დიზაინი საქართველოში ევროპული დიზაინის კონტექსტში: საქართველოში არსებული დიზაინი ცენტრალურ-აღმოსავლეთ ევროპისა და ბალკანეთის ქვეყნების დიზაინერულ რუკასთან შედარებით

ვლადისლავ ქუთათელაძე

შესავალი

რთულია სხვადასხვა დიზაინის შედარება, რადგან არ არსებობს უნივერსალური საზომთა სისტემა. როდესაც საუბარია ქართული დიზაინის ევროპულ საზომზე, ობიექტურ პარამეტრად გვესახება მსგავსი დიზაინური აქტივობების სინქრონული შედარება. ქართული დიზაინისადმი მიძღვნილი კვლევები განიცდის ასეთი შედარების საფუძველზე მოპოვებული მასალების ნაკლებობას. წინამდებარე სტატია აღნიშნული ნაკლებობის აღმოფხვრას ეძღვნება.

შედეგები და განხილვა

XIX და XXI საუკუნეების მსოფლიო დიზაინის პროცესებში განვითარების ორი ტენდენცია შეინიშნება. პირველი ხასიათდება ინტეგრალური მიმართულებით საერთაშორისო ხედვაზე ორიენტირებული, გლობალური დიზაინისკენ, ხოლო მეორე რეგიონულ, ეროვნულ მიმართულებაზე არის ორიენტირებული, რაც მიუთითებს ამ ორ ტენდენციას შორის არსებულ სხვაობაზე. ეს უკანასკნელი დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორსა და გზაზე, რომელიც „განვლო“ კონკრეტული საზოგადოების დიზაინმა, ისევე, როგორც იმ მიზეზებზე, რომლებმაც გამოიწვია მისი წარმოქმნა და შემდგომი განვითარება. XX საუკუნეში და XXI საუკუნის დასაწყისში იტალია, ფინეთი და იაპონია გამოხატავდა ეროვნულზე ორიენტირებული დიზაინის შექმნის სურვილს, რომელიც განსხვავდებოდა გერმანიის, შეერთებული შტატებისა და დიდი ბრიტანეთის ინტერნაციონალური, მოდერნისტული ვერსიისგან.

მაშასადამე, ჩრდილოეთ ნახევარსფერო წარმოდგენილია დიზაინის პროცესის წარმმართველი ძლიერი, ლიდერი ქვეყნებით. როგორი ვითარებაა სამხრეთ ნახევარსფეროში? ჩატარებული კვლევები ცხადყოფს, რომ [Даниленко, 2006:16-17] მსოფლიოს ამ ნაწილში, რიგ შემთხვევებში, დიზაინი სუსტადაა განვითარებული, რაც შესაბამისი პროდუქტის იმპორტის ძირითად მიზეზს წარმოადგენს. ცალკეულ შემთხვევებში კი ის ჩრდილოეთის დიზაინერთა მიღწევებს ბაძავდა.

ეს ორი ტენდენცია წარმოაჩენს გლობალური დიზაინის სივრცეს. კონკრეტული ქვეყნის ან ახლომდებარე ქვეყნების ჯგუფის დიზაინის განვითარების ზოგადი მახასიათებლების პროექცია კი საშუალებას გვაძლევს, განვიხილოთ, თუ რა ადგილს იკავებს თითოეული მათგანი ამ ინდუსტრიის გლობალურ სივრცეში.

საქართველოს, უკრაინის, პოლონეთის, ჩეხეთისა და ბალკანეთის ზოგიერთი ქვეყნის კულტურების შედარებისას, შეიძლება განვაცხადოთ, რომ, ერთი მხრივ, ამ ქვეყნების დიზაინი განვითარებულია (ეს არ არის სამხრეთის დიზაინი), ხოლო, მეორე მხრივ, გლობალური პროცესების ფონზე, საქართველოს, უკრაინის, სლოვენიის, ხორვატიის, სერბეთისა და მონტენეგროს (რომ აღარაფერი ვთქვათ ბოსნიასა და ჰერცეგოვინაზე, კოსოვოსა და მაკედონიაზე) დიზაინი სუსტად არის განვითარებული. მსოფლიო ნაკლებად იცნობს მას. ჩრდილოელ მოწინავეებთან შედარებისას, ვრწმუნდებით, რომ XX საუკუნეში ზემოთხსენებული ქვეყნების დიზაინი მოდერნისტული ტენდენციებისკენ მიისწრაფოდა და მიჰყვებოდა გლობალურ ტენდენციებსა და მოდას. ამავდროულად, რიგ ქვეყნებში მოდის დიზაინს საკუთარი მახასიათებლებიც ჰქონდა, რისი შედეგიც არის სუბიექტურ-სივრცითი გარემოს ეროვნულზე ორიენტირებული დიზაინის გამოხატულება. საქართველოს, ისევე როგორც უკრაინას, საბჭოთა კავშირის შემადგენლობაში ყოფნის 70 წელზე მეტი ხნის ისტორია აქვს, რამაც ეროვნული ცნობიერება დააკნინა. თუმცა, ეროვნული ცნობიერების, მისი დაცვისა და შენარჩუნების თვალსაზრისით, საქართველოში არსებული ვითარება მნიშვნელოვნად განსხვავდება უკრაინისა და სხვა მეზობელი ქვეყნების ვითარებისაგან. ქართულ არქიტექტურაში, გრაფიკაში, სამომხმარებლო საქონლის დიზაინში წარმოდგენილი იყო ხალხური შემოქმედებიდან აღებული, ეროვნული ფორმების გამომსახველი ნიმუშები. მსგავსი პროცესები მიმდინარეობდა პოლონეთსა და ჩეხეთში. ამ თვალსაზრისით, ბალკანეთში უხვადაა „ხალხური დიზაინის“ ელემენტების მქონე გარემოს ამსახველი, საკმაოდ გონივრულად გადაწყვეტილი ფორმები. მსგავსი მიდგომა უდავოდ საყურადღებოა, როგორც მაგალითი იმისა, თუ როგორ არ ექცევა ქვეყანა საკუთარი კულტურული ფასეულობების ზოგადი დიქტატის ქვეშ. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ეს ტენდენცია ეწინააღმდეგება დიზაინის ურბანულ არსს, რომელიც მისი „დაბადების ადგილად და სამყოფლად“ არის მიჩნეული.

ამ წინააღმდეგობის გადასაჭრელად, განვიხილოთ ჩრდილოეთის ერთ-ერთი ქვეყნის, ფინეთის, დიზაინი. ფინური (სკანდინავიური) დიზაინი ავლენს ტრადიციული კულტურაში ნაწილობრივი „წიაღსვლის“ ტენდენციებს, რაც არის მაგალითი იმისა, თუ როგორ იბადება ტრადიციული ფორმების ხარისხობრივად ახალი ინტერპრეტაცია თანამედროვე, ურბანულ და ტექნოლოგიურ სამყაროში. შედეგად კი იქმნება იგივე ეროვნული პროდუქტი. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, თავიდან ბოლომდე „ჩაძირული“ კულტურა დიზაინის იდეათა წყაროა. ასეთი მიდგომის ერთ-ერთი თვალსაჩინო მაგალითია იაპონია, სადაც დასავლეთიდან ნასესხებ, ინდუსტრიულ და ტრადიციულ კულტურას შორის კომპრომისის ძიების პროცესში ინოვაციები ტრადიციულ ესთეტიკას ერწყმის.

ცენტრალურ აღმოსავლეთ ევროპაში ორ ათეულზე მეტი ქვეყანაა, ბალკანეთში კი ათზე მეტი, რომელთაგან ბევრს წილად საქართველოს მსგავსი ბედი ხვდა. პირველ რიგში, ვისაუბრებთ ისეთ ქვეყნებზე, როგორებიცაა: პოლონეთი, ჩეხეთი,

სლოვაკეთი, უკრაინა, სერბეთი, სლოვენია, ხორვატია, მონტენეგრო, ბოსნია და ჰერცეგოვინა, კოსოვო და მაკედონია, სადაც შეზღუდული რაოდენობით არის წარმოდგენილი მაგალითები იმისა, თუ როგორ ჰგავს ნასესხები და რეინტერპრეტირებული დიზაინის ნიმუშები თვისობრივად ახალსა და საინტერესოს. თუმცა, ამ მხრივ, უდავოდ ჰქონდა ადგილი გარკვეულ გარღვევებსაც. XX საუკუნის დასაწყისის ჩეხური კუბიზმი ასეთ მიღწევათა რიგს განეკუთვნება. ერთი მხრივ, იგი დასავლეთ ევროპულ სტილში იღებს დასაბამს, ხოლო, მეორე მხრივ, საკუთარ „ბროლით ვარიაციის“ კონცეფციას ავითარებს. მსოფლიო ხელოვნების კრიტიკაში არაფერია ნათქვამი სხვა ქვეყნებში არსებულ მსგავს მაგალითებზე.

ცენტრალურ-აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების უმრავლესობამ (ბალკანეთის ქვეყნებმა შედარებით ნაკლებად) XIX საუკუნის ბოლოსა და XX დასაწყისის მსოფლიო ტენდენციების შესაბამისი სტილი წარმოგვიდგინა. თუმცა, მსოფლიო აღიარება ვერ მოიპოვა. გავიხსენოთ იმ ე.წ. „იაპონიზმთან“ დაკავშირებული პროცესები, რომლებიც ჩაისახა საფრანგეთში და ევროპაშიც გამოვლინდა. მაგალითად, ცენტრალურ-აღმოსავლეთ ევროპაში გამოჩნდა „არტ ნუვო“. თუმცა, მისი საინტერესო მაგალითები არ იქნა საკმარისად შემჩნეული. გარკვეულწილად, მსგავსი ბედი ერგო იტალიურ რაციონალიზმსაც (მილანი, ახალგაზრდა არქიტექტორთა ჯგუფი). სხვათა შორის, იგი ფართოდ გავრცელდა სხვა ქვეყნებში. თუმცა, ვერ უარვყოფთ, რომ სამყარო „დამნაშავეა", რადგან „ვერ შენიშნა" ეს ტენდენციები. შესაძლებელია იმისი დადანაშაულებაც, ვინც ვერ ავიდა სათანადო სიმაღლეზე და მსოფლიოს ვერ დაანახა საკუთარი თავი.

ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ზოგიერთმა ქვეყანამ, როგორიცაა ჩეხეთი, დიზაინის სფეროში არსებული საკუთარი გლობალური იმპულსები გამოავლინა 1930-იან წლებში გამართულ სამრეწველო გამოფენებზე. მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდში (ათი ან მეტი წლის განმავლობაში) მნიშვნელოვანი არაფერი მომხდარა. ჩეხეთმა და პოლონეთმა (დე ფაქტო) დამოუკიდებლობა დაკარგა. სსრკ-ს შემადგენლობაში მყოფ საქართველოსა და უკრაინას დამოუკიდებლობა ისედაც არ ჰქონდა.

