

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 0108, საქართველო,

ხელნაწერის უფლებით

ჰუმანიტარულ, სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტი

თინათინ ჭაბუკიანი

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

ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორის (PhD) აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

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

2013 წ.

ავტორეფერატი

შესავალი

თემის აქტუალურობა

საქართველოს ტელევიზია, დაარსების დღიდან, ისევე, როგორც საბჭოთა კავშირის სხვა რესპუბლიკების ტელევიზიები, 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 თაობა“, „ინდიგო თაობა“ იყენებენ; თუმცა, ტერმინი 1999 წელს ლი კურილის წიგნის „ინდიგო თაობა: ახალი ბავშვები მოვიდნენ“ –ის გამოსვლის შემდეგ მკვიდრდება. „ინდიგო 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 მოთხოვნილებები, რაც შესაბამისად უნდა აისახოს ტელეეკრანებზე. საბავშვო ტელემაუწყებლობის დანიშნულების, მომავალი თაობის ფორმირებისათვის 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 წანამდგვრების და საფუძვლების გამოვლენასთან, რომლებიც დაგვეხმარება თანამედროვე საბავშვო მაუწყებლობის კანონზომიერებებისა და ტენდენციების გარკვევაში. კვლევის ობიექტია საქართველოში ამჟამად მოქმედი საზოგადოებრივი მაუწყებლისა (ყოფილი საქართველოს ტელევიზია, შემდგომ – 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 ფორმირებაში. შესაბამისად, დიდი ყურადღება ეთმობა საბავშვო აუდიტორიისა და საბავშვო მაუწყებლობის კვლევას, შესაბამისი სამაუწყებლო პოლიტიკის განსაზღვრასა და განხორციელებას.

საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის განვითარება საკმაოდ რთული პროცესია, რომელიც უკვე 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. საერთოდ, საბავშვო მაუწყებლობა საქართველოს რეალობაში არ გამხდარა საგანგებო კვლევის საგანი; იშვიათი გამონაკლისია ისეთი ნაშრომები, როგორც არის 18 წლის წინ გამოქვეყნებული ე. იბერის სტატია „ტელევიზიის პედაგოგიკა“. ავტორი აანალიზებს საბავშვო მაუწყებლობაში გაჩენილ იმ პრობლემებს, რომელიც წარმოშვა, ერთის 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 იქნეს განხილულ საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის წარმოქმნა და განვითარება, რაც რთული პროცესია და პირდაპირ უკავშირდება ქვეყნის სოციალურ–პოლიტიკურ პროცესებს. საბავშვო ტელემაუწყებლობის 56 წლიანი ისტორია გაანალიზებულია იდეოლოგიურ კრილში: 1. რა ადგილი ეჭირა საბავშვო მაუწყებლობას კომუნისტური რეჟიმის დროს სახელმწიფო ტელევიზიაში და რა ფაქტორები განსაზღვრავდა 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 ტელემაუწყებლობაში დემოკრატიზაციის პროცესის დასაწყისში; 5. რა ადგილი უჭირავს საბავშვო მაუწყებლობას საზოგადოებრივ მაუწყებელსა და კერძო ტელეკომპანიებში; 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 ანალიზი; 2. სახელმწიფო ტელევიზიის თანამშრომელთა გამოკითხვა; 3. საზოგადოებრივი მაუწყებლისა და კერძო ტელეკომპანიების საბავშვო მაუწყებლობის სტრუქტურისა და პროდუქციის შესწავლა – 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 (ტელე-თამაშები, ტელე-ვიქტორინები, ტელე-დადგმები, ვიდეორგოლები) მომზადების ტექნოლოგია; სანახაობების პირდაპირი რეპორტაჟები მოძრავი სატელევიზიო სადგურით და სხვა. განხილულია უახლესი High Definition (HD) კამერისა და ვირტუალური სტუდიების შესაძლებლობები. ვფიქრობთ, ეს ნაშრომი შესაძლოა გამოადგეთ ტელემოღვაწეებს, მკვლევარებსა და ამ თემით დაინტერესებულ სხვა პირებს. სავარაუდოა, რომ ნაშრომის გარკვეული საკითხები შესაძლებელია გამოიყენონ ტელე-სარეჟისორო, ტელე-ჟურნალისტიკის და ვიზუალური ხელოვნების სხვა მიმართულების სტუდენტებმა. და ბოლოს, როგორც პირველი ნაშრომი საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობაზე, იგი, გარკვეულწილად, ისტორიული მასალის როლს შეასრულებს ამ სფეროში შემდგომი კვლევების ჩატარებისას.

ნაშრომის სტრუქტურა

ნაშრომი შედგება შესავალის, ოთხი თავისა და დასკვნისაგან, თან ახლავს გამოყენებული ლიტერატურის სია.

შესავალში დასაბუთებულია საკვლევი თემის აქტუალობა, ჩამოყალიბებულია შესასწავლი პრობლემები, შეფასებულია მათი დამუშავების დონე და ხასიათი არსებული ლიტერატურის მიხედვით, განსაზღვრულია კვლევის საგანი და ამოცანები, ძირითადი მიმართულებანი და მეთოდები.

პირველი თავი „საბავშვო ტელემაუწყებლობა კომუნისტური აღზრდის სისტემაში“ ეხება საქართველოში საბავშვო ტელემაუწყებლობის წარმოქმნისა და ფორმირების პროცესს, რომელიც უშუალოდაა დაკავშირებული საბჭოთა ტელემაუწყებლობის ჩასახვასა და განვითარების პროცესებთან, რის გამოც ზემოთ აღნიშნულ საკითხს მასთან მიმართებაში განვიხილავთ.

საბჭოთა კავშირი იყო ძლიერი ერთიანი სტრუქტურა, სისტემა სადაც ყველაზე მცირე ჭანჭიკსაც კი თავისი ადგილი ჰქონდა. სისტემის შესანარჩუნებლად უნდა შექმნილიყო „ახალი ადამიანი“, რაც ნიშნავდა კომუნისტური შემეცნების აღზრდასა და მომზადებას. „ახალი ადამიანის“ ფორმირება, უნდა წარმართულიყო „საბჭოთა სოციალისტური სამშობლოსადმი“ ერთგულებისა და პასუხისმგებლობის შეგნებით. სისტემის ერთ-ერთი მთავარი მიზანი საკუთარი ქვეყნის თვითმყოფადობის, უნიკალობის, ტრადიციის შესუსტება და რეალური ისტორიის მივიწყება იყო. კომუნისტურმა იდეოლოგიებმა საბჭოთა საზოგადოების ჩამოყალიბებისა და დამორჩილებისათვის სისტემური მეთოდოლოგია შექმნეს, რომელშიც ყველა იდეოლოგიურ-საზოგადოებრივი ინსტიტუტი მონაწილეობდა, მათ შორის ძირითად საყრდენად მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებიც მოიაზრებოდა. ცხადია ტელემაუწყებლობა წარმოქმნისთანავე მასებზე ზემოქმედების მძლავრ იარაღად იქცა. „ახალი ადამიანის“ გამოძერწვაში აქტიურად მონაწილეობდა ცენტრალური ტელევიზია, რომელიც თავის მხრივ მაგალითი იყო საბჭოთა კავშირის ყველა რესპუბლიკის ტელევიზიისთვის და მისი მოთხოვნები ყველა მომმე რესპუბლიკის ტელევიზიებს უნდა გაეთვალისწინებინათ, ასეთი იყო საერთო იდეური მიმართულება. ჩვენი მთავარი თემა საბავშვო ტელემაუწყებლობაა, რომელის ათვლის წერტილი 1951წელია, როდესაც ცენტრალურ ტელევიზიით საბავშვო ტელეჟურნალი „საბჭოთა პიონერი“ გავიდა. სწორედ ამ დღიდან იწყება მოსკოვში რეგულარული საბავშვო ტელემაუწყებლობა, რომლის ძირითადი ფუნქციები კომუნისტური აღზრდის პრინციპებს ეყრდნობოდა. რაც შეეხება საქართველოს, ამ მიმართულებით მუშაობა მოგვიანებით 1957წელს დაიწყო, როდესაც ეთერში „საქართველოს პიონერი“ გადაიცა. „ცენტრალური ტელევიზიის“ ზუსტი კალკირებული ტელეჟურნალი აქტიურ აგიტაცია-პროპაგანდას უწევდა საბჭოური ცხოვრების წესს. შემდეგში ჟურნალს „მერცხალი“ ეწოდა, დაიტვირთა ეროვნული ტენდენციებით და შემოიყვანა კორესპონდენტი „ანკესა“, რომელიც პიონერების მანკიერ მხარეებს ამხელდა. ფაქტობრივად საქართველოს ტელევიზიაში „ანკესამ“

ჩაუყარა საფუძველი კრიტიკულ სიუჟეტებს. სავარაუდოა, რომ ტელევიზიის ცენზურა სკოლამდელი და დაწყებითი კლასების ბავშვების პროგრამებზე ნაკლებად ამახვილებდა ყურადღებას. ამიტომაც სკოლამდელი და დაწყებითი კლასების ბავშვების პროგრამების განყოფილება ყოველთვის ითვლებოდა თავისუფალი ექსპერიმენტების „ოაზისად“. თუმცა ეს არ ეხებოდა უფროსკლასელთა განყოფილებას, სადაც პირიქით მკაცრად დადგენილი იდეოლოგიურ – პროპაგანდისტული გადაცემები მზადდებოდა.

იმ დროისთვის საბავშვო გადაცემებს სამაუწყებლო ბადეში არ ჰქონდა განსაზღვრული დრო და ადგილი. ხშირი იყო შემთხვევითი გადაცემები, არ იყო გათვალისწინებული სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფების ინტერესები, ეს არ ეხებოდა მხოლოდ სკოლამდელი ასაკის ბავშვებს. მათთვის ყოველდღიურად გადაცემა „გაცოცხლებული ნახატები“ მზადდებოდა. პარტია ლიტერატურის, სახვითი ხელოვნების, თეატრის, კინემატოგრაფისა თუ ტელევიზიისგან მოითხოვდა მასებში დაენერგათ და განემტკიცებინათ საბჭოთა ქვეყნისადმი პატრიოტიზმისა და ინტერნაციონალიზმის გრძნობები. იდეურობა თეატრში, იდეურობა მუსიკაში, იდეურობა მხატვრობაში, იდეურობა კინემატოგრაფში და იდეურობა ახლადშექმნილ ტელევიზიაში. კომუნისტური პარტიის ამ მოთხოვნას კარგად ასახავს ცენტრალური კომიტეტის 1960 წლის 29 იანვრის დადგენილება, რომელშიც ხაზგასმით აღნიშნებოდა ტელევიზიის აუდიოვიზუალური ზემოქმედების შესაძლებლობების გამოყენება მასებზე მარქსიზმ-ლენინიზმის იდეების პროპაგანდისტთვის. დადგენილება კონკრეტულად საბავშვო ტელემაუწყებლობასა და მის მნიშვნელობასაც შეეხო. დებულების საფუძველზე სამაუწყებლო ბადეში საბავშვო პროგრამებს ყოველდღიურად, განსაზღვრული დრო, (60 წთ) და ადგილი გამოეყო. საბჭოთა კავშირის ყველა რესპუბლიკაში სავალდებულო გახდა ცენტრალური ტელევიზიის რამდენიმე გადაცემის: („მადვიძარა“, „ვარჯიში ბავშვებისათვის“, „გააკეთეთ ჩვენთან ერთად, ჩვენსავით და ჩვენზე უკეთ“) ჩვენება და ლენინის დაბადების 90-ე წლისთავისათვის პროპაგანდისტული გადაცემების მომზადება. ბელორუსიის საბავშვო რედაქციის მიერ შექმნილი გადაცემა „ხალხი ლენინური გვარდიიდან“, კომპარტიის რეკომენდაციით, როგორც საუკეთესო ნიმუში, ყველა მოძმე რესპუბლიკის ტელემაუწყებლობის ეთერით გავიდა. მოგვიანებით საქართველოში უშუალოდ ამ გადაცემის გავლენით შეიქმნა გადაცემა „მამათა ნაკვალევზე“.

დადგენილების შემდგომ რეფორმები საქართველოს ტელევიზიაშიც დაიწყო. საბავშვო რედაქციის მთ.რედაქტორად ა.გაჩეჩილაძე დაინიშნა, რომელმაც თავისი ენთუზიაზმით რედაქციას საკმაოდ მყარი საძირკველი ჩაუყარა. დაიწყო გადაცემების მომზადება ყველა ასაკობრივი ჯგუფის ბავშვებისათვის; სკოლამდელთათვის: („ცეროდენას ეკრანი“, „ჩვენი კინოდარბაზი“, „გაბედული ფოტომონადირე“ და სხვ.) უმცროსკლასელთათვის: („მუსიკალური

საათი“, „ვიმოგზაუროთ დედამიწის გარშემო“, „ჯადოსნური საღებავი“ და სხვ.) უფროსკლასელთათვის: („ვისაუბროთ პროფესიაზე“, „ჩხირკედელას სახელოსნო“, „ჩვენი სახელოვანი წინაპრები“ და სხვ.) აღსანიშნავია „ცეროდენას ეკრანი“, რომელიც მოსკოვის ცენტრალური ტელევიზიის გადაცემის „ღამე მშვიდობისა, პატარებო“-ს კარგად გადმოქართულებული ანალოგი იყო. პროგრამა ყოველდღიურად საინფორმაციო გადაცემის წინ გადიოდა და მონაცვლეობით დიქტორებს: ლ. მიქაძესა და მ. მაჩაბელს, მიჰყავდათ თუმცა განსაკუთრებული პოპულარობითა და სიყვარულით ეს უკანასკნელი სარგებლობდა, რაც გარკვეული ფაქტორებით იყო განპირობებული. ტელენაწარმოებს საფუძვლად უდევს სიტყვისა და გამოსახულების ურთიერთმოქმედება, შეთავსება, „ცეროდენას ეკრანში“ მთელი დატვირთვა სწორედ სიტყვის მნიშვნელობაზე იყო დამოკიდებული. მ.მაჩაბელი ტელევიზიაში დამკვიდრებულ და მიღებულ თეატრალურ ხერხებს (დეკლამაცია, უტრირებული თამაში) გაემიჯნა და შეეცადა მისეული სატელევიზიო თამაშის ხერხი მოეძებნა. მისი ხმა, უფრო ინტიმური იყო, სამსახიობო „შეფასებები“ ზუსტი, იგი ნიუანსურად თამაშობდა, წარმოთქმულ სიტყვას ლოგიკური შესტი ახლდა რაც გადაცემას განსაკუთრებულ გამომსახველობას ანიჭებდა. თოჯინებს როგორც სულიერ, თანასწორ არსებებს, ისე ექცეოდა, რაც ნდობის ფაქტორს ზრდიდა, აქედან გამომდინარე ბავშვებს მ.მაჩაბელის დიდაქტიკურ-აღმზრდელობითი ტონი აღარ აღიზიანებდათ. საბჭოთა რესპუბლიკებში არ არსებობდა ტელეგადაცემათა რეიტინგების დადგენის სისტემა და გადაცემათა პოპულარობასა და ეფექტურობას აუდიტორიის გამოხმაურების მიხედვით საზღვრავდნენ. აქედან გამომდინარე „ცეროდენას ეკრანი“ უდავოდ ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული და „ყურებადი“ გადაცემა იყო ამაზე თუნდაც ის ფაქტიც მეტყველებს რომ მან (შემდგომში მას „მილისპირული“ ეწოდა) ქართულ ტელევიზორცეში 30 წელი იცოცხლა.

