის საკითხების გაშუქების თავისებურებებს, ხელოვნების დისკურსულ მრავალფეროვნებას მედიის ჭრილში და მედიის გავლენებს სახელოვნებო და ლიტერატურულ პროცესებზე. კვლევამ გვაჩვენა, რომ ამერიკულისგან განსხვავებით (სადაც

კულტურის საკითხები არა მარტო სახელოვნებო ჟურნალებში, არამედ მთლიანად მედიაში ინტენსიურად შექედება, ქართულ სინამდვილეში, პოლიტიკური ფონის „წყალობით“, კულტურის საკითხების გაშუქება ზოგადად მედიაში მინიმუმამდეა დაყვანილი. გამონაკლისია ჩვენ მიერ განხილული ჟურნალები - „არილი“, „თეატრი“ და რამდენიმე სახელოვნებო გამოცემა.

ნაშრომში ნაჩვენებია მსგავსება-განსხვავებანი ქართულსა და ამერიკულ მედიას შორის.

კვლევამ აჩვენა, რომ ქართულ სინამდვილეშიც კულტურის ჟურნალისტიკას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ინფორმირებული და დემოკრატიული

საზოგადოების ჩამოყალიბების პროცესში. საზოგადოების მხრიდან მაღალი ნდობის ხარისხი ექნება მხოლოდ თავისუფალ მედია საშუალებებს დამოუკიდებელი აზროვნებით, მოვლენათა სწორი შეფასების უნარით, ღია კითხვებისადმი მზაობით, გადამოწმებული ინფორმაციით, ურთიერთსაწინააღმდეგო აზრების გაანალიზებითა და შესაბამისი ლოგიკური დასკვნებით.

ამ მხრივ, ჟურნალები - „თეატრი“ და „არილი“ კულტურის საკითხების მკითხველამდე საინტერესოდ და გემოვნებით მიტანის ერთგვარი შესაძლებლობაა.

ლიტერატურა

1. McQuail, D. (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. UK, London: Sage.;
2. McQuail, D. (2014). *Journalism and Society, 2nd edition*.;
3. Weibel, P. (2015). *Artmedia from Simulation to Stimulation*.;
4. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. UK, London: Routledge.
5. Chandler, D., Mandi, R. (2016). *A Dictionary of Social Media*. UK: Oxford University Press.;
6. Adorno, T. (1960). *Aesthetic Theory*. USA: University of Minnesota Press.;
7. Andriadze, D. (2020). Buy, Buy, Buy....Something. *Georgian Art Journal – Theatre, 1*, 28-30.;
8. Chkhartishvili, L. (2021). Tragedy, that didn't Happen. *Georgian Art Journal – Theatre, 5*, 4-12.;
9. Stoney, P. (2021). Gabriel García Márquez: I chose to have my books discovered after my death (S. Mosashvili Trans). *Arili, 5*, pp.10-17, Retrieved from: <https://shorturl.at/bfPY4>. (Original work published in 1981). (In Georgian);
10. Jirkvalishvili, O. (2021). Paata Shamugia: “Culture offers us a polite dialogue with our mistakes”. *Arili, 1*, pp. 7-14. Retrieved from: <https://shorturl.at/nCHJ7>. (In Georgian);
11. Velasko, D. (2019). *American Art Magazine – ARTFORUM, 1*, pp.5-9.;
12. A group of Artistic Authors. (2023). *American Art Magazine – ARTFORUM, 10*, pp. 3-11.
13. Gudman, J. (2022). *American Art Magazine – Art in America, 7*, pp.20-31.
14. Kandinsky, V. (1912). *On Spirituality in Art*.

UDC 7.038

SCOPUS CODE 1201

<https://doi.org/10.36073/1512-0996-2024-1-29-38>

Media as Art and Art as Media

(Magazines: “Theatre”, “Aril”, “Art in America”, “ARTFORUM”)

Asmat Tsereteli

Caucasus International University, Faculty of Social Science, PhD student at Doctoral Program in Mass Communication, Georgia, 0141, Tbilisi, 73, Chargli str.

E-mail: asmat.tsereteli@ciu.edu.ge

Reviewers:

E. Tkhilava, Doctor of Social Sciences, Associate Professor, Caucasus International University

E-mail: eka.tkhilava@ciu.edu.ge

Kh. Kacharava, Doctor of Social Sciences, Associate Professor, Caucasus International University

E-mail: khatuna.kacharava@ciu.edu.ge

Abstract. Media and culture, two influential and important spheres of public life, have a long history of coexistence. There is no media art and no art without media. It is especially important to research the forms of impact on the formation of public consciousness in these areas, as well as the results.

British media theorist Dennis McQuail in his work *Journalism and Society* notes that all theories that study the relationship between media, culture, and society, despite conceptual differences, agree that the media can serve to liberate and unify society, as well as to fragment and divide it – both development, advancement and retreat. Despite a kind of indeterminacy, the media, which shapes and reflects society, is the main message about society. (McQuail, 1992)

Culture and art are a fundamental part of public life, which creates values, develops and strengthens public relations, together with the media, forms public consciousness. “Political confrontations and wars do not cause a cultural crisis, but, on the contrary, incompatibility, aggression and wars are the result of a cultural crisis” - this conclusion of European researchers is a kind of postulate, which says everything about the role of culture in the process of improving society.

Keywords: art; culture; discursive diversity; interpretation; media.

განხილვის თარიღი 09.01.2024

შემოსვლის თარიღი 11.01.2024

ხელმოწერილია დასაბეჭდად 22.03.2024