ჩეხური სამრეწველო დიზაინი ვაკუუმში არ აღმოცენებულა. მას ბიძგი მისცა კარგმა, მაღალი ხარისხის საინჟინრო-ტექნიკურმა გარემომ და მისი განუყოფელი კომპონენტის, ტექნიკური განათლების, მაღალმა დონემ. თუმცა, ჩეხეთში, გარკვეულწილად, წარმოდგენილი იყო გერმანული ტრადიციაც, კერძოდ, გერმანიაში აღმოცენებული ფუნქციონალიზმი, რომელმაც ზეგავლენა მიახდინა მასზე. ეს ის მიზეზებია, რომელთა გამოც ჩეხეთმა, ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის სხვა ქვეყნებთან შედარებით, ფუნქციონალისტური საინჟინრო დიზაინის მაღალ დონეს მიაღწია. არ ჩამოვთვლით ყველა ცნობილ სამრეწველო ნივთს, რომლებსაც ახლა ჩეხური სამრეწველო დიზაინის მაგალითებად მოვიხსენიებთ. მხოლოდ რამდენიმეს აღვნიშნავთ. ესენია:

ავტომობილი „ტატრა-77“, მოტოციკლი „ბჰმერლენდი“, მაგიდის ნათურები, ფუნქციონალური სკამები და სავარძლები, კომუნისტური ეპოქის ისეთი საგნები, როგორებიცაა: ზ. კოვარჟის ხელის იარაღები, ტრამვაი T3, მანქანა „სკოდა ფელიცია“ და სხვა. შეუძლებელია იმავეს აღნიშვნა მსუბუქი მრეწველობის საქონელთან დაკავშირებით. საბჭოთა ბლოკის ქვეყნებში ამ სფეროში საქონლის საერთო დეფიციტი იყო.

XX საუკუნის ბოლოსა და XXI საუკუნის დასაწყისში ჩეხური დიზაინი მეტად გამრავალფეროვნდა. პირველ რიგში, განვითარდა ის სფეროები, რომლებიც მანამდე, ცენზურის გამო, უკანა პლანზე იყო წარმოდგენილი, კერძოდ, გრაფიკული დიზაინი, სარეკლამო პროდუქტები და მედია. ეს საინტერესო ფაქტი გვიჩვენებს, თუ როგორ ასახავს დიზაინი ჩეხების ეროვნული მენტალიტეტის თავისებურებებს. სწორედ ამ მიზეზით არის ის ასეთი „რეგულირებული“, „დოკუმენტირებული“, „სტრუქტურირებული“ და გერმანელთა დიზაინისგან განსხვავებული, რაც განსაკუთრებით ცხადად იკვეთება საინჟინრო დიზაინის ნიმუშებში. მსგავსი მახასიათებლები დასტურდება დიზაინის სხვა სეგმენტებშიც, კერძოდ, გამოყენებით ხელოვნებასა და გრაფიკულ მედიაში. აქვე დავძენთ, რომ იუმორი და ირონია ჩეხების დამახასიათებელი თვისებაა. ამავდროულად, ჩეხების მიერ შემუშავებულ დიზაინში (თავისი მახასიათებლებითა და თავისებურებებით) დასავლური ცხოვრების ტექნოლოგიების გამოყენებისა და დაუფლების სურვილიც ვლინდება. აქ დიზაინის წამყვანი საგანმანათლებლო ცენტრი არის პრაღის ხელოვნების, არქიტექტურისა და დიზაინის აკადემია. დიზაინერის დიპლომს ასევე გასცემს ჩეხეთის რესპუბლიკის ოთხი სხვა უნივერსიტეტიც, მათ შორის, ორი უნივერსიტეტი და ორი უმაღლესი ტექნიკური სკოლა პრაღაში, ბრნოში, ზლინსა და უსტი-ნად-ლაბემში. ამ დაწესებულებებში დიზაინერული განათლება მძლავრ საინჟინრო კომპონენტს ეფუძნება. დიზაინი პრაღის სახვითი ხელოვნების აკადემიის არქიტექტურის ფაკულტეტზეც ისწავლება [Даниленко, 2012:13, 20].

პოლონეთი შთამბეჭდავია თავისი სუბიექტურ-სივრცითი გარემოთი და, განსაკურებით, სპონტანური „არტისტიზმით“, რაც განსაკუთრებით თვალშისაცემია გერმანული ფუნქციონალიზმის ფონზე, რომელიც მას ჩრდილოეთიდან და დასავლეთიდან „აკრავს“. აქვე აღვნიშნავთ, რომ ტექნიკური ნივთისადმი ესთეტიკური მიდგომა პირველად გერმანიაში გამოვლინდა (ფ. რელოს, გ. სემპერის, გ. მუტესიუსის ნამუშევრებსა და ბაუჰაუსის მემკვიდრეობაში), რასაც გავლენა უნდა მოეხდინა პოლონურ კულტურაზეც, მაგრამ ეს არ მოხდა (ვგულისხმობთ რაციონალურ-ფუნქციონალიზმით გატაცებას). პოლონელები მხედველობაში იღებენ გერმანული სამრეწველო-ფუნქციური დიზაინის გაკვეთილებსა და მნიშვნელოვან ეკონომიკურ უპირატესობას, ამიტომაც პოლონეთში ჯერჯერობით შესამჩნევად არ იკვეთება სამრეწველო დიზაინი. თუმცა, პოლონური დიზაინის სხვა სფეროები თავიანთი „არტისტიზმის“ წყალობით უდავოდ თვალსაჩინოა. საუბარია დიზაინის

მხატვრულად გაჯერებულ სფეროებზე, პირველ რიგში, გრაფიკულ დიზაინზე. პოლონელები ამ მხრივ მნიშვნელოვან ნაბიჯებს დგამენ. გავიხსენოთ ჯერ კიდევ მოსკოვური კომუნიზმის ბატონობის ხანაში გამოჩენილი პოლონური პოსტერი, რომელმაც ხელი შეუშალა პოლონური ბუნებრივი „არტისტიზმის“ განადგურებას. პოლონეთმა საკუთარი სიტყვა 1950-1960-იან წლებში თქვა, როდესაც სახელმწიფო მანქანის თვალის ასახვევად კომუნიზმსაც ენთუზიაზმით აშენებდა და, ამავდროულად, უნიკალური და რთული მხატვრული არსის მქონე პლაკატებს ქმნიდა. ეს ერთგვარი ფიგურალური მეტაფორა იყო, რომელიც მაყურებელს საშუალებას აძლევდა პოსტერში წარმოდგენილ თემაზე საკუთარი აზრი შეჰქმნოდა. იმ ეპოქაში ეს ერთგვარი მხატვრული „გარღვევა“ გახლდათ. დღევანდელი პოლონური დიზაინი საუკეთესოდ წარმოჩინდება გარემოს, განსაკუთრებით, ისტორიული გარემოს დიზაინში და უძველესი ქალაქების თანამედროვე ცხოვრებასთან წარმატებული ადაპტაციის მაგალითს ქმნის.

გრაფიკული დიზაინი XX საუკუნის საუკეთესო ტრადიციებს აგრძელებს. ამჟამად ის ახალ ისტორიულ რეალობაში საკუთარი იდენტობის ძიების რთულ პერიოდს გადის, რომელსაც თავისებურად, პოლონურ ყაიდაზე აგნებს - შემოქმედებითად, მხატვრული გემოვნებითა და ხალისით. ამ პროცესში რიგითი მოქალაქეებიც არიან ჩაბმულნი. ისინი ოსტატურად ქმნიან ფურცლებს (იუმორისტული წარწერებით), კედლებზე, კარებზე, სვეტებზე აკრავენ და პოლონური ურბანული გარემოს განუყოფელ ნაწილად აქცევენ. არსებობს სხვა ნივთებიც, რომლებიც უბრალო ადამიანების მხატვრულ ცნობიერებას ასახავს და ვლინდება მაღაზიების დახლების, ყვავილების კვლების, ტანსაცმლისა და სხვათა იმპროვიზაციებში. პოლონეთს აქვს ყველა მიზეზი და შესაძლებლობა საკუთარი იდენტობის მქონე, თვითმყოფადი, უმაღლესი ხარისხის პროფესიული დიზაინი განავითაროს. რაც შეეხება სამხატვრო აკადემიებს, უნდა აღინიშნოს, რომ პოლონეთში მათი რიცხვი მეტია განსახილველად აღებულ ქვეყნებთან შედარებით. დღეს აქ შვიდი აკადემიაა – კრაკოვში, ვარშავაში, ვროცლავში, პოზნანში, გდანსკში, ლოძსა და კატოვიცეში. კრაკოვის აკადემია კლასიკურია და სახვითი ხელოვნების ხანგრძლივი ტრადიცია აქვს. თუმცა, მასში დიზაინიც ფართოდ არის წარმოდგენილი. აქ არის სამრეწველო, გრაფიკული, გარემოსდაცვითი დიზაინის საგანმანათლებლო პროგრამები და მათი განშტოებები. დიზაინის პროგრამები ასევე არსებობს ვარშავის, ვროცლავისა და პოზნანის აკადემიებში [Даниленко, 2012:19].

XX საუკუნის განმავლობაში სსრკ-სა და საქართველოს, როგორც მისი შემადგენელი ნაწილის, დიზაინი 1930-იანი წლების დიზაინის ტრადიციის ფარგლებში ვითარდებოდა. ეს უკანასკნელი დამახასიათებელი იყო იმ ინდუსტრიული საზოგადოებისთვის, რომელიც საყოფაცხოვრებო ნივთების მუდმივ დეფიციტს განიცდიდა (საყოფაცხოვრებო აქსესუარები, პირადი მოხმარების საგნები, ტანსაცმელი, ავეჯი და სხვა). მსგავსი პროცესები მიმდინარეობდა ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის საბჭოთა ბლოკის სხვა ქვეყნებშიც. 1960-იან წლებში შეიქმნა ახალი პროდუქტები, რომლებიც არც

მრავალფეროვნებით გამოირჩეოდა და არც ფართო ასორტიმენტით. დროთა განმავლობაში საქონელი გამრავალფეროვნდა, მაგრამ არა იმდენად, რომ ადამიანებს მათი მოხმარების კულტურა ჩამოყალიბებოდათ. დღეს უკვე ცხადია, რომ მენტალურ დონეზე საბჭოთა საზოგადოებას არა მხოლოდ დიზაინის შექმნა, არამედ არც მისი მიღება შეეძლო. თუმცა, იმავდროულად, საზოგადოების უმნიშვნელო ნაწილი საზღვარგარეთ გადიოდა (ცალკეული შემთხვევები), უცხოურ ფილმებს უყურებდა, საყოფაცხოვრებო ნივთებს ეცნობოდა და მათი მოხერხებულობითა და ესთეტიკური მხარით ტკბებოდა.

იმდროინდელი ოფიციალური პროპაგანდა ამ ყოველივეს ზნეობრივ დაკნინებად და დასავლური კულტურის თაყვანისცემად მიიჩნევდა. თუმცა, იმავდროულად, საბჭოთა ინდუსტრია დასავლური მოდელების დიზაინებისა და ფორმების გადაღებაზე უარს არ ამბობდა. ამ მიზეზით შეიქმნა წახალისების სახელმწიფო სისტემა სავაჭრო პალატის სახით, რომლის განმახორციელებლებმა, ფიზიკურმა პირებმა თუ საწარმოებმა, პრემიები მიიღეს. ამ სისტემამ საუკეთესო სამრეწველო პროდუქციას ხარისხის ნიშანი (ერთგვარი პასუხი დასავლურ სამყაროზე) დაუწესა. სისტემის ყველა ეს რგოლი თავიდანვე მკვდრად შობილი იყო. დროთა განმავლობაში მათ მხოლოდ ფორმალური სტატუსი შერჩათ, სიტუაცია კი უცვლელი დარჩა. შესაბამისად, ერთი მხრივ, ოფიციალური ინდუსტრია დიზაინზე, როგორც დასავლურ ხრიკზე, უარს ამბობდა, ხოლო, მეორე მხრივ, იდეებს დასავლეთიდან იღებდა. იდეოლოგიზებული ეკონომიკა ამ იდეების რეალიზების შესაძლებლობას არ იძლეოდა, მაშინაც კი, როდესაც ისინი დასავლური დიზაინის მიღწევებიდან იყო გადმოღებული. საჭირო გახდა ისეთი განყოფილებების შექმნა, რომლებიც მათ განხორციელებაზე პასუხისმგებლობას აიღებდა, რის გამოც, ამ სფეროში დასაქმებულთა მნიშვნელოვანი რაოდენობა გამოჩნდა. თუმცა, ამ პროცესის რეგულირების სისტემა ეკონომიკურად მომგებიანი არ იყო, რადგან სახელმწიფო საწარმოებს მიღებულ მოგებას ართმევდა. განვითარება კი, მით უფრო, დიზაინი, არავის აინტერესებდა. გეგმიურმა ეკონომიკამ შედეგი გამოიღო. გეგმის შესრულება აუცილებელი გახდა. სიახლეები ხელისშემშლელი გახდა ამ თვალსაზრისით.