მოთხოვნები ტელევიზიის მიმართ სულ უფრო და უფრო იზრდებოდა; საქართველოს ტელემუწყებლობაში რეფორმები ისევ დაიწყო, საბავშვო პროგრამების მთ. რედაქტორი თ. ნაცვლიშვილი ე.იბერმა ჩაანაცვლა, რომელმაც მნიშვნელოვანი კორექტივები შეიტანა არა მხოლოდ საბავშვო რედაქციაში, არამედ, ზოგადად საქართველოს საბავშვო ტელემუწყებლობის სტრატეგიაში. ამ დროისათვის გადაცემები ყველაზე პატარებისთვის“: („ცეროდენას ეკრანი“, „მულტპანორამა“, „ჯადოსნური ეკრანი“) , რომლებიც ძირითადად ანიმაციური ფილმების ვიდეო-კოლაჟს წარმოადგენდნენ კინორედაქციაში მზადდებოდა. გაკვეთილების ფორმით გადაწყვეტილი შემეცნებითი გადაცემები: („მსოფლიოს გზებსა და გზაჯვარედინებზე“, „მსოფლიოს შვიდი საოცრება“, „ვიმოგზაუროთ დედამიწის გარშემო“, რომლის საფუძველზე შეიქმნა პოპულარული გადაცემა „გლობუსი“, რომელიც 39 წელი გადიოდა). სამეცნიერო რედაქციის შემადგენლობაშია სადაც შემდგომში სასწავლო განყოფილება იქმნება. ამ

პერიოდში დაიწყო საბავშვო პროგრამების რამდენჯერმე გამეორება, რაც გართობისა და განათლების გარდა ნაკლები დანახარჯებით საეთერო დროს უზრუნველყოფდა. ე. იბერმა საბავშვო რედაქციაში განახორციელა მკვეთრი დიფერენციაცია ასაკის მიხედვით; შეიქმნა სამი განყოფილება: 1. უმცროს სკლასელთათვის გადაცემების განყოფილება; 2. უფროსსკლასელთათვის გადაცემების განყოფილება; 3. პროფტექნიკური განათლების გადაცემათა ჯგუფი (1976 ოქტომბრიდან); უშუალოდ ე. იბერის ხელმძღვანელობით განხორციელდა დიალოგის ფორმატის გადაცემა: „ჯანმრთელობა და ხუთიანი“. ავტორები შეეცადნენ მიმდინარე, ცხოვრების დოკუმენტურად ასახვას, პრაქტიკულად ისინი მოვლენას აღსრულების მომენტში გადმოცემდნენ, ეს უკვე საკუთრივ ტელევიზიისათვის დამახასიათებელი ნიშანი იყო. სწორედ ამ ფაქტორმა განაპირობა გადაცემის პოპულარობა. გახმაურდა გადაცემა, რომელიც ი. ჭავჭავაძის პოემა „განდეგილი“-ს მიეძღვნა. გადაცემის ჩაწერისას მოსწავლეები ისე ჩაერთვნენ მსჯელობაში, რომ წამყვანს (მწერალი ა. სულაკაური) შეეკამათნენ და განდეგილის დაღუპვის, მიზეზად მისი მცირედმორწმუნეობა მიიჩნიეს. მოსწავლეების თამამმა განაცხადმა ერთგვარად შეარყია იმ დროისათვის სკოლებში მიღებული სწავლების კლიშეები, რამაც ქართული საზოგადოების დიდი ინტერესი გამოიწვია.

1973წ. თებერვალში, სსრკ. პედაგოგიურ მეცნიერებათა აკადემიამ და ცენტრალური ტელევიზიის საბავშვო პროგრამების რედაქციამ პირველი საერთაშორისო კონფერენცია „ტელევიზია და ბავშვები“ ჩაატარა, სადაც სამი გენერალური საკითხი გამოიკვეთა: ტელევიზიის ზემოქმედების გაძლიერება ბავშვებზე; გადაცემების შინაარსისა და ფორმის გადაწყვეტაში, მეცნიერ-თანამშრომელთა, პედაგოგების მოთხოვნების დაკმაყოფილება, საბავშვო პროგრამებში სანახაობითობისათვის პრიორიტეტის მინიჭება. საქართველოს ტელევიზიაში საბავშვო რედაქციის მუშაობა ამ მიმართულებით წარმართა. ისევ მზადდებოდა დიდაქტიკური კომუნისტური ხასიათის გადაცემები: („კომკავშირული აქტივის ტრიბუნა“, „ისინი შრომით ადიდებენ სამშობლოს“, „კომკავშირული ცხოვრება“ და სხვ.) თუმცა პარალელურად საქართველოს ტელევიზიაში პირველი სანახაობითი გადაცემები გაჩნდა. ინტელექტუალური თამაშები: „ცხრაკლიტული“ და „სატურნი“. „ცხრაკლიტული“ ინოვაციური იყო ფორმის თვალსაზრისითაც, რადგანაც ეროვნული სიმბოლოებითა და ატრიბუტებით იყო გადაწყვეტილი. მასში მთელი საქართველოს სკოლები მონაწილეობდა. ამ ფაქტზე საგანგებოდ ვამახვილებთ ყურადღებას, რადგანაც დღეს ტელეკომპანია “რუსთავი 2“-ის ეთერში, ყოველკვირეულად გადის ინტელექტუალური თამაში “ყველაზე ჭკვიანი“, რომლის ფორმატი გადმოღებულია უცხოური ტელევიზიისგან. 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.

ამავე პერიოდში ქართულ ტელევიზორებში პირველი სანახაობითი, შოუს ელემენტებით გაჯერებული პროექტი „მხიარული სასტუმრო“ მზადდება. იყო. რომელშიც ცნობილ მსახიობებთან და პოპულარულ ადამიანებთან ერთად ნიჭიერი ბავშვები მონაწილეობდნენ. თავისი სტრუქტურით „მხიარული სასტუმრო“ შოუსთვის დამახასიათებელ ყველა კომპონენტს მოიცავდა (დეკორაცია, თეატრალური ელემენტები, მუსიკა, ქორეოგრაფია და სამსახიობო ოსტატობა), რამაც განაპირობა გადაცემის არნახული პოპულარობა არამარტო ბავშვებში არამედ უფროსებშიც. აღსანიშნავია შემეცნებით-საგანმანათლებლო გადაცემათა ციკლი, „მუსიკის მოყვარულთა კლუბი“, რომელსაც ცნობილი დირიჟორი ჯ. კახიძე უძღვებოდა და მისი ტრანსლაცია მსს-ით (მოდრავი სატელევიზიო სადგური) პირდაპირი ეთერში ხორციელდებოდა. ასეთმა „ცოცხალმა გაკვეთილებმა“ უამრავი ბავშვი აზიარა კლასიკურ და ქართულ ეროვნულ მუსიკას. სწორად განსაზღვრულმა რეორგანიზაციამ საბავშვო რედაქცია უფრო კომპაქტური გახადა და მართვის ერთ სისტემაში მოაქცია.

საქართველოს ტელევიზიაში საბავშვო თემატიკაზე მუშაობა სხვა მიმართულებითაც მიმდინარეობდა, ვგულისხმობთ სატელევიზიო თეატრსა და ტელეფილმების სტუდიას. ტელევიზიის განვითარების საწყისი ეტაპიდანვე საქართველოში ტელევიზიით ბევრი რეჟისორი დაინტერესდა მათ შორის მ. თუმანიშვილიც რომელმაც რამდენიმე სატელევიზიო დადგმა განახორციელა, მათ შორის ბავშვებისათვის „ჩიპოლინოს თავგადასავალი“ დადგა. მასვე ეკუთვნის პირველი საბავშვო ფილმ-კონცერტი „გაცოცხლებული ნახატები“. თავიდან სპექტაკლების დადგმები წმინდა თეატრალური ტექნოლოგიებით მიმდინარეობდა, ხოლო 70 – იანი წლების ბოლოსთვის ტელევიზიის ბაზაზე „სატელევიზიო თეატრი“ ჩამოყალიბდა. თანდათან გამოიკვეთა, რომ თეატრალური სპექტაკლისგან განსხვავებით, სატელევიზიო სპექტაკლი კინოენის ელემენტებსაც შეიცავდა. 80–90 იან წლებში „სატელევიზიო თეატრში“ ექსპერიმენტები დაიწყო. სამხ. ხელმძღვანელმა გ.კახაბრიშვილმა გამოცდილ რეჟისორებთან (მ.იმედაძე, თ.ჩხეიძე, ნ. ბაგრატიონ-გრუზინსკი, ქ. დოლიძე და სხვ.) ერთად ახალგაზრდა რეჟისორები შემოიკრიბა და ყველა ჟანრისა და თემატიკის სპექტაკლების დადგმების განხორციელება დაიწყო. „სატელევიზიო თეატრის“ რეპერტუარში საბავშვო დადგმებსაც მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა. დაიდგა „კაპიტანი ნემო“, ჟ ვერნის მიხედვით (რეჟისორი ნ. ბეგიაშვილი). სპექტაკლში განსაკუთრებით საინტერესო მხატვრული გადაწყვეტა იყო, სადაც წყალქვეშა სამყარო გრაფიკული ნახატებით იყო შექმნილი. რეჟისორმა გ.ებრალიძემ ანდესენის

„მწყემსი გოგო და მეზღაპრე“ გადაიღო ეს ფაიფურის სამშვენისებით შექმნილი თოჯინური სპექტაკლი იყო, სადაც დინამიკა კამერის მოძრაობით მიიღწეოდა. ვ. სპივაკის მოთხრობის მიხედვით დაიდგა „ეს არ უნდა მომხდარიყო“. (რეჟ. თ.ჭაბუკიანი, ნ.შარაბიძე, ნ.ბეგიაშვილი) სპექტაკლი, თავისი ფორმის გადაწყვეტით და შემდგომ განვითარებული მოვლენების გამო, ქართული საზოგადოებისათვის სერიოზული მსჯელობის საგანი გახდა. სიუჟეტი ადამიანების გულგრილობასა და დაუნდობლობაზეა აგებული. სპექტაკლი თითქოს მისტიკური წინასწარმეტყველება იყო - ერთ შემთხვევაში სპექტაკლში საზოგადოებამ გაჭირვებაში მყოფ ბიჭს (მსახიობი გ. კობახიძე) 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. საინტერესო იყო სპექტაკლის მხატვრული გადაწყვეტა, რომელიც სამი სეგმენტისაგან შედგებოდა. მოქმედებების ერთი ნაწილი შეთხზულ გარემოში, ლითონის კონსტრუქციაში მიმდინარეობდა, მეორე ნაწილი ინტერიერში ვითარდებოდა, ხოლო მესამე ნაწილი კი დისკოტეკაზე, სადაც არაფერი იყო დადგმული, ეს უკვე რეალური რეპორტაჟი იყო. მხატვრულ-დოკუმენტური მასალის ასეთი შერწყმა, გამთლიანება საქართველოს ტელევიზორში პოსტმოდერნისტული აზროვნების ნიშნებზე მიუთითებდა.

1968 წელს უკვე სატელევიზიო ფილმების სტუდია ჩამოყალიბდა, რომლის მხატვრულ ხელმძღვანელად რეჟისორი რ. ჩხეიძე დაინიშნა. ტელეფილმების სტუდია საბავშვო რეპერტუარს დიდ ყურადღებას უთმობდა, რაც 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. ჩხეიძე), „ძალიან პატარა ამბავი“ (რეჟისორი გ.ოვაშვილი) და სხვ. 1972 წელს რეჟისორებმა, ქართლოს და ბუბა ხოტივარებმა, გახმაურებული ფილმი „ლაზარეს თავგადასავალი“ გადაიღეს. 1974 წელს რეჟისორმა ზ. კაკაბაძემ მუსიკალური ფილმ-კონცერტი „მზიური“ გადაიღო. 1983 წელს რეჟისორ ა. ცაბაძის მიერ გადაღებული ფილმის „ლაქას“ სიუჟეტმა საზოგადოება ააღელვა, ვინაიდან ახალგაზრდებს შორის უაზრო დაპირისპირებები, რომელსაც ხშირად ფატალური დასასრული მოჰყვებოდა, რაც იმდროინდელი საქართველოსთვის უცხო არ იყო. ფილმმა წარმატებით მოიარა მრავალი პრესტიჟული კინოფესტივალი. საერთოდ, თუ თვალს გადავავლებთ ტელეფილმების საბავშვო თამატიკას, 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.