უკრაინის დიზაინს განვითარების საწყის ეტაპზე XX საუკუნის დასაწყისის ყველა მახასიათებელი ჰქონდა, რაც, უპირველეს ყოვლისა, ვლინდებოდა მანქანის ფორმების სილამაზის გააზრებაში, მხატვრული და დარგობრივი სფეროების, მათ შორის, სამხატვრო და ინდუსტრიული სკოლების, მუზეუმებისა და სხვათა განვითარებაში. ამ ნუსხას უნდა დაემატოს გარემოს დიზაინის წინამორბედის განვითარებაც, რომელზეც გავლენა იქონია არქიტექტურულმა გარემომ და ბეჭდური პროდუქტების გრაფიკული დიზაინის საფუძვლების განვითარებამ, რაც, ფაქტორივად, გავრცელებული ფენომენი იყო. თუმცა, რაც არ უნდა გასაკვირი იყოს, უკრაინამ მაინც გადადგა გარკვეული ნაბიჯები. კომუნიზმის „ინერცია“ 1930-იან წლებიდან მკვიდრდება, აღნიშნული პერიოდისათვის კი უკრაინის მხატვრულ ცხოვრებაში მნიშვნელოვანი ძვრები უკვე მომხდარი იყო. გრაფიკული

დიზაინის წინსვლას ბიძგი ფუტურისტი მხატვრებისა და მწერლების ექსპერიმენტებმა მისცა. დიზაინის სხვა კომპონენტები, მაგალითად, გარემოს დიზაინი, ოფიციალურად სანქცირებული არაეროვნული კონსტრუქტივისტული კუთხით განვითარდა. უკრაინის მიერ ეროვნული არქიტექტურის ელემენტების გამოყენება ოფიციალურმა ხელისუფლებამ დაგმო. საქართველოსგან განსხვავებით, უკრაინაში კონსტრუქტივიზმმა რუსულის სტატუსი შეიძინა. სამრეწველო დიზაინი უკრაინაშიც ისევე ვითარდებოდა, როგორც საქართველოში - იმ გაგებით, რომ მსოფლიო ომების შემდეგ, მან შესაბამისი ძალა ვერ მოიკრიბა. თუმცა, უკრაინას საინჟინრო და დიზაინის სფეროების განვითარებისთვის უკეთესი საფუძველი და შესაძლებლობები ჰქონდა, რის ნათელ მაგალითსაც ხარკოვის მანქანათმშენებლობის ინდუსტრიის მიერ წარმოებული პროდუქტები წარმოადგენს.

საანალიზო კვლევის პერიოდი 1950-1980-იან წლებს მოიცავს. კიდევ ერთხელ აღვნიშნავთ, რომ უკრაინის სსრ-ის დიზაინს, როგორც სსრკ-ის დიზაინის კომპონენტს, 30-იანი წლების დიზაინის ინდუსტრიული თავისებურებები მემკვიდრეობით ერგო. იმ პერიოდში უკრაინაში დიზაინი მოსკოვში დამკვიდრებულ სულისკვეთებას იმეორებდა. ამის მაგალითია ტექნიკური ესთეტიკის გაერთიანების სამეცნიერო კვლევითი ინსტიტუტის კიევისა და ხარკოვის ფილიალების, ასევე, ქარხნებისა და დიზაინის ინსტიტუტებთან არსებული მხატვრული მოდელირების განყოფილებების, მრავალი მიღწევა. უკრაინის სსრ-ის დიზაინი მეტ-ნაკლებად მისდევდა გერმანულ ფუნქციონალურ რაციონალიზმს, რასაც ყოველთვის წარმატებით ვერ ართმევდა თავს. დღეს ეს სფერო არცთუ ძლიერია უკრაინაში, ვინაიდან იქ სამრეწველო დიზაინის პრაქტიკა არ არის სათანადო დონეზე განვითარებული. შესაბამისად, აქცენტები შეიცვალა და ვექტორი გარემოს დიზაინისა და მედიადიზაინისკენ გადაიხარა. აღნიშნულ მიმართულებაში, ცხადია, დიზაინთან ერთად, მხატვრული, გერმანული და იტალიური ტექნოლოგიებიც გამოიყენება. უკრაინაში დიზაინის განვითარების საკუთარი ტენდენციებიც შეინიშნება. მაგალითად, მექანიკურ საინჟინრო პრაქტიკაში შეიქმნა ანტონოვ ეიენ თვითმფრინავები. ასევე იქმნება „მხატვრული დიზაინის“ მდიდარი ნიმუშები გარემოსა და მედიასფეროებში. თუმცა, სამრეწველო დიზაინი, თავად ამ ინდუსტრიის დაკნინების გამო, სტაგნაციას განიცდის, გარემოსა და გრაფიკული დიზაინის სფეროები კი ვითარდება. ჩნდება დიზაინური საქმიანობის შედეგების სტიმულირებისა და სოციალიზაციის ახალი ფორმები [Даниленко, 2012:21-22].

1990-იანი წლების, ანუ დამოუკიდებელი უკრაინის, დიზაინს, მემკვიდრეობად 60-80-იანი წლების დიზაინის მიღწევები ერგო. ზოგადად, ეს მოდერნისტულ ინდუსტრიაზე ორიენტირებული დიზაინია, მთელი რიგი განმასხვავებელი ნიშნებით, რომლებიც, სამწუხაროდ, მის გაუმჯობესებას არ ემსახურება. საბჭოთა პერიოდის უკრაინა და მისი ტრადიცია, ჩამორჩენილი ტექნოლოგიების წყალობით, კიდევ უფრო მეტი ფუნქციონალიზმის ჩარჩოში მოექცა. 1990-იან

წლებში გაჩნდა სადიზაინერო მომსახურების ბაზარი, პირველ რიგში, ისეთ ინდუსტრიებში, როგორიცაა გრაფიკული და გარემოს დიზაინი. დიზაინერებს ნელ-ნელა ჩამოუყალიბდათ საბაზრო პირობებში გადარჩენის უნარი. უკრაინის დიზაინის პრაქტიკის საერთო სურათთან დაკავშირებით უნდა აღინიშნოს, რომ იგი დასავლური მოდელის თანამედროვე, მოდური ფორმების იმიტაცია იყო. თუმცა, იმ პერიოდის უკრაინაში ადგილი ჰქონდა უკვე არსებულის გადმოღებას, რის გამოც, მსოფლიომ ის დიზაინის დარგში მიღწევების მქონე სახელმწიფოდ არ აღიარა.

დიზაინის ისეთ წამყვან ქვეყნებში კი, როგორიც არის დიდი ბრიტანეთი, სახელმწიფო სხვაგვარად იქცეოდა. ეს საკითხი განსახილველი თემის ფარგლებს სცდება, მაგრამ დიზაინის პროცესების არსის სწორად გააზრებით მიზნით, ჩვენ მას მცირედ მიმოვიხილავთ. უპირველეს ყოვლისა, უნდა აღინიშნოს ის ადგილი, რომელიც თავიდანვე გამოყოფილ იქნა ბაზარზე საინტერესოდ „შეფუთული“ საქონლისა და კონკურენციისთვის. შესაბამისად, საჭირო გახდა მაღალი ხარისხით წარმართული, გამართული პროცესების არსებობა, მათში ფულის დაბანდება და პროცედურებისა თუ შესაბამისი მექანიზმების შექმნა (დიზაინის საბჭოები, ჟურნალ „დიზაინის“ გამოცემა, დიზაინის ცენტრების, კერძო დიზაინის ოფისების დაარსება). დროთა განმავლობაში, ამ ნაბიჯების მეშვეობით, მსოფლიომ სწრაფად გაიცნო და აღიარა ბრიტანული პროდუქტები. მსგავსი პროცესები მიმდინარეობდა თითქმის ყველა ევროპულ ქვეყანაში. შეიქმნა ექსპერტთა ჯგუფები და დიზაინის ცენტრები. ზოგიერთ ქვეყანაში დიზაინის სამეცნიერო დაწესებულებებსაც კი ჩაეყარა საფუძველი.

მსგავსი ნაბიჯები, რომლებიც მთელ ევროპაში იდგმებოდა, გარკვეულწილად, სსრკ-სა და მის სატელიტ ქვეყნებშიც გადაიდგა, მაგრამ თავისებურად. ეს პროცესები წარმატებით მიმდინარეობდა საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, რაც საბჭოთა რეალობაში შეუძლებელი გახლდათ, ვინაიდან ეს უკანასკნელი აბრკოლებდა დიზაინერული სიახლეების შექმნასა და ინდუსტრიაში დანერგვას. შედეგად, ვერ დაინერგა დასავლური მოდელებიდან აღებული ასლები. 1960-1980-იან წლებში სსრკ-სა და მის სატელიტ ქვეყნებში დიზაინი, ძირითადად, იმიტაციის ხასიათს ატარებდა.

დასავლეთის ქვეყნებმა კი XX საუკუნეში თავიანთი ეროვნული დიზაინის განვითარების ახლებური გზების ძიებაში, განსხვავებული საინტერესო ნიმუშების მომცველი მიდგომა შექმნეს. დიზაინის ყველაზე მკაფიო ვერსია იტალიაში ჩამოყალიბდა. საუბარია ე.წ. „ახალ დიზაინზე“, რომელიც თავისი კონცეფციით ანტიაპრიორისტული და პლურალისტური იყო. მან XX საუკუნის ბოლოს საფუძველი ჩაუყარა ახალ დიზაინურ კონცეფციებს. სწორედ იტალიურ ვერსიას აღმოაჩნდა საზოგადოების განვითარების პოსტინდუსტრიულ სტადიაზე უდიდესი ადაპტაციის უნარი. იტალიური დიზაინი, ე.წ. კონცეპტუალიზმი, პოლიოლოგიზმისა და დიალოგიზმის პრინციპს ეფუძნება და არა ადამიანის

ტექნოკრატიული ცნობიერების ავტორიტარულ (მონოლოგურ) ბუნებას. XX საუკუნის ბოლო მესამედის იტალიური დიზაინი ერთგვარი დიალოგია, ან, უფრო სწორად, პოლილოგია თანამედროვე კულტურის სხვადასხვა სეგმენტს შორის. საინტერესოა, რომ იტალიურ დიზაინში ვლინდება ეროვნული ცნობიერება და რეგიონული ეთნიკური ჰუმანურობის განცდა.

იტალიური დიზაინის პრაქტიკა მნიშვნელოვანია იმითაც, რომ მისმა წარმომადგენლებმა წვლილი შეიტანეს საქართველოს არქიტექტურული სივრცის თანამედროვე დიზაინის შექმნაში. დროთა განმავლობაში ეს ობიექტები „ახალი საქართველოს“ ვიზუალურ ბრენდებად იქცა. თუმცა, ამაზე ქვემოთ.

ზოგიერთი დასავლური ქვეყნის დიზაინი, მაგალითად, საფრანგეთის, ეროვნულზე ორიენტირებული გზით ვითარდება, მაგრამ არსებობს საერთაშორისო, გლობალიზაციის გზებიც, რომლებიც სათავეს კლასიკურ რაციონალიზმში იღებს. ასეთია ფრანგული რაციონალიზმის ესთეტიკა, რომელიც დიზაინის ცნობიერების მოდერნისტულ კონცეფციებში დღემდე არის შენარჩუნებული.

რა მდგომარეობაა ბალკანეთის რეგიონში, სადაც დიზაინის პროგრესული საზოგადოებისთვის უჩვეულო პირობებია? ეს რეგიონი წარმოგვიდგენს ევროპული დიზაინის სხვა ვერსიას. ბალკანეთის ქვეყნების თავისებურება, რა თქმა უნდა, გარემოს ვიზუალური მრავალფეროვნებაა. კერძოდ, სლოვენია რაღაცით იტალიას ან ავსტრიას ჰგავს, ბოსნია და ჰერცეგოვინა კი – თურქეთს.

რაც შეეხება ხორვატიას, ის, გარკვეულწილად, საქართველოს ჰგავს (პირველ რიგში, ტურისტული ეკონომიკით), რაც მისი დიზაინის მნიშვნელოვან შტრიხს წარმოადგენს. ეს ასპექტი ორივე ქვეყნისთვის უდავოდ აქტუალურია, რადგან მათში მიმდინარე პროცესები, შესაძლოა, საკურორტო ქვეყნების ტრადიციული იერსახის მოდერნიზაციად მივიჩნიოთ. განსხვავება ისაა, რომ ერთი „ადრიატიკის საკურორტო ქვეყანაა“, მეორე კი – „შავი ზღვისა“. ხორვატია თავისი ლანდშაფტისა და მდებარეობის თავისებურებებით გამოირჩევა, რაც მაცხოვრებელთა აზროვნებაზეც აისახება. მათი ძირითადი შემოსავალი ხომ საკურორტო ბიზნესია. ამგვარად, ხორვატიული დიზაინი და მისი ევროპული გამოცდილება თანხვედრაშია ტურისტულ ეკონომიკასა და, ზოგადად, იქ მცხოვრებთა მენტალიტეტთან. აქაური ევროპული გამოცდილება, ძირითადად, იტალიური ტექნოლოგიების ადაპტაციაში ვლინდება. თვალსაჩინოა ინტერნაციონალიზებული დიზაინისკენ გადადგმული ნაბიჯებიც და დასავლური ტენდენციების გადაღებაც.

სერბეთზე საუბრისას, აღსანიშნავია მისი არქიტექტურა, რომელმაც, ერთი მხრივ, ბიძგი უნდა მისცეს დიზაინის განვითარებას. თუმცა, მეორე მხრივ, ევროკავშირის ქვეყნებში თითქმის არ შეინიშნება დიზაინის განვითარების მაგალითები.

სერბეთის არქიტექტურის ანალიზისას, უხვად ვხვდებით საცხოვრებელი გარემოს მხატვრულად გადაწყვეტილ ნიმუშებს, მთიან ადგილებში კი რთულ რელიეფზე ოსტატურად დაპროექტებულ უაღრესად საინტერესო ნაგებობებს. თუმცა, განსხვავებული მდგომარეობაა უშუალოდ დიზაინზე მოქმედი პროცესების განვითარების თვალსაზრისით. ამ ინდუსტრიაში ტექნოლოგიები მოძველებულია. ყველაფერი თითქმის დამოუკიდებლად იწარმოება. დამკვირვებელს სერბული მატერიალურ-სივრცითი გარემო „დაკონსერვებულად“ ეჩვენება. ოდესღაც, ყოფილი იუგოსლავიის (მისი სერბული ნაწილის) არსებობის დროს, აქაური ტანსაცმელი, ავეჯი, ფეხსაცმელი და სამკაულები იუგოსლავიური დიზაინის ნიმუშებს წარმოადგენდა. ხარისხის თვალსაზრისით, სსრკ-ში არ მოიპოვებოდა ანალოგები. ომმა და საერთაშორისო იზოლაციამ ეკონომიკაზე უარყოფითად იმოქმედა. თუმცა, პოზიტიური ტენდენციაც იკვეთება – გამოცოცხლება შეინიშნება. ეს ეხება მსუბუქი მრეწველობის პროდუქტებსაც, რომლებიც ჯერ არსად ჩანს. სერბეთის ევროპული არჩევანის გათვალისწინებით, ვიმედოვნებთ, რომ მათი დიზაინი ევროპული დიზაინის კომპონენტად ჩამოყალიბდება. ახალგაზრდა სერბი დიზაინერები და სტუდენტები სულ უფრო ხშირად ჩნდებიან თემატური ჟურნალების გვერდებზე, რომლებიც იტალიურ დიზაინს ეძღვნება. შესაბამისად, ადგილი აქვს იტალიური დიზაინის ადაპტირებას სერბულ პრაქტიკასთან.

სხვა ქვეყნებმა, რომლებიც ოდესღაც იუგოსლავიის შემადგენლობაში შედიოდა, განსხვავებული გზა აირჩია. სლოვენიას უკვე აქვს საკმაო დიზაინერული გამოცდილება, რომელიც „სამზეოზეა“ გამოტანილი. მახასიათებლების მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ, ის ავსტრიული და იტალიური დიზაინის სლავურ საფუძველზე აღმოცენებული ნაზავია. სლოვენია, თავისი გარემოთი, უფრო დასავლური ქვეყანაა (ის ნამდვილად „დასავლური ქვეყანაა“), რაც, თავისთავად, არაფერს ნიშნავს. ისეთი ქვეყნები, როგორებიცაა: ბოსნია და ჰერცეგოვინა და კოსოვო, გარკვეული მიზეზების გამო, მას ვერ შეედრება. ისინი მუსლიმური ტრადიციების მქონე, ძალიან ღარიბი ქვეყნებია.

ჩვენი აზრით, საქართველოს შედარება, ყველაზე მეტად, მონტენეგროსთან იქნება მიზანშეწონილი. მონტენეგრო „საკუროორტო" ქვეყანაა, რაც მის დიზაინს განაპირობებს და ჩვენთვის უფრო საინტერესოს ხდის. საქართველოსაც შეუძლია აღნიშნულით ისარგებლოს და თავისი დიზაინის ნაწილად აქციოს. მონტენეგრო თავისი გარემოს დიზაინით, გრაფიკული დიზაინითა და ტელევიზიით ზღვის სანაპიროსა და მთიან მხარეში „გაიჭრა", რაც ხშირად აისახება მის კურორტებსა თუ ადგილობრივ სატელევიზიო არხებზე. შეუძლებელია, არ აღინიშნოს გარემოს დიზაინში გამოყენებული „ხალხური“ ელემენტები, რომლებიც მისი შენობების სიმჭიდროვეში აისახება – შენობებს შორის თითქმის არ არის თავისუფალი, ღია სივრცეები. აქაური გარემოს თავისებურებად უნდა ჩაითვალოს ისიც, რომ მონტენეგრო სავსეა ქაოსურად მიმოფანტული საყოფაცხოვრებო ნივთებით. გარკვეულწილად, სამხრეთ ევროპის ქვეყნები ერთმანეთს წააგავს.

დაბოლოს, უნდა აღვნიშნოთ, რომ ბალკანეთის ქვეყნებში დიზაინური საქმიანობა ეფექტურად მიმდინარეობს და წინსვლის ყველა მიზეზი აქვს. სლოვენიის დიზაინი შთამბეჭდავია. ხორვატიისა და სერბეთისა კი ნაკლებ შთაბეჭდილებას ახდენს. შესამჩნევი წინსვლა შეინიშნება მონტენეგროს დიზაინში. რაც შეეხება ბოსნიას, ჰერცეგოვინას, კოსოვოსa და მაკედონიას, მათი დიზაინი პროგრესს ფეხს ვერ უწყობს. ბალკანური დიზაინის ძირითად მახასიათებლებს უნდა დავამატოთ გარემოს დიზაინი, რომლის განვითარებასაც ბალკანურმა არქიტექტურამ მისცა ბიძგი. თუმცა, გრაფიკულ დიზაინში მნიშვნელოვანი წინსვლა არ შეინიშნება. სამრეწველო დიზაინი კი, პრაქტიკულად, არ არსებობს.

რამდენიმე სიტყვით შევეხოთ ბალკანეთში განათლების კუთხით არსებულ ვითარებასაც. დიზაინის თვალსაზრისით, ყველაზე თვალსაჩინოა ლუბლიანას, ზაგრებისა და პოდგორიცას აკადემიები, ასევე, ბელგრადის ხელოვნების უნივერსიტეტი. სლოვენიის სამხატვრო აკადემია უნივერსიტეტის ნაწილია და საგანმანათლებლო ტრაექტორიის თვალსაზრისით, კლასიკურია. ისწავლება დიზაინი, ვიზუალური ხელოვნება, რესტავრაცია და სხვა. აკადემია ხორვატიაშიც უნივერსიტეტის ნაწილია და ხელოვნების სხვადასხვა დარგის სწავლებას ემსახურება. დიზაინი წარმოდგენილია პროგრამით „ანიმაცია და ახალი მედია“. ბელგრადის ხელოვნების უნივერსიტეტის გამოყენებითი ხელოვნების ფაკულტეტი სტუდენტებს სთავაზობს პროგრამებს გრაფიკულ დიზაინში, სამრეწველო და ტექსტილის დიზაინში, ინტერიერის არქიტექტურასა და ავეჯის დიზაინში. ამასთანავე, სერბული განათლება არქიტექტურის დარგში ხარისხიანია, რაც მას დიზაინის სპეციალისტების აღზრდისა და მომზადების საშუალებას აძლევს. მონტენეგრო წარმოდგენილია პოდგორიცას უნივერსიტეტით, რომელიც საგანმანათლებლო პროგრამებთან ერთად, სტუდენტებს ამზადებს გრაფიკულ დიზაინში, როგორც სახვითი ხელოვნების ერთ-ერთ მთავარ განხრაში.

ცენტრალურ-აღმოსავლეთ ევროპისა და ბალკანეთის რეგიონის აღმოსავლეთ აზიასთან (იაპონიასთან) შედარებისას, ეს უკანასკნელი განსხვავებულ სურათს წარმოგვიდგენს. მისი მთავარი მახასიათებელია XX საუკუნის მეორე ნახევრის იაპონური დიზაინი. იმ პერიოდში დიზაინის სკოლებმა მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა. აქ, სხვა ქვეყნების დიზაინის უმაღლესი სკოლებისგან განსხვავებით, სტუდენტებს ქვეყნისთვის უჩვეულო კულტურასთან ადაპტაციას ასწავლიდნენ და იმ პროვინციების ადგილობრივ ტრადიციებსაც აცნობდნენ, რომლებშიც ეს სკოლები მდებარეობდა. შედეგად ახალგაზრდა დიზაინერებს უნდა გადაელახათ ტრადიციულ კულტურასა და იმ ინდუსტრიას შორის არსებული უფსკრული, რომელიც დასავლური დიზაინის გამოცდილებაზე იყო ორიენტირებული.

აშშ-ის დიზაინი კვლავაც ძლიერია. ეს ქვეყანა ჩვენი კვლევის ფარგლებში არ შედის. თუმცა, მისი ისტორია მნიშვნელოვანია. ის ცხადყოფს, თუ როგორ შეკავშირდნენ სრულიად განსხვავებული წარმომავლობის ამერიკელები არსებითი

ღირებულებების გარშემო. მათი დაწინაურების თავისებურებებია კომერციალიზაციის ფეტიშიზაცია და მასების გემოვნების განსხვავებული მოთხოვნების დაკმაყოფილება. მთავარი ფაქტორებია - წარმატება და გარემოს ესთეტიკის ტექნოკრატიული ორიენტაცია, რაც მომავლის ქვეყნის იდეალს წარმოადგენს. ეს ღირებულებები ემიგრანტული ფსიქოლოგიის პროდუქტია, რომელმაც შესაბამისი და ძალიან სპეციფიკური „ემიგრანტული კულტურა“ შექმნა.