80-იანი წლების შუახანებიდან მთელს საბჭოთა კავშირში სტრუქტურული ცვლილებები ხორციელდება. საბავშვო რედაქციის მთ. რედაქტორად საინფორმაციო გამოშვების „მომხმის“ მთ. რედაქტორი თ. ხომერიკი გადმოყავთ. თვისობრივად ძლიერდება პროპაგანდისტულ-დიდაქტიკური გადაცემები. ირღვევა ბალანსი ასაკობრივ ჯგუფებსა და მიმართულებებს შორის. გადაცემების 80% პროპაგანდისტული ხდება. მოზარდი ისეთი სულისკეთებით უნდა აღზრდილიყო, რომ პატივი ეცა სხვა ერებისა და ხალხისთვის, მას უნდა ჰქონოდა პასუხისმგებლობა “საბჭოთა სოციალისტური სამშობლოს” წინაშე. ყველაფერი კეთდებოდა იმისათვის, რომ დაგვეიწყებინა 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. 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 სხვა რესპუბლიკაში, მოზარდი თაობა ორმაგი ზეწოლის ქვეშ იმყოფებოდა: ერთი მხრივ, კომუნისტური კლიშეები, საბავშვო ბაღებსა თუ სკოლებში და, მეორე მხრივ, უალტერნატივო ტელევიზიიდან მომდინარე მძლავრი კომუნისტური პროპაგანდა, ყველაზე თავისუფალი აზროვნების მოზარდებსაც კი თავის იდეოლოგიის წნეხის ქვეშ აქცევდა. თუმცა მძლავრი კომუნისტური პროპაგანდა საზოგადოებაში პროტესტის, წინააღმდეგობის გაწვევის სურვილს აძლიერებს. მაგალითისთვის ბავშვებისათვის განკუთვნილი გადაცემა „ ქართული ენა და ლიტერატურა“ გამოდგება, რომელიც (ავტ. და წამყვანი თ. კვაჭანტირაძე), ერთგვარ კატალიზატორად იქცა და გარკვეული თვალსაზრისით ქართული საზოგადოებას დიდი სულიერი გარდატეხისთვის ამზადებს.

მეორე თავში – „საბავშვო ტელემაუწყებლობა პოსტსაბჭოთა საქართველოში“ განხილულია ამ სფეროს განვითარების ძირითადი მომენტები. 1989 – 1992 წ. ქვეყანაში მიმდინარე კრიტიკული პროცესებისას (9 აპრილი, კომენდანტის საათი, ენერგოლრიზისი, ამოქალაქო დაპირისპირება,) ხელისუფლების კრიზისი და საზოგადოების კონფრონტაცია ტელევიზიის ფუნქციონირებაზეც

აისახა. თანამშრომლებია დიდი ნაწილი გაფიცულია, პრეზიდენტ ზ. გამსახურდიას მომხრეებმა „ბუნკერში“ (მთავრობის სასახლეში) გადაინაცვლეს, მაგრამ შეზღუდული მაუწყებლობის პირობებშიც კი, ეროვნული ხელისუფლება საბავშვო მაუწყებლობას სახელმწიფოებრივ მნიშვნელობას ანიჭებს და სპეციალური საინფორმაციო გამოშვებების შემდეგ პრიორიტეტი, საბავშვო პროგრამა „ძილისპირულს“ აქვს, რომელიც ყოველდღიურად გადის ეთერში. ამავდროულად ტელერადიოკორპორაციის ხელმძღვანელები აქტიურად ცდილობდნენ, რუსული ანალოგის ქართულით ჩანაცვლებას, მცირე ხნით ეკრანს მწერალ. გ. პეტრიაშვილის ზღაპრის გმირები (დედა-დუ და მამა- დუ) იკავებენ. ეს პირველი მცდელობა იყო ტოტალური ზემოქმედების განეიტრალებისა და მისი ეროვნული მოტივებით ჩანაცვლებისა. დეკემბერ-იანვრის გადატრიალება (1991. 22.12-1992.6.01) საბჭოთა კავშირის დაშლას დაემთხვა. ტოტალიტარიზმისგან განთავისუფლების პროცესმა დეიდეოლოგიზაცია გამოიწვია, რამაც ტელევიზიაში მანამდე არსებული იდეოლოგიურ-აღმზრდელობითი ფუნქციები, აბსოლუტურად შეცვალა. „რკინის ფარდის“ გახსნამ უალტერნატივი ტელევიზიას კერძო ტელეკომპანიების სახით კონკურენტები გაუჩინა. პირველი დამოუკიდებელი ტელეორგანიზაცია, რომელიც 1990. 06.-დან საკუთარი გადაცემით საქართველოს სახელმწიფო ტელევიზიაში თანამშრომლობს „საყმაწვილო სტუდიაა“ , (ხელმძ. ზ. ოშხელი). მთელი საქართველოს მასშტაბით დამოუკიდებელი ტელეკომპანიების განვითარება იწყება, რომელთა სამაუწყებლო ბაზაც უმთავრესად „პირატული“ უკონტროლო ვიდეოპროდუქციითაა შევსებული. ჩვენში „პერესტროიკა“ განვითარებადი ქვეყნებისათვის გამიზნული მასკულტურის მღვრიე ნაკადის შემოჭრით დაიწყო, რამაც ყველაზე ძლიერი დარტყმა მოზარდ თაობას მიაყენა. ქვეყანაში თანდათან იწყება საბჭოთა ცნობიერების შეცვლის, ძველი სტრუქტურების მსხვრევის პროცესი, თუმცა ძველის ნგრევისას ჯერ არ იკვეთება ახალი, ქაოსში ჩნდებიან ინდივიდები, რომელთა შემოქმედებაც სერიოზულ კვალს ტოვებს საბავშვო ტელემაუწყებლობის განვითარებაზე. ამ პერიოდისთვის მთ. რედაქტორად გ. ლეონიძე დაინიშნა. 90 -იანი წლების დასაწყისიდან ტელევიზიაში შემოვიდა ციფრული ტექნოლოგია, BTK - სისტემის ვიდეოკამერები, წრფივი მონტაჟი, არაწრფივმა მონტაჟმა ჩანაცვლა., რომელმაც გაადვილა და გაამრავალფეროვანა ტელეპროდუქცია, რაც ყველაზე საინტერესოდ საბავშვო რედაქციაში წარმოჩინდა.

1992.10.06. უმცროსკლასელთათვის პირველი საინფორმაციო გადაცემა „ბასტი-ბუბუ“ გადის. შემდგომში ჯგუფმა საინფორმაციო დატვირთვაზე უარი თქვა და მხოლოდ შემეცნებით-გასართობი ფუნქციებით შემოიფარგლა. ახალმა პროექტმა 30 წლიანი ძილისპირული წარმატებით ჩანაცვლა. მისმა თოჯინებმა ბასტიმ და ბუბუმ, რომლებიც იმდროისათვის ახალი ტექნოლოგიებით იყო შესრულებული, საბავშვო აუდიტორიაში დიდი სიყვარული და პოპუ

ლარობა მოიპოვა. დროთა განმავლობაში შემოქმედებითი ჯგუფი პროგრამის კონცეფციას ცვლის. 1998წ. პროგრამაში ახალი გმირები შემოყავთ. (დიჯეო გოგა, ბიზნესმენი „შანსო“, მზარეული „კოკო“ და სხვ.). 1999წ.-დან ვაკის პარკში დაბადების დღის ცენტრი „ბასტი-ბუბუ“ ამოქმედდა. 2000 წლიდან გაყიდვაშია „ბასტი-ბუბუს“ აუდიო და ვიდეო პროდუქცია. 2001წ „ბასტი-ბუბუ“, მოზაიკური სტრუქტურის, მრავალსიუჟეტოანი ხელოვნურად გაერთიანებულმა პროექტმა „ბაბილინამ“ შეცვალა. „ბაბილინა“-ბავშვებს ზღაპრებს ინფორმაციის დონეზე აწვდის, ცდილობს პატარებს მარტივი საოჯახო საქმეები ასწავლოს, მაგრამ მათთან უშუალო კონტაქტის დამყარებას ვერ ახერხებს, რის გამოც სტუდიაში მყოფი ბავშვები, გადაცემის უმოქმედო ფონს ქმნიან. ბუნებრივი მხოლოდ ის ეპიზოდებია, სადაც ბავშვები მღერიან ან ცეკვავენ, თუმცა აქ დღის წესრიგში ერთი უხერხული საკითხი დგას, გადაცემაში, მხოლოდ „ბასტი-ბუბუ“ს სტუდიის აღსაზრდელები წარმოჩინდებიან. თუმცა პირველი არხი - სახელმწიფოს არხი ვალდებულია მთელი საქართველოს ნიჭიერი ბავშვები წამოაჩინოს და არა მხოლოდ კონკრეტული კერძო სტუდიის ბავშვები. „ბასტი-ბუბუს“ ხელმძღვანელების (თ. სხვიტარიძე, ხ. წულაია) ბიზნეს სტრატეგია საქართველოს ტელესივრცის საბავშვო სეგმენტში სრულ მონოპოლიზაციას აღწევს; მათ ალტერნატივა არცა აქვთ. ისინი კომუნისტური ტელეპროპაგანდისგან დიამეტრალურად განსხვავებულად, მიუდგნენ საბავშვო მაუწყებლობას, ცხადია ეს ამოცანა ყოველთვის წარმატებით ვერ სრულდებოდა (შესაბამისი პროფესიული პოტენციალისა და გამოცდილების დეფიციტის, გარკვეულ ეტაპზე - ბიზნესმოგების პრიორიტეტულობისა და ბევრი სხვა სუბიექტურ-ობიექტური ფაქტორის გამო), მაგრამ გასათვალისწინებელია, რომ ფაქტობრივად „ბასტი-ბუბუ“ პოსტსაბჭოთა ქართულ ტელევიზიაში, პირველი საბავშვო პროექტი იყო რომელიც ერთგვარ ბრენდად იქცა სატელევიზიო სივრცეში და მის მიღმა.

1994 წლის 7 იანვარს, პირველი არხის ეთერში ჩნდება ნახატი - ჩარჩოში მოქცეული კაცუნა, „ტელევიზორი“, რომელიც ბავშვების მიერ გამოგზავნილ ნახატებს კომპიუტერზე „აცოცხლებს“ და ამბებად აქცევს. პროექტი მთელი საქართველოს პატარების ჩართულობით მზადდება და აქციის სახეს ღებულობს. (გადაცემაში „ეკოლოგია“ ტელევიზორი ბავშვებს ხეების დარგვას სთხოვდა, სწორედ ამის შემდეგ ბავშვებმა მთელი საქართველოს მასშტაბით დაიწყეს ხეების დარგვა) ეს უკვე პრაქტიკული ნაბიჯებია ინტერაქტიური ტელევიზიისკენ. „ტელევიზორი“ (ავტ. და რეჟ. ნ. ბეგიაშვილი) ფორმითა და შინაარსით არა მარტო ქართულ არამედ მსოფლიო სტანდარტებსაც აკმაყოფილებს, რაზედაც ის უამრავი პრიზი მეტყველებს, რომელიც მან მოიპოვა. ამავე პერიოდში იქმნება საინფორმაციო პროგრამა თინეიჯერებისათვის - „საყმაწვილო ქრონიკები“ (ავტ. გ. ლეონიძე, ლ. გერაშვილი. რეჟ. თ. ჭაბუკიანი). ომგავლილ, უმძიმეს პროცესებში გმოვლილ გაღიზიანებულ მოზარდებს უამრავი კითხვები გაუჩნდათ, თუმცა

უფროსებისაგან დიდაქტიკასა და მორალზე საუბრებს არ ღებულობენ, აქედან გამომდინარე შემოქმედებითმა ჯგუფმა გადაწყვიტა მოზარდებთან ურთიერთობა უშუალოდ მათივე თანატოლების მეშვეობით განეხორციელებინა. პირველად ტელევიზიის ისტორიაში ჩატარდა საჯარო კონკურსი, ასობით ბავშვისგან ორი წამყვანი შეირჩა (ერთ–ერთი მათგანი მ. ასათიანია, დღეს პოპულარული გადაცემის „პროფილის“ ავტორი). ყოველკვირეული პროექტში მოზარდები, საქართველოს მასშტაბით თანატოლების ცხოვრებასა და პრობლემებს მწვავედ და კრიტიკულად წარმოაჩენენ. მათ იციან თავიანთი უფლებების შესახებ და იმ დროისათვის უფროსებზე უფრო ადვილად და თამამად ალაპარაკდენ ტაბუდადებულ თემებზე.

პოლიტიკური და ეკონომიკური კრიზისისა და ფეთქებადი სეპარატისტული რეგიონების მქონე ქვეყანას ტელევიზიაში სერიოზული ცვლილებებისთვის არ ეცალა მაგრამ მტკივნეული საკადრო ცვლილებები მაინც განხორციელდა, ტელევიზიისა და რადიოს სახელმწიფო კომიტეტის ახალი თავმჯდომარის ზ. შენგელიას ხელმძღვანელობით, თუმცა საბავშვო მაუწყებლობისთვის საკადრო ცვლილება სასიკეთო აღმოჩნდა. მთ. რედაქტორად პროფესიონალი ჟურნალისტი და კინორეჟისორი ზ. ინაშვილი დაინიშნა. რომელმაც ძველი პროგრამები დახურა და თამანშრომლებისგან თვისობრივად ახალი პროექტები მოითხოვა. ამდროისთვის იქმნება ახალი პროექტები „პატარა ამბები დიდ თემებზე“, „შოკოლადის მიკროფონი“, „აბდა–უბდა“ და პირველი დასპონსორებული გადაცემა: „გრამატიკონი“. ზ. ინაშვილის ხელმძღვანელობით საბავშვო რედაქციამ 1999წ დონორი ორგანიზაციის ბავშვთა საერთაშორისო ფონდის დაფინანსებით, მოამზადა საერთაშორისო საბავშვო ტელევიზიისადმი მიძღვნილი გადაცემა: „ჩვენ ვიხსნით სამყაროს“, ხოლო 2000წ. იმავე ფონდის დახმარებით პროექტი: „2 ივნისი ბავშვთა საერთაშორისო დღეა“.