სწორედ ეს მოძრაობა გავრცელდა მთელ მსოფლიოში და საკუთარი წვლილი შეიტანა XX საუკუნის საერთაშორისო მხატვრული დიზაინის განვითარებაში. ამავდროულად, დასავლეთ ევროპისა და აღმოსავლეთ აზიის ზოგიერთმა ქვეყანამ სავსებით წარმატებით შეიმუშავა ეროვნულ ნიადაგზე აღმოცენებული დიზაინის კომპონენტები. ისეთი ქვეყნები კი, როგორებიცაა: უკრაინა, სლოვენია, სერბეთი, ხორვატია, ჩერნოგორია და საქართველო, დიზაინის საკუთარი მოდელების ხელახალი ჩამოყალიბების გზას ადგას.

ქართული დიზაინის შესახებ ვიტყვით, რომ სსრკ-ს შემადგენლობაში ყოფნისას საქართველოში ორი ურთიერთგადამკვეთი ტენდენცია ვითარდებოდა. უპირატესობა პირველს, ე.წ. საერთაშორისოს, ენიჭებოდა. მეორე კი – ეროვნული კომპონენტი – კონკრეტულ საბჭოთა ვერსიაში იჩენდა თავს. საბჭოთა დიზაინი დასავლური ინტერნაციონალიზებული მოდელების ასლს იღებდა და საკუთარ ინდუსტრიაში დანერგვას ცდილობდა. საბჭოთა ინდუსტრია, დასავლეთის ქვეყნების ინდუსტრიებთან შედარებით, უაღრესად ვიწრო და შეზღუდული იყო. რეგიონის თავისებურებებში არ „ინტეგრირდებოდა“ და აგრარული რესპუბლიკის პოტენციალი ეფექტურად არ რეალიზდებოდა. სოფლის მეურნეობის განვითარების კვალდაკვალ, ერთგვარი „სასოფლო-სამეურნეო დიზაინი“ უნდა „დაბადებულიყო“, მაგრამ, სამწუხაროდ, არც ეს მომხდარა.

სსრკ-ში პროფესიული დიზაინის მეორე (ეროვნული) ტენდენცია თითქმის არ არსებობდა. თუმცა, საბჭოთა საქართველოში მას გარკვეული გამოვლინებები მაინც ჰქონდა და ქართველები ამ მხრივ საინტერესო შედეგებს აღწევდნენ. მაგალითად, საბჭოთა ხალხი ეცნობოდა ქართველი გრაფიკოსი დიზაინერების მიერ შექმნილი ავეჯის, ქსოვილებისა და სამომხმარებლო საქონლის ნიმუშებს, მაგრამ მხოლოდ მაშინდელი რესპუბლიკის ფარგლებში. პარადოქსულია, რომ ინდივიდუალური საკუთრების არსებობის იდეა ქართველურ მენტალიტეტში უფრო ფესვგადგმული და ძლიერია, ვიდრე, მაგალითად, რუსულ-ციმბირული ცივილიზაციური კონგლომერატის მენტალიტეტში. 1960-1980-იანი წლების დიზაინის პრაქტიკამ საქართველოში პრაქტიკული განხორციელება ვერ პოვა, რაც დღეს ქართულ დიზაინზე, როგორც ასეთზე, საუბრის საშუალებას მოგვცემდა. რატომ გახდა ეს შეუძლებელი, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში, სსრკ-ს სხვა რესპუბლიკებისგან განსხვავებით, ხელმისაწვდომი იყო ნიმუშები? ამ კითხვაზე შეუძლებელია პასუხის გაცემა მოკლე კვლევის ფარგლებში.

დავუბრუნდეთ საქართველოს, როგორც სსრკ-ს ნაწილს და სსრკ-ში არსებულ მდგომარეობას დიზაინის მიმართულებით. თავდაპირველად, საქართველოში დიზაინი გაიგეს როგორც „ხელოსნობა“, რადგან მისი ერთ-ერთი საფუძველი ტრადიციული ხელოსნობა და ხელნაკეთობების წარმოება იყო. ამ დროს საქართველოში შეიქმნა პირველი მასშტაბური ინსტიტუტი, რომელიც დიზაინის ელემენტებსაც შეიცავდა. თუმცა, არც სამომხმარებლო საქონლის წარმოებაში ჩართული გამოყენებითი ხელოვნება იდგა შორს იმ პროცესებისგან, რომლებმაც დიზაინის გაჩენას მისცა ბიძგი. მე-19 საუკუნის ბოლოს საქართველოში, სამრეწველო და გამოყენებითი ხელოვნების დარგებში, ახალი მიმართულება გაჩნდა, რომელიც ევროპულს ჰგავდა. ციციშვილი მიიჩნევს, რომ სწორედ ამ გარდამავალ ეტაპზე დაიწყო ქართული დიზაინის შექმნა [Цицишвили, 1985:5-24]. საქართველოს გასაბჭოებამ ტრადიციული ქართული ხელოსნობა დააკნინა. თუმცა, სახალხო პოპულარობის ფონზე, შეიძლება ითქვას, რომ ის მაინც გადარჩა და განვითარდა.

1920-იანი წლების მეორე ნახევარში ორი არქიტექტურული დოქტრინის გავლენით, დიზაინის პირველი ყლორტები გაჩნდა. პირველი დოქტრინა საერთაშორისო იყო (კონსტრუქტივიზმით გატაცება), მეორე კი – ეროვნული ტრადიცია – ქართული არქიტექტურის გავლენის ქვეშ იყო. რაც შეეხება მატერიალური ნივთების შექმნას, ამ შემთხვევაში, ეროვნულ ტრადიციაზე გამოყენებითი ხელოვნება მოქმედებდა. ამ მოძღვრებებიდან პირველი საქართველოში ისეთი მნიშვნელოვანი არ გამხდარა, როგორც საბჭოთა რუსეთში, ქართულ ეროვნულ ფორმათა ელემენტების კონსტრუქტივიზმის პრინციპებთან შერწყმის მცდელობის წყალობით. ამ ნიადაგზე ჩამოყალიბდა „ქართული სტილი“, რომლის კონცეფციაც საერთაშორისოსა და ეროვნულის სინთეზირება და ქართული შემოქმედების ხასიათისა და სულისკვეთების რეპროდუცირება იყო, რაც მოსკოვური კომუნიზმის ზეობის დროს ხდებოდა. გასაგებია, რომ ეროვნული ფორმის თავიდან გააზრება ბევრად უფრო რთული იყო, ვიდრე პროდუქტის გარეგნობის უბრალო „დეკორაციის“ შექმნა. თუმცა, საინტერესო ნივთები მაინც შეიქმნა.

ყოველივე ზემოთქმულმა თავისი შედეგი გამოიღო, რის გამოც, კონსტრუქტივიზმმა საქართველოში რუსულის სტატუსი სრულად ვერ მოიპოვა. საერთაშორისო ტრადიციები გაძლიერდა. XX საუკუნის პირველი ორი ათწლეულის შემდეგ კი მხატვრების ყურადღება „მწარმოებლის“ კონცეფციიდან მიღებულ სარგებელზე კონცენტრირდა. ეს უკანასკნელი, თავისი არსით, ადგილობრივ ნიადაგზე არ „აღმოცენებულა“, ცენტრის მიერ იქნა ნაკარნახევი. ეს არ იყო გარემოს შექმნის ხელოვნება. ეს მხოლოდ მისი რეკონსტრუქცია გახლდათ. შეიძლება ეს ფენომენი მსოფლიო დიზაინის იმ მოძრაობებსაც შევადაროთ (მხოლოდ ნაწილობრივ), რომლებმაც შექმნა ახალი დიზაინის ისეთი კონცეფცია, როგორიცაა „სტილინგი“. იგი თავისუფალი ბაზრის იდეოლოგიას ასახავდა და სსრკ-ისგან განსხვავებით (რომლის ნაწილი საქართველოც იყო), საგნების

იძულებით მოდერნიზაციას არ ეწეოდა. სამრეწველო დიზაინი აქ ვერ გაჩნდებოდა, რადგან საბჭოთა საქართველოს ინდუსტრიული პოტენციალი საქართველოს საბჭოეთის წინააღმდეგ ომისა და XX საუკუნეში განხორციელებული ოკუპაციის შედეგად დაკნინდა. საქართველოში ინდუსტრიული დიზაინი საინჟინრო დიზაინისა და ეგრეთ წოდებული „სპონტანური“ დიზაინის სახით გამოვლინდა, როგორც ინდუსტრიალიზაციის ეპოქის ფენომენი და „ინდუსტრიული კულტურის“ განვითარებაში წინგადადგმული ნაბიჯი, რომლის წარმომადგენლები გადაასახლეს და დახვრიტეს. 1940-იან და ადრეულ 1950-იან წლებში სსრკ-ის ინდუსტრია სამხედრო საჭიროებების დაკმაყოფილებაზე მუშაობდა, რის გამოც დიზაინი თითქმის მივიწყებულ იქნა. მიუხედავად ამისა, ზოგიერთი პროდუქტი კვლავ ვითარდებოდა საქართველოში და დიზაინის გარკვეულ მახასიათებლებსაც შეიცავდა. იქმნებოდა საცხოვრებელი და საზოგადოებრივი ფართების დეკორაციისთვის განკუთვნილი პროდუქტები, განათების მოწყობილობები, ქუჩის ტექნიკა. თუმცა, ამ სამუშაოებისთვის შესაფერისი კადრების ნაკლებობა იგრძნობოდა. ტექნიკური და კულტურული ჩამორჩენილობის გამო, ქვეყანა, ძირითადად, ნაცნობ პროდუქტებს ქმნიდა, როგორებიცაა: დეკორატიული ქსოვილები, ხალიჩები, შპალერი, კერამიკა და ხელოვნების ინდუსტრიის სხვა პროდუქტები, რომლებმაც სრულყოფილებასაც კი მიაღწია. დროთა განმავლობაში, დიზაინის ისეთი სფეროები, როგორებიცაა - მსუბუქი მრეწველობა და ავეჯის მრეწველობა, საქართველოში ტრადიციულ დარგებად ჩამოყალიბდა.

XX საუკუნის მეორე ნახევრის დასაწყისში თბილისის სამხატვრო აკადემიაში ეროვნული ხელოსნობის ტრადიციების გავლენით, დიზაინის სწავლებას ჩაეყარა საფუძველი. თავდაპირველად, ამზადებდნენ ხელოვანებს, რომლებიც მუშაობდნენ ხეზე, ლითონზე, ტექსტილზე, ქსოვილებზე, ტანსაცმელზე, მოგვიანებით – პლასტმასაზე, მინასა და კერამიკაზე. დროთა განმავლობაში, ისინი სხვადასხვა სამრეწველო პროდუქციის დიზაინში ჩაერთნენ, რის გამოც, შეგვიძლია, მათ პირველი დიზაინერებიც კი ვუწოდოთ.

დიზაინის განვითარების მომდევნო ეტაპზე, გასული საუკუნის 50-80-იანი წლების საქართველოში, ისევე როგორც უკრაინის სსრ-ში, 1930-იანი წლების ინდუსტრიული საზოგადოების მემკვიდრეობა გაგრძელდა. როგორც ცნობილია, ამ პერიოდში დეფიციტური იყო ისეთი საყოფაცხოვრებო ნივთები, როგორებიცაა: ავეჯი, ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი, საყოფაცხოვრებო ტექნიკა და პირადი მოხმარების ნივთები, რომლებსაც საბჭოთა ხალხი კი არ ყიდულობდა, არამედ „შეისყიდიდა“. ამ ტიპის საქონელს, ძირითადად, ავეჯს, ტანსაცმელს, ფეხსაცმელს, ქსოვილსა და ზოგიერთ საყოფაცხოვრებო ნივთს, ქართველი დიზაინერები ქმნიდნენ, მაგრამ ეს დეფიციტის საერთო პრობლემას ვერ წყვეტდა. დიდი ხნის განმავლობაში, სხვადასხვა დანიშნულების ავეჯის დიზაინს მთავარი ადგილი ეკავა სხვა სფეროებს შორის.

დროთა განმავლობაში, შეიქმნა საპროექტო სამსახური, რომელსაც ხელმძღვანელობდნენ ტესსკი (ტექნიკური ესთეტიკის საკავშირო სამეცნიერო კვლევითი ინსტიტუტი) და მისი ფილიალები, რომელთაგან ერთ-ერთი საქართველოში, კერძოდ, თბილისში მდებარეობდა (სპეციალური ხელოვნებისა და დიზაინის ბიურო). 1966 წელს ტესსკი-ის ქართული ფილიალი (ჯიეფ ტესსკი), ისევე როგორც სამრეწველო ხელოვნებისა და დიზაინის დეპარტამენტები, გრაფიკული დიზაინის ინდუსტრიის სხვა საკითხებთან ერთად, ქართული შრიფტების ოპტიმალური ნაკრების შექმნაზეც მუშაობდა ვიზუალურ კომუნიკაციებსა და რეკლამაში გამოსაყენებლად. სამრეწველო დიზაინში მანქანების, მექანიზმებისა და მოწყობილობების შემუშავებისას, ადგილობრივი საცხოვრებელი პირობების თავისებურებებს ითვალისწინებდნენ (პრაქტიკული განხორციელების მაგალითია ხილის სახეხი სასოფლო-სამეურნეო მანქანა). ტესსკი-ის სხვა ფილიალებთან შედარებით, საქართველოს ფილიალს განსხვავებული მიღწევები ჰქონდა, განსაკუთრებით, გრაფიკული დიზაინის სფეროში. მიმდინარეობდა მუშაობა ეტიკეტებისა და სავაჭრო ნიშნების, კორპორაციული სტილის, კონტეინერებისა და შესაფუთი მასალების (განსაკუთრებით, საჩუქრების) შექმნაზე. ამ ნიმუშებზე მუშაობისას, ითვალისწინებდნენ „ეროვნულ სპეციფიკას“. მათზე გამოსახულ სურათებთან დაკავშირებით, აღსანიშნავია „მდიდრული“ ფერებით გაფორმება. შავ-თეთრი ტონები კი „ხვეწდნენ“ და მეტ „ელეგანტურობას“ სძენდნენ მათ. სხვადასხვა ფორმის შექმნისას, იყენებდნენ ქართული მონეტის ელემენტებსა და ტრადიციულ მასალებს, განსაკუთრებით, შეფუთვისას. ეს ქართველური ბუნებისთვის დამახასიათებელი იდენტობის ძიების ერთგვარი გამოვლინება იყო. ჯიეფ ტესსკი-ის გრაფიკული დიზაინერები ხშირად მიმართავდნენ ქართული ანბანის, ორნამენტების, უძველესი ხელნაწერების, მინიატიურებისა და მხატვრობის პირველ ნიმუშებს.

თავდაპირველად, დიზაინი ხელოვნების ინდუსტრიის პროდუქტებზე კონცენტრირდებოდა (ფეხსაცმელი, ხალიჩები, ფარდაგები, სუვენირები, სათამაშოები, ტრადიციული ორნამენტებიანი ქსოვილი, პლასტმასის პროდუქტები და სხვა). ქართველი დიზაინერები მონაწილეობდნენ მინისა და კერამიკული ნაწარმის მოხატვაში, ტანსაცმლის დიზაინში კი ტრადიციულ ქსოვილებს იყენებდნენ. კერამიკულ ნიმუშებს ნახატებითა და ჭიქურით ამკობდნენ, რაც უძველესი ტრადიციების მქონე ქართული სამრეწველო კერამიკის დაბრუნებაზე მეტყველებდა (აღნიშნული საკითხი წარმოდგენილია ჩემს წინა პუბლიკაციებში [იხ.: ქუთათელაძე, 2020:277-299]). ეს ნივთები მხატვრულად მდიდარ დიზაინს წარმოგვიდგენს. მათ ნაწილს აქვს ტრადიციული მხატვრული ფორმები და ახლოსაა გამოყენებით ხელოვნებასთან. ეს არის სწორედ კავშირი ე.წ. „ხელნაკეთ დიზაინთან“ ქართული ეროვნული პროდუქციის განვითარებაში პროცესში.

იმ პერიოდის გარემოს დიზაინში გამოჩნდა ქართული დიზაინის ისეთი ტრადიციული საგნები, რომლებიც სივრცის ორგანიზების ტრადიციულ მეთოდებს „განასახიერებდა“ (მაგალითად, ინტერიერის ავეჯი - ჩაშენებული კარადები, „განჯინები“, პროდუქტების შესანახად, ან სასადილოს ავეჯი „დგამჭურჭელი“). ამასთანავე, გამოჩნდა მაშინდელი საკურორტო ქალაქებისა (ბორჯომი, ბათუმი) და ლოჭინის ცალკეული რაიონების ურბანული გარემოს ე.წ. დიზაინის ელემენტები, რომლებშიც, დიზაინერებმა, სხვა კომპონენტებთან ერთად, გაითვალისწინეს ადგილობრივი კულტურული ტრადიციები და ეთნიკური თავისებურებები. სამწუხაროდ, შემდგომ პრაქტიკაში, ამას გაგრძელება არ მოჰყოლია. საკურორტო და ტურისტულ ინდუსტრიაზე ორიენტირებული დიზაინი ვერ განვითარდა. სსრკ-ის დიზაინის დომინანტურ საერთაშორისო კომპონენტად ჰიპერტროფიული ოფიციალური კოლექტივისტური იდეოლოგია იქცა. სამრეწველო დიზაინი მის ფარგლებში მოექცა. თუმცა, გარკვეულ როლს ასრულებდა საქართველოს სამრეწველო და დიზაინერული გამოცდილებაც. ქართველები ჯერ კიდევ კომუნისტურ ეპოქაში აწარმოებდნენ ინდუსტრიული დიზაინის ნიმუშებს, კერძოდ, მაგისტრალურ ელექტრო ლოკომოტივებს („ვიელ“), სატვირთო ტრაქტორებს („კაზი“), სექციურ ტრამვაის („თბილისი“), იტალიური კომპანია „გოლდონისა“ და „რიონის“ მიერ ლიცენზირებულ მოტობლოკებს, ჩაის საკრეფ ტრაქტორებს („საქართველო“), სასოფლო-სამეურნეო იარაღებსა და სხვა სამრეწველო ნივთებს. თუმცა, სამწუხაროდ, ისინი არ გახდა საკმარისად პოპულარული და ინდუსტრიულ ბრენდებად ვერ ჩამოყალიბდა.

ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში, ბალკანეთის ქვეყნებისგან განსხვავებით, ტოტალიტარულმა სისტემამ დიზაინის ყველა მექანიზმის პრიმიტივიზაცია და გამარტივება გამოიწვია. თვითრეგულირების რთული მექანიზმების ნაცვლად, აქ ყველაფერს ძალადობრივი ქმედებები მართავდა. სამწუხაროდ, კომუნისტური დიქტატურის დომინანტობა საკუთარ ეფექტს ახდენდა. ეკონომიკა, კულტურა, პოლიტიკა ათასწლეულის დასასრულის ცივილიზაციური და კულტურული ცხოვრების დინამიკურ, მაღალ კონკურენტულ და, ზოგჯერ, ძალიან მკაცრ ბაზარზე სუსტი თუ არა, საკმაოდ მოწყვლადი იყო. ფაქტობრივად, დიზაინი გახდა მოწყვლადობის გამოვლინება.

1990-იანი წლების დასაწყისში მრავალი ქვეყნის პოლიტიკური და ეკონომიკური მდგომარეობა შეიცვალა, რამაც ასახვა პოვა განსახილველი ქვეყნების სუბიექტურ-სივრცით გარემოში. ბოლო 15-20 წლის განმავლობაში მათი დიზაინი სწრაფად ვითარდებოდა დასავლური სტილით, ხოლო „კარგი დიზაინი“ საკუთარი ხელით შექმნილ დასავლურ დიზაინს ნიშნავდა. ახლაც ასეა. თუმცა, ალბათ, სჯობს, მიზნად განისაზღვროს დიზაინის საკუთარი ვერსიების შექმნა.

აღსანიშნავია, რომ ცვლილებები საქართველოსთვის რთულ პერიოდში განხორციელდა. ერთი მხრივ, საქართველომ დამოუკიდებლობა მოიპოვა. მეორე მხრივ, მოსკოვი ქართული სახელმწიფოებრიობის არსებობას ებრძოდა. შედეგად,

ომები გაიმართა. რაც შეეხება ბოლო, 2008 წლის ომს, ის 21-ე საუკუნის პირველი, მაგრამ, სამწუხაროდ, არა უკანასკნელი ევროპული ომი იყო. ამჟამად საქართველოს მოძმე უკრაინაც მის ხვედრს იზიარებს. საქართველოსთვის ეს იყო ტერიტორიების ნაწილობრივი ოკუპაციის, ადამიანების სიკვდილის, კულტურისა და ეკონომიკის მნიშვნელოვანი ნგრევისა და დიზაინის თითქმის მივიწყების პერიოდი. რაც მთავარია, ქვეყანა გადარჩა, მაგრამ დასახიჩრდა.

2000-იანი წლების მეორე ნახევრის დასაწყისში ვითარება შეიცვალა, რაც, პირველ რიგში, საქართველოს ეროვნული იდენტობის სუბიექტურ-სივრცითი გარემოს განახლებაში გამოვლინდა. ქვეყნის ეროვნული ბრენდის რეპროდუქციაში ჩაერთნენ უცხო ქვეყნების დიზაინერები, ძირითადად, დასავლეთიდან (იტალია, გერმანია, ესპანეთი). ეს იყო „ახალი საქართველოს“ იერსახის შექმნის მაგალითები საზოგადოებრივი გარემოს მხატვრულად მდიდარი არქიტექტურული ობიექტებით. ზოგიერთი მათგანი გვიჩვენებს ოსტატურად შექმნილ თანამედროვე ურბანულ ობიექტს, რომელიც ეროვნულ-მხატვრულ ფორმას ისტორიულ გარემოში აცოცხლებს. ზოგიერთი კი ფუტურისტული ხელოვნების ჩინებულად დაპროექტებული ნიმუშია, როგორც მთიანი რეგიონის რთული რელიეფისთვის, ისე ჩვეულებრივი ქალაქებისთვის. საუბარია თბილისის, ქუთაისის, ბათუმის, მესტიის, სარფის, გორისა და ლოჭინის არქიტექტურულ ნიმუშებზე, რომლებიც საქართველოს დიზაინს ცნობადს ხდის მსოფლიო მასშტაბით.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შედარებითი ანალიზის გამოცდილებისა და ქართული დიზაინის (მისი ობიექტური და რეალისტური მოდელის) პირადი ხედვის საფუძველზე, გამოგყოფთ შემდეგ ასპექტებს.

დღევანდელი ქართული დიზაინი გერმანული, ავსტრიული, შვეიცარიული და აღმოსავლური დიზაინების ნაზავს წარმოადგენს, რაც, ძირითადად, რეალიზებულია ტანსაცმლის, აქსესუარების („მოდური“ დიზაინის ობიექტების), „მასობრივი მოხმარების“ ვიზუალური კომუნიკაციის, შესაფუთი მასალების, კონტეინერებისა და „მხატვრული“ დიზაინით გაჯერებულ გარემოს დიზაინში. თუმცა, სად არის მექანიკური ინჟინერიის, ტრანსპორტის, მოწყობილობების, საყოფაცხოვრებო ელექტრონიკისა და სხვა სფეროების დიზაინი? არსებობს, მაგრამ, ვერ ვიტყვით, რომ კარგად არის განვითარებული. ასეთი გახლავთ ზოგადი სურათი.