ამ პერიოდს უკავშირდება კიდევ ერთი პოპულარული პროექტის. „ტელეზღაპარი“-ს შექმნა (ავტ. და რეჟ. თ. ჭაბუკიანი), სადაც ავტორი მაქსიმალურად იყენებს, უშუალოდ ტელევიზიის შესაძლებლობებს ამ შემთხვევაში იგულისხმება მსახიობის ურთიერთმოქმედება მიერ მიერ შექმნილ თუ კომპიუტერულ პერსონაჟებთან. ერთ ზღაპარში მსახიობი 5 – 10 პერსონაჟს თამაშობს. აქცენტებისათვის ავტორი ტელევიზიისთვის დამახასიათებელ დიალოგური ფუნქციებს, იყენებს მსახიობები, პერსონაჟების განხორციელებისას პირდაპირ მათ რეპელს მიმართავენ. რეჟისორი ირეალური ზღაპრისეული სამყაროს შესაქმნელად რირ–პროექციის მიმართავს, ხოლო შემდგომ არაწრფივი, კომპიუტერული მონტაჟის საშუალებით სამგანზომილებიან აუდიოვიზუალურ მრავალფეროვან გამოსახულებას ქმნის. „პროექტში“ იმდროისათვის ყველაზე ცნობილი მსახიობები მონაწილეობენ: (ვ. საკანდელიძე, გ. ბერიკაშვილი, ნ. ჭანკვეტაძე, რ. ბოლქვაძე, ნ. ბურდული, რ. იოსელიანი, ლ. კეკელიძე და გ. ყიფშიძე, ი. სუხიტაშვილი და სხვ.) რის გამოც „ტელეზღაპარი“ მყურებლისათვის და მომავალი

თაობებისთვის საყვარელი მსახიობების ერთგვარ გალერეად იქცა. ცნობილი თეორეტიკოსის მ.მაკუენის წინასწარმეტყველება „ცნობიერების ტექნოლოგიური ტრანსფორმაციის პროცესების“ შესახებ ახდა, რაც ერთგვარად გამოიხატა ერთ ნაწარმოებში ნიშანთა სხვადასხვა სისიტემის თავმოყრით, რიტმისა და თანმიმდევრობის მოულოდნელი ცვალებადობითა და სხვ. ასეთი ესთეტიკა განსაკუთრებით სარეკლამო რგოლებისა და მუს. კლიპებისთვისაა დამახასიათებელი. ქართველმა კლიპმეიკერებმა ამ მიმართულებითაც მოსინჯეს ძალები. ჩნდება პირველი საბავშვო კლიპები: „ჯეირანი“, „ჩემი ქალაქი“, „ქვეყანა აირია“, „ნუ შეგაშინებს დრო“ და „პოპური“. ეს უკანასკნელი (რეჟ. ბ. ფოცხიშვილი) ყველაზე პოპულარული ხდება, რადგანაც კლიპის წარმატებას განაპირობებს კარგი მუსიკა, რეჟისორის საინტერესო ინტერპრეტაცია, სადაც გამოსახულება მუსიკალური ბგერის კონტრაპუნქტს წარმოადგენს.

2003წ. საქართველოში პოლიტიკური კრიზისი გადაწყვეტ ფაზაში შედის. ტელემა უწყებლობაში ყოველდღე ირღვევა ტელემედიის საერთაშორისო ნორმები, არ არსებობს მაუწყებელთა ქცევის კოდექსები. გამონაკლისი არც ბავშვებთან დაკავშირებული თემებია. სკანდალური სიუჟეტებით („კმარაზე“, „ჰერმადროდიტ ბავშვებზე“ და სხვ.) განსაკუთრებით „რუსთავი – 2“ გამოირჩევა, რომელიც ხშირად მაყურებლის მიზიდვისთვის აკრძალულ ხერხებსაც მიმართავს. პოლიტიკოსები აშკარად სარგებლობენ (გადაცემა აქტივისტ „კმარელეზე“) მოზარდების გულუბრყვილობითა და წრფელი მოსაზრებებით, უბიძგებენ ისეთი ქმედებისაკენ, რომლისთვისაც ცივილურ ქვეყნებში 3–5 წლამდე თავისუფლების აღკვეთით სჯიან. ჩვენთან ამ მოვლენებს კერძო ტელეკომპანიები აქტიურად აპიარებენ. ამ პროცესებშიც ისევ „რუსთავი – 2“ აქტიურობს, რომლის რეიტინგი დღითი დღე მატულობს, ხოლო I არხის რეიტინგი სულ უფრო და უფრო ეცემა. ძლიერდება პრესაში დაწყებული პიარ – კომპანია, იმის შესახებ, რომ I არხზე მოძველებული კომუნისტური კონსტრუქციით მოაზროვნე ადამიანები მუშაობენ. 2004 წ. მაისში სახელმწიფო ტელევიზია საზოგადოებრივ მაუწყებლად გადაკეთდა, იწყება „დიდი რეფორმა“, რომელსაც ტელეკომპანიის თავმჯდომარე ზ. შენგელია 2004 წ. ივნისში ახორციელებს. იხურება თითქმის მთელი ტელევიზიის პროექტები, მათ შორის საბავშვო სტუდიის ყველა გადაცემა. გადარჩა მხოლოდ სკოლამდელი ასაკის ბავშვების პროგრამა „ბასტი – ბუბუ“. ახალი ხელმძღვანელობა ყველა ასაკობრივ ჯგუფს დიდი ხნით გამოუერთავს ეთერს. „ვარდების რევოლუციის“ შემდგომ ტელემაუწყებლობაში ვითარება მკვეთრად იცვლება. დათხოვნილი თანამშრომლების გადინება, საქართველოს ტელესივრცეში პროფესიული კადრების სერიოზულ ვაკუუმს ქმნის. წყდება კავშირი თაობებს შორის. აშკარაა, რომ I არხზე ფეხადგმული ახალგაზრდებიკერძო ტელეკომპანიებში ქმნიან ტელეპროდუქციას. 2004 –2010 წ. პირველ არხზე მხოლოდ „ბასტი – ბუბუ“ –ს შემოქმედებითი ჯგუფი მოქმედებს. თუმცა როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ ჯგუფმა დროის ამ მონაკვეთში რამდენჯერმე შეცვალა პროგრამა. („მულტი–

პულტი, „ბაბილინა“, „პლანეტა „ბასტი-ბუბუ“). 2010წ. მაისში, I არხის ახალმა თავმჯდომარემ გ. ჭანტურიამ „ბასტი-ბუბუს“ ხელშეკრულება აღარ გაუგრძელა და მის ნაცვლად „პეპეს ზღაპრები“ განათავსა. პროექტი ბუნდოვანი იდეისა და საექო მხატვრული ღირებულებისაა.

საზოგადოებრივი მაუწყებლის უმთავრესი ამოცანა საინფორმაციო საზოგადოების სტანდარტებთან შესაბამისობა და, ამასთან თვითმყოფადობის შენარჩუნებაა. თუმცა, დღეისათვის I არხის ბადეში განთავსებული პროექტების („პეპეს ზღაპარი“, „ზავშვობანა“ , „პლანეტა ბასტი-ბუბუ“) მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ საქართველოს საბავშვო ტელეაუდიტორიას არც თანამედროვე სივრცეში ინტეგრირების საშუალება აქვს და არც ეროვნული სახელმწიფოებრივი იდენტურობის შეგრძნება. სხვა ბევრ 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, ძირითადად არა პროფესიონალიზმისა და გამოცდილების, არამედ, „რევოლუციური დამსახურების მიხედვით“ ხდება. რაც შეეხება „რუსთავი – 2“ ს იგი მკვეთრად გამოხატული მიზნებითა და ამოცანებით მოქმედებს, სადაც ორი ბრიტანული („ყველაზე ნიჭიერი“, „ეკივოკი“) და ერთი ამერიკული საბავშვო საინფორმაციო პროგრამა „საბავშვო ამბები“ მზადდება. ცხადია არხი უპირატესობას ამერიკულ და ევროპულ სტანდარტებს ანიჭებს. რაც შეეხება „იმედს“ 2006 წლიდან დღემდე მაღალრეიტინგული გადაცემა „ეტალონი“ გადის, რომლის პოპულარობაც პროექტში თანამედროვე მეთოდების, მათ შორის მედია საშუალებების გამოყენებამ განსაზღვრა. „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; „ეტალონი“ განსაკუთრებით მორგებულია პოსტსაბჭოთა ქვეყნების მოსწავლე-ახალგაზრდობის, მათი პედაგოგებისა და მშობლების მენტალიტეტს. 2008წლიდან მაუწყებლობს საქართველოს საპატრიარქოს ტელევიზია „ერთსულოვნება“, რომელიც საბავშვო პროგრამებში („ძილისპირული“ და „სუფთა დაფა“) მართლმადიდებლურ ღირებულებებს ამკვიდრებს. თუმცა პროექტები ფორმის გადაწყვეტისა და ტექნოლოგიური თვალსაზრისით თანამედროვე სტანდარტებისაგან საკმაოდ შორსაა. 2011წლიდან მოქმედებს (საკაბელო) პირველი საბავშვო არხი „ენკი – ბენკი“, რომელიც ახლად იკიდებს ფეხს და ჯერ-ჯერობით მისი საეთერო დრო ძირითადად უცხოური ტელეპროდუქციის ხარჯზე მაუწყებლობს.

მესამე თავში – „საბავშვო ტელემაუწყებლობის როლი მოზარდი თაობის ფორმირებაში“

განხილულია საბავშვო ტელემაუწყებლობის ის მთავარი ასპექტები რომელებიც განაპირობებენ მოზარდების სოციალიზაციის პროცესს.

მ. მაკლუენის მოსაზრებით, ტელევიზიის გაჩენასთან ერთად დაიწყო კულტურის განვითარების ახალი ეტაპი, ტელევიზიამ გვერდზე გასწია მედიის ძველი საშუალებები, წიგნი და ლიტერატურა და მოახდინა კაცობრიობის წარმოსახვითი რეორგანიზაცია. ტელევიზიის ძირითადი მიზნებია: ინფორმირება, განათლება და გართობა. ამ სამი ფაქტორიდა უპირველესი ინფორმაციაა, 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.

ტელემედიის ზეგავლენზე მსჯელობისას საგულისხმოა არა 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 – მაფორმირებლად და მანიპულატორულად. მაფორმირებელი პროგრამა მიმართულია პიროვნების სრულყოფისაკენ. მისი მიზანია ადამიანის ყოველმხრივი ინფორმირება და სულიერი ინტერესებისა და მოთხოვნილებების სფეროს გაფართოება. ამგვარი ხასიათის ტელეინფორმაციის ზემოქმედება საზოგადოებაში იწვევს ახალი შეხედულებებისა და წარმოდგენების ჩამოყალიბებას და, საბოლოო ჯამში, ქვეყნისა და მოქმედების გარკვეულ შეცვლასაც. მანიპულატორული პროგრამა პირიქით – კი არ ზრდის და ავითარებს პიროვნებას, არამედ, მარიონეტად, პროგრამის ბრმა ობიექტად, მასის უსახო ნაწილად აქცევს.

XXI საუკუნეში ტელევიზია წარმოადგენს ხელოვნების ერთ-ერთ ძირითად გამავრცელებელს; ფაქტობრივად ტელეეკრანზე ხელოვნების ყველა სახეობა თავისთავად იძენს გარკვეულ სანახაობით ფორმას. ცხადია, სანახაობა თავისთავად ხელოვნებას არ წარმოადგენს, იგი რეალური სინამდვილის მხატვრულ გააზრება და სახეობრივი ასახვაა; მაგრამ ხშირ შემთხვევაში სანახაობა საფუძვლად უდევს გასართობ პროგრამებს, რაც „მასობრივი კულტურის“ ძირითად პოლიგონს წარმოადგენს, რომელიც თავის მხრივ 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 იგი გავლენას ახდენს შრომის ორგანიზაციის, ტექნოლოგიური განვითარების, თავისუფალი დროის გამოყენების და სხვა პროცესებზე; ე.ი. არსებითად მოქმედებს ცხოვრების წესის ყველა ძირითად სოციალურ პარამეტრზე, თუ გავითვალისწინებთ, რომ მედიის გენერალური ფუნქცია საზოგადოების მართვაში მონაწილეობაა. ტელევიზია უწყვეტად ფუნქციონირებს, საზოგადოებრივი აზრისკენაა მიმართული ძლიერ ზეგავლენას ახდენს და მონაწილეობს მის ჩამოყალიბებაში, მცისიერად ეხმარება ქვეყნის პოლიტიკურ სიტუაციაში ცვლილებას, ზოგჯერ კი ცდილობს მოსალოდნელ პოლიტიკურ მოვლენას დაასწროს, რათა მაყურებელს ამ მოვლენის საკუთარი შეფასება მოახვიოს თავს, მისი აზროვნება „სასურველი“ გზით წარმართოს..

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. 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. როგორც ცნობილია მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში ბავშვებისა და მოზარდებისთვის ზოგადსაგანმანათლებლო ხასიათის მრავალი პროგრამა არსებობს: ინგლისში („ბი-ბი-სი-2“), გერმანიაში („ცდფ“), იაპონიაში („ენ-ეიჩ-კეი“) აშშ-ში არაკომერციული საზოგადოებრივი ტელეორგანიზაცია (PBC) „პი-ბი- სი“ (პაბლიკ ბროდკასტინგ სერვისი). 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 80-იანი წლების შუახანებიდან აქტიურად გადასცემს ინგლისური, ფრანგული, ჩინური, რუსული, ესპანური, გერმანული ენების გაკვეთილებს. ჩამოყალიბების პერიოდში იაპონიის ტელევიზია ამერიკულ ვესტრნს ბაძავდა, მაგრამ შემდგომში ტელეიმპორტის შესაძლევად „დახურულ საზოგადოებად“ იქცა და თავად დაიწყო ფართო ტელეექსპორტი და ამერიკული ნიმუშები, ეროვნული – სამურაული დრამით ჩაანაცვლა. იაპონური სერიალები როგორც აშშ-ში, ისე, ლათინურ ამერიკაში განსაკუთრებული მოწონებით მოზარდებში სარგებლობდა.

საბავშვო აუდიტორიისთვის გამიზნული გადაცემების სიუხვითა და მიზანმიმართებით გამოირჩევა ბრიტანული ტელეარხები. აქ 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 რომელმაც სამაუწყებლო ბადეში საბავშვო გადაცემებისათვის კვირაში დაახლოებით 10 საათი გამოყო. „ბი-ბი-სი-2“-ზე პრიორიტეტულია დოკუმენტური ფილმები, მათი მიზანია მოზარდებს, შეულამაზებლად უჩვენოს ბრიტანული ცხოვრება. დიდი დრო ეთმობა ეროვნული მნიშვნელობის თემატიკისა და მოვლენების გაშუქებას. შეიქმნა სპეციალური დოკუმენტური გადაცემები: („ბრიტანეთის საიდუმლო სირცხვილი“, „ერთი ცხოვრება“). 90-იან წლებში, „ბი-ბი-სი 2“-ს ეთერში გამოჩნდა საყოველთაოდ ცნობილი სერიალი „ტელედიპუცები“, რომელიც მსოფლიოს 75 ქვეყანაში გაიყიდა და 45 ენაზე ითარგმნა, მათ შორის ქართულადაც. ზემოთ აღნიშნული ქვეყნების ტელეინდუსტრია მაგალითია იმისა თუ რა დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს სახელმწიფო ეროვნულ ტრადიციებსა და ფასეულობებს.