მიმოვიხილოთ პროფესიონალური დიზაინის სწავლების საკითხებიც. ამ სფეროში გარკვეული დადებითი ძვრები შეინიშნება. ფაქტობრივად, საქართველოში კლასიკური უნივერსიტეტები სტუდენტებს დიზაინის მეტ-ნაკლებად კარგი ხარისხის განათლებას სთავაზობს მხატვრული, ტექნიკური და ზოგიერთი საგანმანათლებლო პროგრამების საფუძველზე. თუმცა, სათანადო გამოცდილება ჯერ არ არსებობს. ავტორის ერთ-ერთი წინა პუბლიკაცია ეძღვნება სწორედ დიზაინის სფეროში განათლების ეროვნული სისტემების რეფორმების საკითხს მე-

20 საუკუნის მეორე ნახევრის უკრაინისა და საქართველოს მაგალითზე [ქუთათელაძე, 2020:30-35]. დიზაინის სწავლების თვალსაზრისით, საქართველოში სამი წამყვანი უნივერსიტეტია - სამხატვრო აკადემია და საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი თბილისში და ხელოვნების უნივერსიტეტი ბათუმში. ა. ქუთათელაძის სახელობის თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემიას დიზაინერების მომზადების საკმაოდ ძველი ტრადიცია აქვს. აქ უკვე დიდი ხანია, არსებობს ისეთი საგანმანათლებლო პროგრამები, როგორებიცაა: ხისა და ავეჯის დიზაინის მხატვრული დამუშავება, კერამიკული ხელოვნება, მხატვრული მინის დიზაინი, მოდის დიზაინი, სამკაულისა და ლითონის დეკორაციული პლასტიკა, სამრეწველო დიზაინი და ტექსტილის დიზაინი [აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია]. აღნიშნული პროგრამები ისწავლება დიზაინის ფაკულტეტზე. ამ ფაკულტეტს აქვს ქართული ტრადიციული ტექსტილის კვლევითი ლაბორატორიაც, როგორც დიზაინის საშუალებით ქართული კულტურის ტრადიციული დარგების აღდგენისა და განვითარების მაგალითი [აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია]. ზოგიერთი პროგრამა, კერძოდ, სივრცითი დიზაინი, ინტერიერის დიზაინი და ფერებისა და განათების დიზაინი არქიტექტურაში გადაეცა არქიტექტურის ფაკულტეტს [აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია]. ბათუმში ხელოვნების უნივერსიტეტის ვიზუალური, სასცენო და კინო-სატელევიზიო ხელოვნების ფაკულტეტზე ორი საგანმანათლებლო პროგრამაა – ტექსტილის დიზაინი და ქსოვილის დიზაინი [ბათუმის ხელოვნების უნივერსიტეტი]. სერტიფიცირებულ დიზაინერებს ამზადებს საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის საერთაშორისო დიზაინის სკოლაც, რომელიც ფაკულტეტის სახით არსებობს და სტუდენტებს ოთხ საგანმანათლებლო პროგრამას სთავაზობს – ინტერიერისა და ავეჯის დიზაინი, პროდუქტის დიზაინი (სამრეწველო საინჟინრო დიზაინი), ტრანსპორტის დიზაინი და ვიზუალური კომუნიკაციის დიზაინი (გრაფიკული დიზაინი) [საერთაშორისო დიზაინის სკოლა]. დიზაინის საგანმანათლებლო პროგრამები რამდენიმე სხვა უნივერსიტეტშიც მოქმედებს. თუმცა, ისინი კვლავ გამოცდილების შეძენის ეტაპზეა. აღნიშნულ საკითხებზე აუცილებლად ვიმსჯელებთ ჩვენს მომავალ ნაშრომებში. ყველა აღნიშნული უნივერსიტეტი და სამხატვრო აკადემია დაინტერესებულ პირებს სთავაზობს საბაკალავრო და სამაგისტრო პროგრამებს. დღეისათვის პრობლემად რჩება დიპლომისშემდგომი განათლება (დოქტორანტურის საფეხურის დიზაინის პროგრამები), რომელიც ჯერ კიდევ არაა ხელმისაწვდომი.

დიზაინის არსებული პრაქტიკის შესახებ ვიტყვით, რომ დღეისათვის ქართველ დიზაინერებს მნიშვნელოვანი კორპორაციული კლიენტები არ ჰყავთ, რადგან მსოფლიომ მათ შესახებ ცოტა რამ იცის, რისი მიზეზიც დიზაინის საერთაშორისო კონკურსებში მათი არასაკმარისი ჩართულობაა. თუმცა, ბოლო დროს ამ მიმართულებით ვითარება გაუმჯობესდა. გამოჩნდა ახალი ქართველი დიზაინერების, სტუდიებისა და იმ ჯგუფების სახელები, რომლებიც

სპეციალიზებულნი არიან შეფუთვის, ტანსაცმლისა და აქსესუარების დიზაინში. პრესტიჟული საერთაშორისო დიზაინის კონკურსების გამარჯვებულებს შორის მოხვდა გარემოს დიზაინი, რასაც კონკურსის „რედ დოთ დიზაინის“ (Red Dot Design) შედეგიც ცხადყოფს. ცნობილია, რომ გამოჩენილი ქართველი სამრეწველო დიზაინერი, ზვიად ციკოლია, პროდუქტის შეფუთვის დიზაინის გამარჯვებული გახდა [Red Dot Design].

აღსანიშნავია, ქართულთა თანამედროვე გრაფიკული დიზაინის მიღწევები ისეთ სეგმენტში, როგორიცაა „შრიფტების დიზაინი“. ქართული შრიფტი ფორმების შექმნის თავისებური ანბანია, ეროვნული ფორმისა და თანამედროვე კონსტრუქციული პლასტიკურობის ექსპერიმენტების ერთობლიობაა. ორნამენტი კიდევ ერთი ტრადიციული სეგმენტია, რომელიც დიზაინს აახლოვებს გამოყენებით ხელოვნებასთან, „მასობრივი მოხმარების“ ვიზუალურ კომუნიკაციებთან, მედიასთან და ა.შ. არსებობს მეორე მიმართულებაც, რომელშიც ქართველი დიზაინერები თავს იმკვიდრებენ – ტანსაცმელი, აქსესუარები, ქსოვილები, მათ შორის, ტრადიციული. ეს სფერო მსოფლიოს „აცნობს“ თავს.

თავის ტრადიციებს აგრძელებს გარემოს დიზაინიც, განსაკუთრებით, ისტორიულ გარემოში. საქართველოს ქალაქებისა და დაბების ყოფილი ქარხნების, ფაბრიკებისა და სტამბების ექსტერიერი და ინტერიერი წარმატებით ადაპტირდება თანამედროვე რეალობასთან გარემოს დიზაინის წყალობით, ვინტაჟური ქართული ხელნაკეთობებისა და „თანამედროვე“ დიზაინის „მდიდარი“, „ეკლექტური“ კომბინირების საშუალებით. წარმატებულ ადაპტაციაზე მასობრივი გადართვის ნიმუშებია თანამედროვე „მოდური“ ფორმებით ნაგები ცათამბჯენები საკურორტო ქალაქ ბათუმში, რომელსაც შეგვიძლია თამამად ვუწოდოთ „ქართული სინგაპური.“

დღეისათვის სამრეწველო დიზაინის პრაქტიკა საქართველოში ნელა ვითარდება. მას მძლავრს ვერ ვუწოდებთ, რადგან ეს სეგმენტი დამოკიდებულია ეკონომიკურ შესაძლებლობებზე. შესაბამისად, მექანიკური ინჟინერიის, ტრანსპორტის, ტექნიკისა და ტექნიკური საყოფაცხოვრებო ნივთების დიზაინის პროდუქტების წარმოება დასავლეთთან კონკურენტუნარიანი არ არის. თუმცა, გარკვეული მიზეზების გამო, შესაძლებელია მომავალში შესამჩნევი გახდეს. ამ მოსაზრებას ამყარებს უკვე წარმოებული VL11M6-503 ელექტროწევა, სპეციალური დანიშნულების ჯავშანტექნიკა „დიდგორი“, „მედევაცი“, „ლაზიკა“, რომლებიც სამრეწველო დიზაინის სეგმენტებს წარმოადგენს. აღნიშნულს უნდა დავუმატოთ ცნობილი სტუდიის, „ციკოლია დიზაინის“, მიერ წარმოებული საბრძოლო მანქანა „მორიელი“, კონცეპტუალური მანქანები ჟენევისა და ფრანკფურტის საავტომობილო შოუებისათვის, საპროექტო წინადადებები საჰაერო ტრამვაისთვის, ექსპერიმენტული თვითმფრინავი, თბილისის მეტროპოლიტენის ტურნიკეტი, „ობობას ველოსიპედის“ მოდელი, ბავშვის ვაგონი იაპონური ბაზრისთვის, საათები და სხვა. ყველა ეს სამრეწველო ნიმუში ადგილობრივმა

ინდუსტრიამ უნდა აწარმოოს. თუმცა, ზოგი მათგანი უცხოური ბაზრისთვის არის გათვლილი. ვიმედოვნებთ, რომ ჩამოთვლილი ნიმუშები საქართველოს სამრეწველო დიზაინს შესამჩნევს გახდის მსოფლიო მასშტაბით.

რადგან დიზაინი ღრმად არის ინტეგრირებული ეკონომიკაში, მან შესაბამისი პრიორიტეტები უნდა აირჩიოს. როგორც ჩანს, ქართველი დიზაინერები ნაკლებად უნდა დაინტერესდნენ ფართომასშტაბიანი, გრანდიოზული პროექტებითა და „დიზაინის გიგანტომანიით“. მათ ჩვეულებრივი პროდუქტებისა თუ საყოფაცხოვრებო ტექნიკის ჩინებული ნიმუშები უნდა შექმნან. თუმცა, შესაძლებელია, გარკვეული გამონაკლისებიც არსებობდეს. დღეს საქართველოს საკურორტო ზონებში ცათამბჯენები შენდება და სამხედრო ტექნიკის დიზაინის ნიმუშებიც იქმნება. შესაბამისად, სავსებით ლოგიკურია ამ მიმართულებების განვითარება. საქმე ისაა, რომ სფეროები, რომლებიც ქვეყნისთვის დამახასიათებელი არ არის, იძულებითი და თავს მოხვეული არ უნდა იყოს. ცხადია, რომ მატერიალური ობიექტების შექმნის მიმართულებებს ირჩევენ როგორც დიზაინერები, ისე „ტექნოლოგიების სფეროს ჰუმანიტარული კულტურის“ წარმომადგენლებიც, რომლებსაც უკეთ ესმით საზოგადოების ტექნოლოგიური პრიორიტეტები.

ჩვენი აზრით, საქართველომ პრიორიტეტულად უნდა აქციოს დიზაინის გარკვეული სფეროები. დღეს საქართველო აქტიურად ავითარებს ტურისტული ქვეყნის ბრენდს, რის შედეგადაც, ყველაზე უკეთ იქმნება ტურისტული ობიექტებისა და საკურორტო ზონების განვითარების პროგრამები. შესაბამისად, უნდა განვითარდეს ეკონომიკის ამ დარგზე ორიენტირებული დიზაინის ის სფეროებიც, რომლებიც არქიტექტურასთან აახლოვებს. მათ შორისაა სასტუმროების, სანატორიუმების, კოტეჯების, დაბალსართულიანი სამოქალაქო და საცხოვრებელი სახლების მშენებლობა მთის ლანდშაფტის დიზაინის თავისებურებათა გათვალისწინებით, რაც ბიძგს მისცემს შესაბამისი დარგების განვითარებისთვის საჭირო ტექნოლოგიების პროგრესს. არქიტექტურული გარემოს დიზაინში კი არაინდუსტრიული ობიექტების ლანდშაფტის, პირველ რიგში, საკურორტო ქალაქების, დიზაინი უნდა გააქტიურდეს.