რაც შეეხება ამერიკულ ტელევიზიას. მას სამართლიანად ეკუთვნის წამყვანი როლი. აშშ-ის საწარმოო ბაზა ისეთია, რომ უფრო მეტი ტელეპროგრამები მზადდება, ვიდრე ეროვნულ ეთერს შეუძლია დაიტოს. 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 სამაუწყებლო კომპანია“ (ეი-ბი-სი), „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). 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. 1951 წლიდან აშშ-ში საბავშვო პროგრამებს კვირაში 27 საათი ეთმობოდა. თავდაპირველად ეთერში ძირითადად სათავგადასავლო ფილმები გადიოდა, თუმცა, თანდათან ფილმებს საბავშვო შოუები ჩაენაცვლა: („მარტოხელა რეინჯერი“, „ცის მეფე“, „ლესი“). მარიონეტული, თოჯინური პროგრამა („თოჯინა“, „ფრენი და ოლი“). 1960-იანი წლებიდან აშშ-ში ყველა გასართობი პროგრამა მულტფილმებმა შეცვალა, მაგრამ, ამავდროულად, გაჩნდა ანიმაციური შოუები: („ჯექსონები“, „ბულვიკელი“). 1980-

იან წლებში საკაბელო ქსელებზე პროგრამები მაყურებლის მოთხოვნის შესაბამისად ხშირად იცვლებოდა და მიმდინარეობდა ექსპერიმენტები, სწორედ ამ დროისთვის შეიქმნა ცოცხალი შოუები და ახალი ამბები ბავშვებისათვის. დროთა განმავლობაში სატელევიზიო ქსელის გაფართოებამ და გავრცელების გაზრდამ თანდათან გამოავლინა მისი დადებითი და უარყოფითი მხარეები, რადგან ტელევიზიის განვითარებასთან ერთად განსაკუთრებით გაიზრდა ფაქტის კომენტარების მნიშვნელობა, რამაც წარმოშვა აუდიტორიის შესაძლო დეზინფორმაციის პრობლემა, გამოწვეული ფაქტისა და კომენტარის ურთიერთმიმართების დარღვევით. გამოიკვეთა, რომ ტელევიზია, რთულ დინამიურ სისტემას წარმოადგენდა, რადგანაც იგი თავის აუდიტორიასთან მუდმივ ურთიერთკავშირში იმყოფება აქედან გამომდინარე ზემოთ აღნიშნული საკითხების კოორდინირება შესაძლებელი გახდა ერთის მხრივ მასების შემეცნების საერთო დონის შესწავლითა ხოლო მეორეს მხრივ ტელეპროდუქციის მწარმოებელთა შემოქმედების გაანალიზებით. 50-60-იან წლებში კაპიტალისტურ ქვეყნებში მოზარდებში იმატა დანაშაულმა და სექსუალური თავაშვებულობამ. მსოფლიოს წამყვანმა ტელეკომპანიებმა აქტიურად დაიწყეს „ტელევიზიის ფსიქოლოგიის“ შესწავლა. კვლევებმა (ინგლისში, იაპონიაში, შვედეთში და აშშ-ში) დაადასტურა, რომ სისასტიკე პირდაპირ კავშირში იყო ტელევიზიასთან, როგორც აგრესიული მიზანძვის საშუალებასთან. უ.შრამის ხელმძღვანელობით დაიწყო ფართომასშტაბიანი კვლევები, შეიქმნა მონოგრაფია „ტელევიზია ჩვენი ბავშვების ცხოვრებაში“. მიღებული შედეგების საფუძველზე ავტორებმა შექმნილი საფრთხეების დასაძლევად შეიმუშავეს პრაქტიკული რეკომენდაციები, რომელსაც წარმატებით ატარებდნენ ტელეინდუსტრიაში.

პრობლემები, უალტერნატივო საბჭოთა ტელევიზიაშიც გამოიკვეთა, თუმცა მისი პრობლემები კაპიტალისტური ქვეყნების ტელევიზიებისგან დიამეტრულად განსხვავდებოდა. საბჭოთა ქვეყნებში მთავარ საფრთხედ მიიჩნევდნენ პიონერული და კომკავშირული ცხოვრებისადმი ბავშვებისა და მოზარდების დაბალ ინტერესს, რაც შესაბამისად ასუსტებდა მომავალი თაობის კომუნისტური იდეოლოგიის პარამეტრებით აღზრდას. პრობლემების დასაძლევად გამოკვლევები საბჭოთა კავშირშიც დაიწყო, რომლის შედეგად მეცნიერები არსებული პრობლემების წარმოქმნის მთავარ მიზეზად ტელეპროდუქციაში დადებითი გმირებისა და სწორი საბჭოური ცხოვრების წესის სიმცირეს მიიჩნევდნენ. რეკომენდაციების საფუძველზე თვისობრივად გაძლიერდა ციკლური სატელევიზიო გადაცემები. მაგალითად, იღებენ ფილმებს საბჭოთა იდეალების შესაბამისი, მისაბამი გმირებით – „როგორ იწრთობოდა ფოლადი“, „გაზაფხულის 17 გაელვება“ და სხვ.

საქართველოში 80 –იანი წლების ბოლოს ტელევიზიისა და ტელეაუდიტორიის შესწავლის მიზნით ქ. თბილისში მცხოვრებთა მასობრივი გამოკვლევა დაიწყო, თუმცა ყველაზე ნაკლები ყურადღება საბავშვო აუდიტორიაზე გაკეთდა. აღმოჩნდა, რომ მოსწავლეებში საბავშვო

გადაცემების გარდა განსაკუთრებული პოპულარობით სატირულ–იუმორისტული გადაცემები სარგებლობდა. საქართველოს საბავშვო ტელემაუწყებლობის სამაუწყებლო პოლიტიკა ტელევიზიის განვითარების საწყის ეტაპზე 60–იან წლების ბოლოსთვის ძირითადად რუსული მულტფილმებით, დოკუმენტური თუ მხატვრული ფილმებით იყო შევსებული. რასაკვირველია ხანდახან ჩნდებოდა ეროვნული შტრიხების შემცველი გადაცემებიც, მაგრამ ქართულ გადაცემებთან შედარებით საბჭოური ფილმების ხვედრითი წილი ბევრად მეტი იყო. რუსულენოვანი პროდუქციის პრიმატი სატელევიზიო ეთერში მიზანმიმართულად წარმართავდა მოზარდთა მსოფლშეგნების ჩამოყალიბებას „დიადი საბჭოეთის“ ერთიანობისკენ, ანეიტრალეზა 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 თარიღების მომზადებისას ჩანდა. მაგ. გამოდგება ლენინური კომკავშირის 40 წლის იუბილე, რომლიც საქართველოს საბავშვო პროგრამებმა 20 კვირის განმავლობაში გააშუქა. 1958 წლის 15 ივნისს საქართველოს ფესტივალის გახსნა და მ/ფ „ისინი იყვნენ პირველნი“ უჩვენეს, ხოლო ყოველ მომდევნო კვირას საბჭოთა იდეურობის შესაბამისი რუსულენოვანი ფილმები გადაიცა: „საკვირველი კვირა“, „მშფოთვარე ახალგაზრდობა“, „ეს ასე დაიწყო“, „რევოლუციისთვის თავდადებულნი“, „მტრული ქარიშხალი“, „ვოლგა–დონის სანაპირო არხი“, „ბედნიერი ნაოსნობა“, „სამნი გამოვიდნენ ტყიდან“, „ერთი რეპორტაჟის ისტორია“, „ორლიონოვი“, „ცეცხლოვანი ვერსიები“, „სიმართლე“, „ახალგაზრდობის ქუჩა“, „დრუჟოვი“, „მე ვიტყვი სიმართლეს“. ფილმების ჩვენების შემდეგ მომზადდა გადაცემა „შეხვედრა სოიუზფილმის შემოქმედებით კოლექტივთან“. 26 ოქტომბერს 12.20 სთ–ზე, კინოფესტივალი მ/ფ „ჩემო ძვირფასო ადამიანო“–ს ჩვენებით დაიხურა, ხოლო საღამოს, 20.00 სთ–ზე, ტელემაყურებელს კომკავშირის 40 წლისთავისადმი მიძღვნილი სპეციალური გადაცემა უჩვენეს. მთელი ეს პიარ–კამპანია, 27 ოქტომბერს დასრულდა, როდესაც ზ. ფალიაშვილის სახ. ოპერისა და ბალეტის სახელმწიფო თეატრიდან პირდაპირი ტრანსლაციით საქართველოს კომკავშირის ცენტრალური კომიტეტის საზეიმო პლენუმის გახსნა და გრანდიოზული კონცერტი უჩვენეს.

ამ მაგალითით (ეს არ იყო ერთადერთი შემთხვევა) შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ თუ როგორ ეხმარებოდა საბჭოთა ტელევიზია სახელმწიფოს „სისტემის“ შენარჩუნებაში, თუმცა მოზარდებს სხვა არჩევანი არც ჰქონდათ, რადგან უალტერნატივო ტელევიზიის პირობებში ისინი ორმაგი ზეწოლის ქვეშ იყვნენ, რის გამოც ხშირად ყველაზე თავისუფალი აზროვნების მოზარდებიც კი ერთი მსოფლმხედველობით, შეხედულებებითა და სტანდარტებით ყალიბდებოდნენ. 70–80–იან წლებში საბავშვო ტელემაუწყებლობის პოლიტიკა თვისობრივად გაძლიერდა. გაიზარდა

სასწავლო-საგანმანათლებლო გადაცემები: რუსული, ქართული, მათემატიკა, ქიმია, ბიოლოგია, ინგლისური, გერმანული, ფრანგული და სხვ. ეს პერიოდი საბჭოთა ტელევიზიის განვითარების პიკადაც კი შეიძლება ჩაითვალოს, თუმცა 1987 წლიდან ვითარება იცვლება, გახეთი „ლაპარაკობს და უჩვენებს თბილისის“ ნომრების შესწავლის საფუძველზე ირკვევა რომ წინა წლებისგან განსხვავებით სუსტდება „ცენტრის“ გავლენა. მცირდება რუსულენოვანი ფილმების რაოდენობა. გადაცემებში იზრდება ეროვნული მოტივები, იდგება ქართული საბავშვო კლასიკური ნაწარმოებები. „დიადი თარიღებისადმი“ მიძღვნილი გადაცემები ისეთი პომპეზური აღარ არის. აშკარად იგრძნობა ერთგვარი „ვალის მოხდის“ განწყობა; საერთოდ გადაცემები და, მათ შორის, საბავშვო და მოზარდი აუდიტორიისათვის გამიზნული, აღარ არის გამსჭვალული კომუნისტური პროპაგანდისთვის ჩვეული პეროიკული სულისკვეთებით და სოციალიზმის წინსვლის შეუქცევადობით, რომ არაფერი ვთქვათ კომუნიზმის გარდაუვალი გამარჯვების უზენაესი მიზნის რწმენაზე.

შემდგომში საქართველოში განვითარებული ცნობილი მოვლენების გამო საბავშვო ტელემაუწყებლობის პოლიტიკა 1989 – 2003 წ. (ვარდების რევოლუციამდე) პრაქტიკულად ბუნდოვანი იყო, რადგანაც ტოტალიტარიზმისგან განთავისუფლებამ დეიდეოლიგაზიაცია გამოიწვია, რასაც ძველი სტერეოტიპების მსხვრევა მოყვა. ძველი აღარ იყო საჭირო ახალი ჯერ კიდევ ბუნდოვანი იყო, ამ პროცესებმა ტელევიზორებში ერთგვარი ვაკუუმი შექმნა. პოლიტიკური დამაბულობისა და კრიზისის დროს სახელმწიფო თუ კერძო ტელეკომპანიებში ყოველდღიურად ირღვეოდა ტელემედის საერთაშორისო ნორმები, ჯერ კიდევ არ არსებობდა მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი. ქაოსური ვითარება „ვარდების რევოლუციის“ შემდგომ რადიკალურად იცვლება. სახელმწიფო ტელევიზიის საფუძველზე ყალიბდება ამჟამინდელი საზოგადოებრივი მაუწყებელი (I არხი), რასაც საფუძვლად დაედო „კანონი მაუწყებლის შესახებ“, რომელიც საქართველოს პარლამენტმა 2004 წლის 23 დეკემბერს მიიღო და ძალაშია 2005 წლის 18 იანვრიდან. რის შემდგომ საზოგადოებრივი მაუწყებელი ხელმძღვანელობს „საზოგადოებრივი მაუწყებლის ქცევის კოდექსით (პროფესიული სტანდარტები და ჟურნალისტური ეთიკის პრინციპები საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის პროგრამებში)“; კოდექსში ცალკე თავად არის გამოყოფილი „არასრულწლოვანები და ბავშვები“ და მოიცავს პუნქტებს (16.1, 16.2, 16.3, 16.4, 16.5, 16.6.), სადაც მოცემულია ყველა ის გასათვალისწინებელი სტანდარტები, რომელიც ბავშვებსა და არასრულწლოვანებს ეხებათ. 2007 წლის აპრილიდან ამოქმედდა და საქართველოში მოქმედ ყველა მაუწყებელზე ვრცელდება „მაუწყებელთა ქცევის კოდექსი“, რომელიც აწესებს დროით შეზღუდვით ზღვარს (ე.წ. წყალგამყოფს) ყველა ასაკობრივი კატეგორიის ბავშვებისათვის განკუთვნილი და ყველა სახის ტელეპროგრამისთვის; თუმცა, საგანგებო კვლევების გარეშეც ნათელია, რომ ე.წ. საბავშვო დროის პერიოდში ხშირად ირღვევა „მაუწყებლის ქცევის კოდექსი“. ეს განსკუთრებით

ეხება საქართველოს კომერციულ ტელეარხებს, კერძოდ კი კინოპროგრამებს, სადაც, ყველაზე მძაფრ და კრიტიკულ მომენტებში ერთვება რეკლამა ყოველგვარი წინასწარი მინიშნების გარეშე, რომელშიც ყველაზე მძაფრი კადრებია გამოყენებული. სტანდარტები ირღვევა საინფორმაციო გამოშვებებშიც, რომელიც მაყურებელზე ზემოქმედების მაღალი ხარისხით გამოირჩევა, მასში ნაჩვენები სიუჟეტები მოზარდების სისასტიკეზე განსაკუთრებულ ფსიქოლოგიურ ზეწოლას ახდენს საბავშვო აუდიტორიაზე. აუდიტორიაზე მედიის ზეგავლენის კვლევა, როგორც უკვე აღვნიშნავდით, უახლესი მიმართულებაა და ამ თვალსაზრისით საქართველოში თითქმის არაფერია გაკეთებული. ამდენად, მოზარდი თაობის ჩამოყალიბებაზე საქართველოს თანამედროვე ტელევიზორცეში არსებული პროდუქციის შესაძლო ზემოქმედების თაობაზე განვითარებული თვალსაზრისები ემყარება ჩვენს ემპირიულ დაკვირვებებს და, უმეტესწილად, არ არის გამყარებული შესაბამისი დარგების სპეციალისტთა სათანადო კვლევებით.

პოსტსაბჭოთა საქართველოში ერთბაშად იმრავლა კერძო ტელეკომპანიებმა და ტელევიზორცეც უხვად გაიჟღინთა მასკულტურით, ე. წ. „შოუებით“. მიუხედავად იმისა, რომ ეს პროექტები არ მიეკუთვნებიან საბავშვო მაუწყებლობას, ფაქტია, რომ ქართველი ბავშვები და მოზარდები დიდი სიამოვნებით უყურებენ ისეთ პროექტებს როგორცაა: „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. ამდგარი 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. შედეგად სახეზეა: მოზარდების დიდი ნაწილი ნაწილივით, ვახტანგით, ვანოსავით ოხუნჯობს და ამხინჯებს ქართულ ენას, მაშინ, როდესაც ტელევიზიის ერთ-ერთი უმთავრესი ფუნქცია ენის სტანდარტების შენარჩუნებაა. ცალკე მსჯელობის საგანია „შოუში“ მონაწილე „მსახიობების“ იმპროვიზაციები, თუმცა იმპროვიზაციის კულტურა პროფესიონალი მსახიობის ოსტატობის უმაღლესი საფეხურია, და ზემოთაღნიშნულ პროექტში მონაწილე „მსახიობები“ საკმაოდ შორს არიან ამ მოთხოვნებისგან. 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“. პირველი ნიშანი, რითაც „რეალითი შოუ“ იპყრობს მოზარდთა გულს, ცნობისმოყვარეობაა, რადგანაც მომხიბვლელი და მაცდურია „რეალითი შოუს“ წინაპირობა. მონაწილეები ერთ სივრცეში არიან ჩაკეტილები. ერთად ჭამენ, სვამენ, ერთობიან, პირველობისთვის ერთმანეთს ებრძვიან. კონკურსანტები არ თამაშობენ, ისეთები არიან, როგორებიც ჩანან ეკრანზე. ტელევიზიის ერთ–ერთი ძირითადი სპეციფიკური ნიშანი ესაა მისი უნარი აჩვენოს მოვლენა, მისი აღსრულებისას. კინოსგან განსხვავებით, ტელევიზიამ დაკვირვების მეთოდი ძირითად მეთოდად გამოიყენა და, მის ტრანსლაციურ ბუნებასაც თუ გავითვალისწინებთ, მაუწყებლობის ერთ–ერთ პრიორეტიტულ ფორმად აქცია. მან კინოსგან განსხვავებით მაყურებელს მოვლენაზე მისი მიმდინარეობის პროცესში პირდაპირი დაკვირვების საშუალება მისცა. 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. აქედან გამომდინარე ტელეაუდი ტორიისთვის ეს ნამდვილი ცხოვრებაა. (მაყურებელთა დიდი ნაწილი სწორედ მოზარდები არიან, ამას ადასტურებს უამრავი სმს–ი, რომელსაც ისინი უგზავნიან თავის რჩეულებს და რომელიც, ამავე დროს, განაპირობებს შოუში გამარჯვებულის გამოვლენას).

„რეალითი შოუ“- ში, გამოყენებული ექსპერიმენტისა და პროვოცირების მეთოდი საშუალებას იძლევა ეკრანზე შეიქმნას სინამდვილის ილუზია. მონაწილეები თამაშობენ უკომპლექსო, თავისუფალ ადამიანებს და ხშირად უხერხულ მდგომარეობაშიც ვარდებიან, ხდებიან ვულგარულები, უხეშები და ზოგჯერ უხამსებიც ვფიქრობთ, ამ მეთოდის გამოყენების დროს გათვალისწინებული უნდა იყოს რესპონდენტის უფლებები. ავტორებმა ყველა სიტუაციაში უნდა გაითვალისწილონ ეთიკური ნორმები. 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, ნებისთ თუ უნებლიედ, უზნეობის ტირაჟირებას ახდენს. „მაჩო“ ბესომ 35 ათასი ლარი მოიგო; თუ ყველას გაწირავ და ჩაძირავ, თუ მხოლოდ მგლური კანონებით იცხოვრებ, მაშინ უსათუოდ გაომარჯვებ. დაახლოებით ამგვარ ცხოვრებისეულ წესს ამკვიდრებს მაყურებლის ცნობიერებაში „ჯეო–ბარში“ განვითარებული მოვლენები. პროექტი განსაკუთრებით რეიტინგული მოზარდებში აღმოჩნდა, რასაკვირველია, ეს განაპირობა იმ სიახლემ და იმ „თავისუფლების“ ჩვენებამ, რომელიც პოსტსა ბჭოთა ვითარებაში საზოგადოების ღიაობამ მოიტანა.

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. დროთა განმავლობაში ქართულ ტელევიზორებში არა მხოლოდ მსგავსი პროექტები, არამედ მაყურებლის განვითარებაზე ორიენტირებული შოუებიც დაიმკვიდრებენ ადგილს.

ქართველ მოზარდებს, „ქართულ“ პრობლემებთან ერთად, უამრავი პრობლემა აქვთ გასაცნობიერებელი, რასაც განვითარებული ქვეყნების საზოგადოებაც ვერ აგვარებს. მათგან ერთ-ერთი ყველაზე სახიფათო ტენდენცია აგრესიისა და სისასტიკის მომძლავრებაა. კვირა არ გავა ისე, რომ მოზარდებმა ერთმანეთი დაუნდობლად არ დაჭრან, ან მოკლან. ეს პრობლემა, თავისთავად, სერიოზული გამოკვლევის საგანი უნდა გახდეს და შესწავლილი იქნეს კონკრეტული არხის კონკრეტული პროდუქციის ზემოქმედების ეფექტი, განსაკუთრებით, ბავშვებსა და მოზარდებზე. 2008 წ. ძალადობის პრობლემებზე ერთობლივად იმუშავეს ფონდმა „გლობალური ინიციატივა ფსიქიატრიაში“ და საქართველოს პარლამენტის ჯანდაცვის კომიტეტმა. კონფერენციაზე, „ბავშვთა და მოზარდთა შორის ძალადობა – პრობლემის გადაწყვეტის გზების ძიება“ გაირკვა, რომ ყველაზე მეტი აგრესია სწორედ მედიასაშუალებებიდან მოდის. თუმცა საგანგებო კვლევის ჩატარებაც არ არის საჭირო იმის დასადგენად, რომ საქართველოს ტელევიზორებში ეს სტანდარტები არც თუ იშვიათად ირღვევა და, მათ შორის, ყველაზე ხშირად საინფორმაციო გამოშვებებში, რომლებიც მაყურებელზე ზემოქმედების მაღალი ხარისხით გამოირჩევა. მასში ნაჩვენები სიუჟეტები მოზარდების სისასტიკეზე განსაკუთრებულ ფიქოლოგიურ ზეწოლას ახდენს საბავშვო აუდიტორიაზე.

ამ ერთადერთი კონფერენციის გარდა აუდიტორიაზე მედიის ზეგავლენის კვლევა, მით უფრო საბავშვო ტელემუწყობლობის, საქართველოში არ განხორციელებულა. 2007 წლის 25 ივლისს საქართველოს საპატრიარქოს რეზიდენციაში ჩატარდა პრესკონფერენცია თემაზე: „მოზარდებზე მავნე ზეგავლენის ფაქტორები“, სადაც საქართველოს კათოლიკოს პატრიარქმა ილია II აღნიშნა, რომ XXI საუკუნის დაავადება, ე.წ. „ინფორმაციული ნევროზი“, უკონტროლოდ მიწოდებული დიდი რაოდენობის ინფორმაციის პირობებში ვითარდება. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ტელევიზორის ნახევარზე მეტი რეკლამებითაა შევსებული, რომელსაც დამანგრეველი ძალა აქვს და ჩვენს ქვეყნობიერს ითრევს, რომელიც თავის მხრივ, ადამიანს აიძულებს ყველაფერი მისი კარნახით აკეთოს. მოზარდი ადვილად ექცევა რეკლამის გავლენის ქვეშ. ცნობილი ფაქტია, რომ ბავშვები ხსირად ცდილობენ ტელევიზორით ნანახი „დაისწავლონ“ და ცხოვრებაში გამოიყენონ. სამწუხაროდ,

მოზარდებისათვის ქართულ ტელესივრცეში ისეთი თემების განსახილველად, როგორცაა რეკლამა „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 აქტიური წამყვანები და მთავარი სტუმრები ხშირად ისე საუბრობენ, რომ ახალგაზრდების სტუდიაში ყოფნა აღარც ახსოვთ. რის გამოც ისინი პრაქტიკულად ცოცხალი დეკორაციის ფუნქციას ასრულებენ. საგანგებო მტიცება არ სჭირდება იმ გარემოებას, რომ საბავშვო ტელემაუწყებლობის როლი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია 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. თუმცა აღზრდის ახალი სისტემა არ შეიძლება მხოლოდ ტელევიზიის ბაზაზე ჩამოყალიბდეს. სოციალიზაციის პროცესში მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებათა საქმიანობა მჭიდროდ უკავშირდება ისეთ ფაქტორებს, როგორცაა ოჯახი, სკოლა, საწარმო. იგი გაპირობებულია ქვეყნის ისტორიული, ეროვნული თავისებურებებით და სოციალურ – პოლიტიკური მდგომარეობით.

მეოთხე თავში: „გლობალიზმი და ახალი ტექნოლოგიები საბავშვო ტელემაუწყებლობაში“ განხილულია თუ რა ზეგავლენას ახდენს გლობალიზმი და ახალი ტექნოლოგიები საბავშვო ტელეაუდიტორიაზე. 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 მრავალგვარობისა და სიუხვის გამო, მას კოლაჟური კომპოზიციების შექმნის ყველაზე მეტი შესაძლებლობები გააჩნია. ტელემაუწყებლობა ერთგვარად განუწყვეტელი მონტაჟია რეალობის არაერთგვაროვანი, დამოუკიდებელი ფრაგმენტებისა, რომლებიც, თავის მხრივ, ასევე არაერთგვაროვანი საშუალებებითაა ასახული დღევანდელი ციფრული ტექნოლოგიების ერაში. 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.

დღეისათვის ეს ტექნოლოგიები საქართველოშიც ხელმისაწვდომი ხდება. „გაერთიანებული ტელეკომი“ აბონენტებს Novus TV-ს მომსახურებებს ინდივიდუალური პაკეტების სახით აწვდის. აბონენტს საშუალება ეძლევა შექმნას და მოირგოს საკუთარი პაკეტი, ისრგებლოს ონლაინ ვიდეოთეკით, შეაჩეროს და უკან გადაახვიოს მიმდინარე ტელეპროგრამა. არხის მომხმარებელი პირველ ეტაპზე ახალი ტექნოლოგიით ასამდე არხის, მთ შორის, 3 HD არხის მიღებას შეძლებს. ტოტალური ურთიერთკავშირი სხვადასხვა საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებისა, და სრული ხელმისაწვდომობა მომხმარებლისთვის, მეცნიერების ვარაუდით ერთი მხრივ დეცენტრალიზაციას და საზოგადოების დემოკრატიზაციას მეორე მხრივ ტექნოლოგიური რევოლუციის ნეგატიურ შედეგებს იწვევს – ქრება ზოგიერთი საინფორმაციო და საკომუნიკაციო საშუალებები, სამაგიეროდ ძლიერდება კიბერნოპორნოგრაფია და ა.შ.

თუმცა მრავალგზისაა გამოკვლეული, რომ ტელეაუდიტორია ერთი და იგივე პროგრამას არაერთგვაროვნად აღიქვამს. რადგანაც ჩვენი რეაქცია „ტექსტზე“ ყოველთვის განპირობებულია იმით, თუ რომელ სოციალურ კლასს, სქესს, ეთნოსსა და კულტურას ვეკუთვნივთ. High Definition (HD)-მა, ახალმა ტექნოლოგიამ, დემონსტრაციულად წარმოაჩინა თავისი უპირატესობები: დაჩქარებული გადაღების პროცესი, სწრაფი მონტაჟი და რაც მთავარია, პროდუქციის შექმნა ბევრად უფრო იაფი ჯდება ვიდრე კინოფირზე გადაღება. წამყვანმა მწარმოებლებმა (SONY, Panasonic, Thomson...) ფილმების გადასაღებად გამოუშვეს ე.წ. ციფრული კამერები. 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 სხვა. მალე ეკრანებზე 3D განზომილებიანი ქართული ანიმაციური ფილმი (რეჟ. დ.სიხარულიძე) „ცრუპენტელა აღმზრდელი“ გამოვა.