ჩვენი აზრით, ქვეყნის აგრარული ბუნებიდან გამომდინარე, მანქანათმშენებლობის უპირველეს პრიორიტეტად სასოფლო-სამეურნეო მანქანური ინჟინერია უნდა იქცეს. მაღალი ხარისხის, კარგად დაპროექტებული სასოფლო-სამეურნეო ტექნიკა გაზრდის წარმოების ეფექტიანობას, რაც ძალიან მნიშვნელოვანია. ამასთანავე, ეს პროდუქტი მოთხოვნადი იქნება ექსპორტისთვისაც. თუ ინვესტიცია იმ ტიპის აღჭურვილობის შექმნასა და უწყვეტ მოდერნიზაციაში განხორციელდება, რომლითაც ქართველებს მსოფლიოში უძველესი დროიდან იცნობენ, ის შეიძლება ქვეყნის ბრენდად იქცეს. მანქანური ინჟინერიის ინდუსტრიას გემთმშენებლობის, როგორც სატრანსპორტო ინჟინერიის ერთ-ერთი სეგმენტის, დიზაინიც უნდა დაემატოს, რაც ბიძგს მისცემს შესაბამისი საწარმოო სტრუქტურებისა

და მომსახურების მთელი ინფრასტრუქტურის განვითარებას. ამასთან, საქართველო „საზღვაო ქვეყანაა“, რაც მისი მოსახლეობის მენტალიტეტზეც ზემოქმედებს. ჩვენ მხოლოდ ძირითადი სფეროები მიმოვიხილეთ. თუმცა, შესაძლებელია სატრანსპორტო დიზაინის დამატებაც. მას აღდგენის ისტორიული საფუძველი აქვს.

ჩამოთვლილის გარდა, ღირსეული ადგილი შეიძლება დაიკავოს დიზაინისა და არქიტექტურის მომიჯნავე გამოყენებითმა ხელოვნებამაც, რაც დადებით იერსახეს მისცემს საქართველოს ქალაქებსა და სოფლებს. „დიზაინერული გამოყენებითი ხელოვნება“, რომელიც თავისი მაღალი დონის მხატვრული კომპონენტით ცენტრალური აღმოსავლეთის დიზაინის ბრენდი გახდა, ყველაზე მეტად საქართველოს რეალობასთან ადაპტირდება. თუმცა, ის დიზაინერების ნამუშევრების შესამჩნევ კომპონენტად არ ჩამოყალიბებულა. უფრო მეტიც, საქართველოს, ისევე როგორც ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებს, ადგილობრივი კულტურის გათვალისწინებით, ამ კომპონენტის განვითარების ყველა საფუძველი აქვს. საუბარია ისეთი პროდუქციის შექმნაზე, როგორიცაა ჭურჭელი, ავეჯი, ქსოვილი, ტანსაცმელი, ტექნიკურად უფრო რთული საყოფაცხოვრებო ნივთები, ყველა სახის გარე და შიდა აღჭურვილობა და სხვა.

აღნიშნულ სეგმენტს შეიძლება დაემატოს ე.წ. პროდუქტის დიზაინი, რომელშიც შედის ლითონის ნაწარმი და სხვა მასალისგან, კერძოდ, კერამიკის, მინისა და ტრადიციული ქსოვილისგან, დამზადებული პროდუქცია, რაც ევროპულ პრაქტიკაში დიზაინის სფეროს ეკუთვნის. საქართველოს შემთხვევაში, ის მასალები უნდა იქნას გამოყენებული, რომელთა წიაღშიც იქმნება ტრადიციული პროდუქტის დიზაინი ინოვაციური სტრატეგიებითა და გამოყენებითი ხელოვნების ტექნოლოგიებით.

ეგრეთ წოდებული „ისტორიული მიდგომა თანამედროვე ნივთების დიზაინისადმი“ კიდევ ერთი აუცილებელი მიმართულებაა. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ საუბარია არა ხალხური კულტურის მოყვარულთა სპონტანურად შექმნილ ნაკეთობებზე, არამედ წარსულის იმ ფორმებზე, რომლებიც თავად ცხოვრებამ აირჩია და რომლებსაც ამა თუ იმ რეგიონში ჩამოყალიბებული მძლავრი მხატვრული პოტენციალი აქვს. შესაბამისად, ასეთი ფორმების მივიწყება არ იქნება კარგი. ბევრი მათგანი ამჟამად ისტორიული ნიმუშების სახით არქივებშია განთავსებული, ნაწილი კი ქართულ ეზოებშია ჩაკარგული. აუცილებლად უნდა შეიქმნას და განვითარდეს პროფესიონალი „დიზაინერ-არქეოლოგების“ ან მატერიალური კულტურის ობიექტების ხელოვან-რესტავრატორების სეგმენტი, რომელიც ამ მასალებს ფართო საზოგადოებისათვის ხელმისაწვდომს გახდის.

ყოველივე ზემოთქმულის გათვალისწინებით, როგორია დიზაინის „ქართული ვერსია“? ჩვენი აზრით, ისტორიული გამოცდილების მსგავსებიდან გამომდინარე,

ის ჯერ კიდევ ძალიან ჰგავს ცენტრალურ-აღმოსავლეთ ევროპისა და ბალკანეთის ზოგიერთი ქვეყნის ვერსიებს. თუმცა, საქართველოს დღემდე არ დაუსახავს „ქართული დიზაინის“ კონცეფციის შექმნის ამოცანა, ვინაიდან მას ჯერჯერობით „დიზაინის საქართველოს ტერიტორიაზე არსებობაც“ აკმაყოფილებს.

დასკვნა

1. ქართული დიზაინის სხვა ქვეყნების დიზაინის რუკასთან შედარება ცხადყოფს, რომ საქართველოს არ გააჩნია საკუთარი ვერსიის შექმნის სუბიექტური სურვილი. განსხვავებით სხვა ქვეყნებისაგან, რომლებშიც თვალნათლივ ჩანს ეროვნულად ორიენტირებული დიზაინის ვერსიები, საქართველოში პროფესიონალ დიზაინერთა ინიციატივით არ ტარდება ღონისძიებები და დისკუსიები, არ იბეჭდება კრიტიკული პუბლიკაციები და სამეცნიერო სტატიები;

2. მეზობელი ქვეყნების დიზაინის გამოცდილების გამოყენება და მისი ადგილობრივ მხატვრულ და ფინანსურ რეალობასთან ადაპტირება აზრს მოკლებული არ უნდა იყოს. უპირველეს ყოვლისა, მნიშვნელოვანია თითოეული რეგიონის გარკვეული მახასიათებლებისა და ადგილობრივი სპეციფიკის გათვალისწინება. ამ შემთხვევაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ქვეყნის „გეოგრაფიული ბედი“, რომლის გამოც ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნები გერმანული მახასიათებლების ადაპტირებას ახდენს, ბალკანეთი კი – იტალიურისას. საქართველო პანევროპულ გამოცდილებას იღებს;

3. ჩვენი აზრით, ზემოთ ჩამოთვლილი პრიორიტეტების გათვალისწინებით, მიზანშეწონილი იქნება დღევანდელი ქართული დიზაინის პროექცია შემდეგი სტრატეგიული სფეროების მიხედვით მოვახდინოთ:

– სულ უფრო მეტად შესამჩნევი ხდება ქსოვილების, ტანსაცმლისა და აქსესუარების დიზაინი;

- კონტეინერებისა და შესაფუთი მასალების დიზაინი შესამჩნევი ხდება და განვითარების დიდ პოტენციალს ავლენს;

– მეტი ყურადღება უნდა დაეთმოს არქიტექტურული გარემოს (კოტეჯი, მაღალსართულიანი და დაბალსართულიანი სასტუმრო) დიზაინს, განსაკუთრებით, საკურორტო ზონებში, მით უფრო, რომ აქ ქართული პროექტების ნაკლებობა შეინიშნება;

– საკურორტო სივრცეების ლანდშაფტის დიზაინი პასიურია;

– გამოყენებითი ხელოვნებისა და პროდუქტის დიზაინის მომიჯნავე დიზაინი არ ვითარდება. თუმცა, ის დამატებით ფინანსურ ინვესტიციებს არ საჭიროებს;

-დიზაინი არ შეიმჩნევა სასოფლო-სამეურნეო ინჟინერიაში. თუმცა, ისტორიული თვალსაზრისით, მას განვითარების ყველა მიზეზი აქვს;

– სატრანსპორტო საშუალებების დიზაინი (განსაკუთრებით, „საზღვაო ქვეყნის“ გემთმშენებლობის) არ არსებობს. მანქანათმშენებლობის ამ სეგმენტს განვითარების პოტენციალი აქვს, მაგრამ ის ძალიან სუსტად ვითარდება;

– თანამედროვე დიზაინში პროფესიულ დონეზე არ ხდება მატერიალური კულტურის ღრმა ფენებში არსებული მხატვრული ფორმების გადმოტანა თანამედროვე პრაქტიკაში;

4. გლობალურ ბაზარზე წარმატების მისაღწევად უნდა გადაიდგას მნიშვნელოვანი ნაბიჯები დიზაინის კონკრეტული ქვედარგების მიმართულებით და არა მსოფლიოში არსებულ ყველა სფეროში. ამ ინიციატივას წარმატების ყველა საფუძველი ექნება. ქართულ დიზაინს შეუძლია გათავისუფლება დასავლური დიზაინის ნიმუშების გადმოღების ტენდენციისაგან და დასავლური გამოცდილების ადგილობრივ რეალობასთან ადაპტაციისგან. სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ქართველებს შეუძლიათ, გახდნენ შერჩეულ (ან მათ მომიჯნავე) სფეროებში „ტენდენციის შემქმნელნი“.

ლიტერატურა

ბაგრატიონ-დავითაშვილი გ., ელოშვილი დ. 2005	დიზაინი, ტრადიცია და თანამედროვეობა. თბილისი.
Apolon...	Apolon Kutateladze Tbilisi State Academy of Arts. https://art.edu.ge/acgeo/index.php?do=cat&category=2-3-x6 https://art.edu.ge/aceng/index.php?do=cat&category=3-4-9 https://art.edu.ge/aceng/index.php?do=cat&category=2- 3-x6-2
International...	International Design School. https: //gtu.ge/ids-en/
Kutateladze V. 2019	Georgian location of design in object mentality of Kartvelians. Definition of research tasks. Proceedings of International Scientific Conferences of Culture and Art in Contemporary Context. Batumi.
Kutateladze V. 2020	Sprouts of protodesign in the crafts of the oldest Georgian formations. Studies in Art Criticism. VIII. Batumi.
Red…	Red dot design. https://www.red-dot.org/search?q=tsikolia
Tsikolia…	Tsikolia design. https://www.tsikoliadesign.com/

University…	University of Arts in Batumi. http://www.batu.edu.ge/sub-13/program/2/index.html
Цицишвили Э. 1985	Дизайновое проектирование в Грузии. Тбилиси.
Даниленко В. Я. 2006	Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури XX ст. (національний та глобалізаційний аспекти). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора мистецтвознавства за спеціальністю 05.01.03 – технічна естетика. Львів.
Даниленко В. Я. 2012	Дизайн України в Європейському вимірі XX століття. Нариси з історії українського дизайну XX століття. НАМУ. Київ.
Даниленко В. Я. 2009	Дизайн Центрально-Східної Європи. Харків.
Кутателадзе В. 2020	Реформа національних систем дизайнерської освіти в контексті нових соціально-економічних умов другоїполовини XX століття. Україна та Сакартвело. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. №3.