აქვე ისიც უნდა აღვნიშნოთ რომ, ტექნოლოგიური პროგრესის მიუხედავად, აბსოლუტურად არ შეცვლილა თხრობის ტექნიკა და მეთოდიკა. 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. მისი განსაზღვრებით, „ვირტუალური რეალობა“ ილუზიური სამყაროა და მისი ძალა იმაში მდგომარეობს, რომ ამ გარემოში ადამიანი თავისუფლად მოქმედებს უფრო სწორად, ადამიანები ურთიერთმოქმედებენ. ამ ურთიერთმოქმედებას სპეციალისტები სამ სახეობად ყოფენ: (პასიური, გამოკვლევის და მესამე სახეობა, რომელიც ჯერ კიდევ კვლევის პროცესშია). 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 და საბავშვო პროექტებში. თუმცა, ამ მიმართულებით დღეისათვის (2012 წლისათვის) საქართველოს საბავშვო ტელემარშუტებში გამორჩეულად საინტერესო ნამდვილად არაფერი კეთდება. საზოგადოებრივი მაუწყებლის სადამოს ეთერი „პეპეს ზღაპარს“ ეთმობა, მაგრამ ტექნოლოგიური თვალსაზრისით მასში არანაირი სიახლე არ არის. XXI საუკუნეში „პეპეს ზღაპარი“ გასული საუკუნის 60-იანი წლების „თევდორე პაპას“ ზღაპრისგან არ განსხვავდება.

„პეპეს ზღაპრის“ გადასაღები ობიექტი ძველებურად პავილიონის ერთ კუთხეშია განლაგებული, წიგნების თაროებითა და სათამაშოებით. გამოსახულების თვალსაზრისით ტელეპროექტი უინტერესოა, ხანდახან ბავშვის ხელით შესრულებულ ნახატებს თუ არ ჩავთვლით მასში არანაირი ვიზუალური საშუალება (სპეც ეფექტი, კომპ. გრაფიკა და სხვ.) არ გამოიყენება. თუ იმ ფაქტორსაც გავითვალისწინებთ, რომ დღევანდელი პატარებისთვის სამგანზომილებიანი ფორმატებით გადაღებული სათავადასავლო და ანიმაციური ფილმები უცხო ხილი არ არის, გასაგებია მათი ინდიფერენტული დამოკიდებულება ამ პროგრამისადმი. ორიოდ 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 კოსტიუმი. იგი შუა საუკუნეების ევროპული სამოსშია გამოწყობილი. ახალგაზრდა მსახიობი ვერც სამსახიობო იმპროვიზაციით დაიკვებნის, რის გამოც ხშირად უმწეო მდგომარეობაში ვარდება. 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. გლობალიზაციის პირობებში სწორედ საზოგადოებრივი მაუწყებელი უნდა ითვალისწინებდეს საზოგადოების ინტერესებს და იმის მიხედვით აგებდეს სამაუწყებლო ბაზეს, მით უფრო, საბავშვო მაუწყებლობის სეგმენტს.

საქართველოს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ხელმძღვანელობა აცხადებს, რომ სწორედ მათი არხი წარმოადგენს საზოგადოების ყველა ინტერესების პროგრამების ერთობლიობას. თუმცა 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. შექმნილია თანამედროვე, XXI საუკუნის შესაბამისი ტექნიკა. 2012 წლი არჩევნებისთვის დაგეგმილია ახალი Newsroom-ის გაკეთება. 2011წელს საზოგადოებრივი მაუწყებლის ინჟინრებმა არხის ბაზაზე სატელევიზიო სივრცეში ყველაზე მაღალი გარჩევადობის (HD) სისიტემის 12 კამერიანი მოძრავი სატელევიზიო სადგური ააწყვეს. სამწუხაროდ, საზოგადოებრივი მაუწყებლის ახალი ტექნოლოგიებით გადაიარაღება დღეისთვის მხოლოდ საინფორმაციო და პოლიტიკური გადაცემების გაძლიერებას ემსახურება. არადა, როდესაც ტელემაუწყებლობას განვიხილავთ, უპირველესად მსს-ს ვგულისხმობთ, რომლის ტექნოლოგიური განვითარება რადიკალურად ცვლის მედიაპროდუქციის შინაარსსა და ფორმას, რაც პირდაპირი პასუხია დღევანდელი მაყურებლის იმპერატიული საბაზრო მოთხოვნებისა, მაუწყებლობაში მიმდინარეობს სერიოზული ძვრები, რეალურ პროგრამებზე (reality) – სრულიად ახალი ტიპის პროდუქციაზე. ესაა დოკუმენტური ფორმატისა და ახალი ტექნოლოგიების სინთეზი, რომელიც საშუალებას გვაძლევს უფრო თვალსაჩინოდ წარმოვადგინოთ ჩვენი ცხოვრების რეალური ისტორიები. ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებით პირდაპირი ტრანსლაციები უფრო ხარისხიან და მასშტაბურ სახეს იღებს.

საქართველოში 2006 წელს პირდაპირი ტრანსლაციით გრანდიოზული საბავშვო ტელეპროექტი „საშობაო სიურპრიზი“ გადაიცა, რომელიც იყო პირველი მცდელობა საბავშვო მაუწყებლობაში ამერიკული სანახაობის ანალოგიური პროექტის განხორციელებისა. თავისუფლების მოედანზე თოვლის პაპის მოლოდინში უამრავმა ბავშვმა მოიყარა თავი. მოვლენის ტრანსლაცია მთელი საქართველოს მასშტაბით მსს-ის საშუალებით მიმდინარეობდა. 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 და მოედანს თანდათან უფრო და უფრო უახლოვდებოდა, ბავშვები აფორიაქდნენ, აქეთ-იქეთ აწყდებოდნენ, რაც შესაბამისად ეკრანზეც აისახა, შეიქმნა რეალური ცხოვრების შთამბეჭდავი სურათი. მაგრამ როდესაც თოვლის პაპამ ვერტმფრენიდან ჩამოსვლა დაიწყო, სიტუაცია უკვე 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 მყურებლის კონცენტრირება მისთვის სასურველი მიმართულებით წარმართოს. სამწუხაროდ, ამ შოუს წამყვანმა შექმნილ სიტუაციას ალღო ვერ აუღო, ვერანაირი კომენტარი ვერ გააკეთა და კადრში უსიტყვოდ და უმწეოდ იდგა. Laive-ში 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. პროექტის ავტორმა, წამყვანმა და რეჟისორმა ნაცვლად იმისა, რომ რეპორტაჟი სხვა ობიექტიდან გაეგრძელებინათ ისევ თავისუფლების მოედანს აჩვენებდნენ, სადაც თოვლის პაპის გაპარვით გაწბილებული ბავშვები უკვე ისტერიული ყვირილით პირდაპირ ეთერში თავის კუთვნილ უფასო საჩუქრებს მოითხოვდნენ. (წინასაშობაო სარეკლამო ბლოკები სწორედ ამ უფასო საჩუქრებზე აკეთებდა აქცენტებს). თუმცა, შესაძლებელი იყო ამ ქაოსის ჩვენების ნაცვლად, უბრალოდ, ქუჩაში შეკრებილი ბავშვების ინტერვიუები ჩაერთოთ. (10-მდე ობიექტი, ჩართული კამერებით, პირდაპირი ჩართვებისთვის სრულ მზადყოფნაში იყო).

პრეზიდენტის მილოცვის შემდგომ საახალწლო კონცერტი გაიმართა თუმცა თოვლის პაპა, მთავარი პერსონა მთელი კონცერტის განმავლობაში არასად ჩანდა, რის გამოც დრამატურგიული ხაზი დაირღვა. მთელ შოუში კი ყველაზე წარუმატებელი ფინალური სცენა აღმოჩნდა, ეკრანზე გამოჩნდა 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 სხვა, უარყოფითი დატვირთვა შესძინა და საახალწლო შოუ სევედიან ნოტაზე დასრულდა. ცხადია, ყველაფერი სპონტანურად მოხდა, რეჟისორმა მყისიერად მიიღო გადაწყვეტილება, თუმცა, მის გაუზრებელ იმპროვიზაციულ სვლას წამგებიანი შედეგი მოჰყვა. 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. მსოფლიოში არ არსებობს სტანდარტული მსს, ყველა ტელეკომპანია არხის სპეციფიკიდან და ფინანსური შესაძლებლობიდან გამომდინარე, ქმნის საკუთარ მსს-ს. საზოგადოებრივ არხის ბაზაზე შექმნილი მ.ს.ს სატელევიზიო სივრცეში ყველაზე მაღალი სტანდარტია. მისი დაქირავება დაახლოებით 120–130 ათასი ევრო ჯდება. როგორც ცნობილია მეზობელ სომხეთს 2012 წ საბავშვო ევროვიზიის ჩასატარებლად უნდა მივაქიროთ ჩვენი ძვირადღირებული მსს, მაგრამ ჩნდება კითხვა: ნუთუ არ შეიძლება ტექნიკის ეს მიღწევა თავადაც გამოვიყენოთ ჩვენი ქვეყნის ბავშვების სასიკეთოდ?

ახალმა ტექნოლოგიებმა, კომპიუტერულმა სისტემებმა გარდაქმნეს მულტფილმები და კომიქსები, უფრო ხელმისაწვდომი და მასობრივი გახადეს ნახატი ფილმების წარმოება და გავრცელებაც მთელ მსოფლიოში, მათ შორის, საქართველოშიც. საბავშვო ტელემაუწყებლობის დიდი წილი მულტფილმებითა და კომიქსებითაა შევსებული, რადგანაც ბავშვების პირველი შეხვედრა ხელოვნებასთან უმრავლეს შემთხვევაში მულტფილმების საშუალებით ხდება. ბავშვები ვიზუალურს უფრო სწრაფად აღიქვამენ და გაიაზრებენ. გამოკვლეულია, რომ ბავშვის აღქმა, ერთი მხრივ, მის მდიდარ ფანტაზიას ეყრდნობა, ხოლო მეორე მხრივ, მის ცნობიერებას, რომელიც ხელოვნების გარკვეული სტერეოტიპების აღქმისგან სრულიად თავისუფალია. თანამედროვე ბავშვები კი 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 სრულიად არ თამაშობს. ბავშვები უცებ „კითხულობენ“ ხატში ჩადებულ ცნებას და უსიტყვოდაც ყველაფერს ხვდებიან. ეს ფაქტორები ყველა საბავშვო ტელეპროდუქციასა თუ ანიმაციურ ფილმებში უნდა იყოს გათვალისწინებული.

გასული საუკუნის 30-იან წლებში ჩაეყარა საფუძველი. ქართველი რეჟისორებმა უამრავი მულტფილმი გადაიღეს. ბევრმა მათგანმა პოპულარობა არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ, საზღვარგარეთაც მოიპოვა. („წუნა და წრუწუნა“, „ნახევარწიწილა“, „ბომბორა“, „დიდი და პატარა ტალა“, „ჭირი“, „ჩხიკვთა ქორწილი“, „ბაბილინა“, „ბატი ტასიკო“ და სხვ.) ქართული მულტფილმების პარალელურად, ცხადია, ტელეეთერი რუსულ მულტფილმებსაც ეთმობოდა; („ვინი პუხი“, „ნიანგი გენა“ და სერიალი „აბა, დამაცადე“). ყველა მათგანი საბჭოთა იდეალებს ქადაგებდა; მაგალითად, ნიანგი გენა პიონერთა რიგებში შესვლაზე ოცნებობდა. მულტფილმ „აბა დამაცადე“-ს სიუჟეტის ქარგად ჰოლივუდური „ტომი და ჯერი“ გამოიყენეს, თუმცა, ეს უკვე ჭეშმარიტად საბჭოური ვარიანტი იყო. „მულტფილმის სიუჟეტი საბჭოთა რეალობაში ვითარდებოდა. და 70 – იანელების ცხოვრების წესის შესაბამისი გამოვიდა. 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.

კომპიუტერული ანიმაციური სტუდიები უკვე მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში გაჩნდა, მათ შორის საქართველოშიც. ტელეარხებს ესაჭიროებათ ანიმაციური კლიპები, რეკლამები, ფილმები და სხვ. 2007-2009 წლებში საქართველოში 16 ანიმაციური ფილმი მომზადდა, თუმცა, სამწუხაროდ, არც ერთ მათგანს ტელეაუდიტორიში პოპულარობა არ მოუპოვებია, რაც იმის მანიშნებელია, რომ მხოლოდ ახალი ტექნოლოგიების ჭარბად გამოყენება არ განაპირობებს ფილმების წარმატებებს; უდავოა, რომ უკვე კლასიკადექვეული ანიმაციური ფილმების: „ჩხიკვთა ქორწილის“, „წუნა და წრუწუნას“, „ბაბილინას“, და სხვ. 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. თანამედროვე რეჟისორების დიდი ნაწილის ყურადღება ვიზუალურ მხარეზე გადავიდა, ახალი ტექნოლოგიური საშუალებების გამოყენებამ ისინი მეტისმეტად გაიტაცა, რის გამოც შინაარსმა უკანა პლანზე გადიწია. ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ანიმაციური ფილმებისათვის კომპიუტერით შექმნილი პერსონაჟები თითქოსდა ერთფროვანი და ცარიელები არიან. დანამდვილებით შეიძლება ითქვას, რომ ხელით ნახატი ანიმაციური პერსონაჟები უფრო „ცოცხლები“, გასულიერებულები არიან,

ვიდრე კომპიუტერთი შექმნილი გმირები. კომპიუტერული ტექნოლოგია ხშირად ვიზუალურ ხელოვნებას სასიცოცხლო ენერგიას ართმევს. თანამედროვე ანიმაციურ ფილმებში გაჩნდა 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. საქართველოს ტელემარშუტალობა, საზოგადოებრივი მაუწყებელიც და კომერციული არხებიც, გაჯერებულია ამგვარი მულტფილმებით, სადაც პერსონაჟები ძირითადად არაამქვეყნიური არსებები: მუტანტები და მონსტრებია, უგემოვნო, აგრესიულ, საშინელებათა გამომსახველი ტელეპროდუქცია მომავალი თაობის ცნობიერებაზე გარკვეულ კვალს დატოვებს; მაგრამ, როგორც ჩანს, მის სავალალო შედეგებზე არავინ ფიქრობს.

ქართველი ანიმატორები ყოველთვის ცდილობდნენ ფილმში ღრმა აზრი და გრძნობა ჩაედოთ, რაც ხელს უწყობდა მაყურებელის ზნეობრივი ნორმების ჩამოყალიბებას. სამწუხარო რეალობაა, რომ კომპიუტერის განვითარებასთან ერთად ნახატი ანიმაცია თითქმის აღარაა, თანდათან ქრება. ახალი ტექნოლოგიები ისე შეიჭრა მხატვრულ კონცეპტოგრაფშიც, რომ მთელ რიგ ფილმებში ცოცხალი მსახიობის საჭიროება მალე აღარ იქნება. ვარაუდობენ, რომ მომავალში მსახიობს კომპიუტერული კლონი, ორეული ჩაანაცვლებს. მაგალითად, ბოლო დროს გადაღებულ ფილმში „Green Lantern“-ში 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. ცნობილია, რომ შედეგები არ იქმნება ტექნოლოგიური პროგრესის ხარჯზე, არამედ ნიჭიერი მწერლების და სცენარისტების ფანტაზიით და იმ მსახიობებისგან, რომლებიც თავისი ოსტატობით ბრწყინვალე, დაუვიწყარ სახეებს ქმნიან.

რაც შეეხება კომიქსებს, მას საფუძველი XIX საუკუნის ბოლოს ჩაეყარა. ეს დასაწყისში პრიმიტიული ლიტერატურის სახეობა იყო, რომელიც აშშ-ში გაჩნდა გაზეთებში ნახატებისა და სურათების სახით, მინაწერებით, რომელიც შემდგომში სერიულ მოთხრობებად გადაიქცა. საბავშვო კომიქსების შინაარსი და თემატიკა უსაზღვროა: სათავადასავლო თუ ისტორიული თემები, „ზეინტელექტუალური განსჯა“ ფილოსოფიასა და ხელოვნებაზე. თუმცა, ევროპასა და ამერიკაში კომიქსები ძირითადად „თინეიჯერებზეა“ ორიენტირებული. თავისი განვითარების შემდეგ ეტაპზე კომიქსებმა ევროპაზეც გადაინაცვლა. აშშ-სა და ევროპის მთელ რიგ ქვეყნებში კომიქსების

ფესტივალები, გამოფენა-გაყიდვები და ფილმების ჩვენებები იმართება, რომლებსაც ასიათასობით ადამიანი ესწრება. რაც შეეხება საქართველოს აქ ნახატებით თხრობის კულტურა ჯერ არ განვითარებულა დღესათვის სულ რამდენიმე ნიმუშის გახსენება თუ შეგვიძლია: „ზოცოსა და გვანცას თავგადასავლები“ და „ბოლოკა და ყვინჩილა“. 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 სტუდე ნტებს ე.წ. ვორქშოპი ჩაუტარა თუმცა კომიქსების მიმართ დიდი ინტერესი ჯერ-ჯერობით არავის გამოუხატავს. რაც შეეხება კომიქსების ქართულ საეკრანო ვარიანტს, მის ერთ – ერთ ნიმუშად „სამსონაძეების ოჯახი“ შეიძლება დავასახელოთ, რომელიც „სიმფსონების“ ანალოგიაა. 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, საერთოდ, კარგად თუ ჩავუკვირდებოდით, პრაქტიკულად სამსონაძეები სულ სხვა ფასეულობებს ნერგავდნენ, ვიდრე ჩვენი მაყურებლისთვის იყო საჭირო, ალბათ სწორედ ამ ფაქტორების გამო მისი პოპულარობა დიდხანს არ გაგრძელებულა. ჯერ-ჯერობით საქართველოში ამ ჟანრში სერიოზული პროექტი არ გაკეთებულა, ეს ალბათ მომავლის საქმეა.

ახალ ტექნოლოგიებში უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ბრენდს, სახელს; დღეს უკვე გამოკვლეულია მისი სტრუქტურა და ის ასპექტები, რომელსაც ბრენდი უნდა მოიცავდეს. ბრენდი, იდეალური სახელი, დადებით ემოციებს უნდა ატარებდეს, პროდუქტის ძირითადი მახასიათებლის არსს უნდა გამოხატავდეს, იყოს კეთილხმოვანი, ადვილად წარმოსათქმელი და დასამახსოვრებელი. 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. 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 „Disney Cannal“–

ის (იგი მსოფლიოში ყველაზე წარმატებული საბავშვო არხია) მსგავსი ძლიერი, თანამედროვე სტანდარტებით აღჭურვილი ეროვნული მოტივაციის მატარებელი საბავშვო არხი, რომლის სახელი იქნება წარმატებული და მისაბამი ბრენდი, მიზნობრივად გამოიყენებს ახალ ტექნოლოგიებს, შექმნის ისეთ ტელეპროდუქტს, რომელიც გლობალიზაციის რთულ პროცესებში მომავალ თაობებს ხელს შეუწყობს ეროვნული ფასეულობების, ტრადიციებისა და თვითმყოფადობის შენარჩუნებაში.

დღეს მეცნიერები ემხრობიან იმ აზრს, რომ თანამედროვე კაცობრიობა „ციფრულ საუკუნეში“ გადის „პოსტინდუსტრიული საზოგადოების“ ფაზას. ვარაუდობენ, რომ ახალ საზოგადოებაში უმთავრესი მნიშვნელობა „საინფორმაციო გამდიდრებას“ მიენიჭება და საინფორმაციო გამოყენებითი ტექნოლოგიები წარმოადგენენ უმთავრეს ფაქტორს, რომელიც ზეგავლენას მოახდენს XXI საუკუნის საზოგადოების ფორმირებაზე.

ამ მიმართებით ტელევიზია უდავოდ კომუნიკაციის ერთ-ერთი უძლიერესი საშუალებაა, რადგანაც მომხმარებლისთვის უკვე ხელმისაწვდომია მსოფლიოს ნებისმიერი არხის მიღება, თუმცა წონასწორობას არღვევს აშშ-ის აქტიური შეჭრა აუდიოვიზუალურ სისტემაში. ამერიკულ კინო და ტელეპროდუქციას მრავალმილიონიანი აუდიტორია ჰყავს. მსოფლიოს თითქმის ყველა არხი სამაუწყებლო ბადეს ამ პროდუქტით ავსებს. აღარაფერს ვამბობთ ცნობილ ამერიკულ ტელეპროექტებზე, რომლებიც ასევე წარმატებით ავსებენ საეთერო დროს, ანდაც თავისი ანალოგებით ანაცვლებენ ეროვნულ ტელეპროდუქციას. ცხადია, ასეთი დოზით მოწოდებული ჰოლივუდური პროდუქცია „აპიარებს“ ამერიკულ იდეალებს, რაც განსაკუთრებით მიმზიდველია სწორედ ამ მოზარდებში. ყოველთვის მუშაობს ამერიკული ოცნება, იდეა, სადაც მთავარია ისტორია იმის შესახებ, რომ ინდივიდს ცხოვრებაში შეუძლია მიზანს მიაღწიოს. ამიტომაც, რასაკვირველია, ასეთი სახის ფილმები, თავისი ბედნიერი დასასრულებით, მსოფლიოს ყველა ხალხს მოსწონს.

ცნობილია, რომ 1910 წელს ბრიტანულ კინოპრაქტიკაში დომინირებდა ამერიკული ფილმები, კულტუროლოგებისთვის ეს ნაციონალური კულტურის კრიზისის ნიშანი იყო. ქვეყანაში გაჩნდა რეალური საფრთხე, რომ მალე „ყველაფერ ბრიტანულს“ ამერიკული ჩაანაცვლებდა. დღეს უკვე ბევრი ქვეყანა ამ საშიშროების წინაშე, მკვლევარები ფიქრობენ, რომ ახალი ტექნოლოგიების შემდგომი განვითარება მედიაპროდუქციას საშუალებას მისცემს უფრო თავისუფლად გადალახოს ნაციონალური საზღვრები, რაც განაპირობებს ნაციონალური იდენტობის უპერსპექტივობას. მიუხედავად იმისა, რომ მთელ რიგ ქვეყნებში კონსერვატორები მისწრაფიან შეინახონ ნაციის კონსერვატული თვისებები, რეალობაში ნაცია ვერ გაექცევა იმას, რასაც კულტურის, პოლიტიკისა და

ეკონომიკის გლობალიზაცია ჰქვია. მკვლევარები უკვე თანხმდებიან ამაზე, რომ იდენტობას ძირითადად კულტურა განსაზღვრავს. როგორც ირკვევა ქართული იდენტობისთვის ერთ-ერთი მთავარი დამახასიათებელი ნიშანი ქართული სიმღერა და ცეკვაა, რადგანაც იგი ასახავს მხატვრული წარმოდგენების სამყაროს თავისებურებებს, აქედან გამომდინარე, ეროვნული კულტურის ყველა უმთავრესი ნიშნითაა აღბეჭდილი. ამაზე კლიპ „ერისიონის“ წარმატებაც მეტყველებს, რომელმაც უცხოური აუდიტორია დააინტერესა და საუკეთესო მხრით უჩვენა ჩვენი ქვეყანა.

ეროვნული დისკურსი, შესაძლებლობის ფარგლებში, კომუნისტურ ეპოქაშიც არსებობდა; ცხადია, ფილმები, ტელეგადაცემები ძირითადად საბჭოთა მენტალიტეტის გასამყარებლად იქმნებოდა, მაგრამ მათ გვერდით მზადდებოდა ეროვნული ტელეპროდუქცია. ჯ. კახიძის საგანმანათლებლო პროგრამა მუსიკაზე, თ. ქევხიშვილის სიმღერის გაკვეთილები ბავშვებისათვის, რომელიც მსოფლიო ფოლკორ ულ ნიმუშებს ასწავლიდა, თუმცა, გადაცემების 80% ქართული ხალხური სიმღერების შესწავლას ეძღვნებოდა. ტელეფილმების ბაზაზე გადაიღეს დოკუმენტური ფილმი საბავშვო ფოლკლორულ ანსამბლ „მართვე“-ზე. დაიდგა „ჯაყოს ხიზნები“, თ.კვაჭანტირაძეს მიჰყავდა ეროვნული სულისკვეთების შემეცნებითი გადაცემა; 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. 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.

დღეისათვის კი საქართველოს საბავშვო მაუწყებლობაში რეალურად ასეთი სურათია: ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ზე სამი საბავშვო გადაცემაა: „საბავშვო ამბები“, „ეკივოკი“, „ყველაზე ნიჭიერი“; სამივე ამერიკული პროექტების ანალოგიით მზადდება. 2009 წელს ტელეკომპანია „რუსთავი 2“-ის სამუშაო ჯგუფმა საბავშვო გადაცემისთვის – „საბავშვო ამბები“ კასტინგი ჩაატარა. 2500 ბავშვისგან მხოლოდ 20 შეირჩა. ჩნდება კითხვა? რატომ გახდა საჭირო მაინცადამაინც Teen Kids News-ის ქართული ვარიანტი, როდესაც ამ მიმართულებით ჯერ კიდევ 90-იან წლებში მოზარდებისთვის ყოველკვირეული საინფორმაციო პროგრამა – „საყმაწვილო ქრონიკები“ მზადდებოდა. 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. ტელეკომპანია „ახალი არხი“ ახლახანს ამოქმედდა და სასიხარულოა, რომ მისმა ხელმძღვანელობამ მშვენიერი საბავშვო გადაცემა „გონიერი“ მოამზადა, რომელიც საქართველოს გამომგონებელ ბავშვებს ეძღვნება. საგანმანათლებლო გადაცემა პროპაგანდას უწევს იმ ბავშვებს, რომლებმაც თავისი გამოგონებით სხვადასხვა დარგში გარკვეულ შედეგებს მიაღწიეს, რაც საწინდარი გახდა მათი ეკონომიური და მორალური წარმატებისა.

როდესაც ტელევიზია ასეთ ბავშვებს წარმოაჩენს და მათ პოპულარიზაციას უწევს, ამით გარკვეულწილად ხელს უწყობს მოზარდებში იმ აზრის დამკვიდრებას, რომ პოპულარული და წარმატებული შესაძლებელია გახდეს შენი სწავლით, განათლებით და იმ გამოგონებით, რომელიც ქვეყანასაც სასიკეთოდ გამოადგება. გამარჯვებულები 5000 ლარით ჯილდოვდება. ტელეკომპანია „ერთსულოვნება“ –ზე ამჟამად მხოლოდ ორი გადაცემაა ყველაზე პატარებისათვის „ძილი ნებისა“ და მოზარდებისთვის „უკეთ გავიცნოთ ჩვენი შვილები“. ცხადია, ეს სპეციფიური არხია და მართლმადიდებლურ მიზნებს ემსახურება და ახორციელებს, თუმცა, ფორმატის თვალსაზრისით ზემოაღნიშნული პროექტები XXI საუკუნის ტელეფორმატებად ვერ ჩაითვლება, რის გამოც მთელ ტელევიზორებში 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. 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 სადამოიბით ყველა არხზე თითქმის ყველა უცხოური ფილმი ინგლისურად გადის (მათ ქართული ტიტრები ედებათ), განსაკუთრებით მოქმედებს მოზარდების ფსიქოლოგიაზე; ვფიქრობთ, რომ ეს საკითხი სახელმწიფოებრივად უნდა გადაწყდეს, სხვა რომ არაფერი, ქვეყანაში უცხო ფილმები მშობლიურ ენაზე უნდა ხმოვანდებოდეს.

გლობალიზაციამ ბუნებრივად მოიტანა თავისი მოთხოვნები; რეჟისორებმა, ავტორებმა უნდა შექმნან ისეთი პროდუქცია, რომელიც მსოფლიო ბაზარზე ადვილად გაიკვალავს გზას, რის გამოც ჩვენს ქვეყანაში ხშირად იწვევენ უცხოელ სპეციალისტებს. ეს პროცესი ერთი მხრივ, დადებითად შეიძლება შევაფასოთ, მაგრამ, მეორე მხრივ, იგი აფერხებს ეროვნული შემოქმედებითი პოტენციალის გამოყენებასა და განვითარებას. მეცნიერები

მოვიდნენ იმ დასკვნამდე, რომ ნაციონალური კულტურა, ტრადიციები ყოველთვის ეჯახება პროგრესის სახელით შემოჭრილ ახალ „ფასეულობებს“, მაგრამ 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. როგორც ცნობილია ქართული ნაცია გენეტიკურად განეკუთვნება ეთნონაციათა ტიპს. იგი ჩამოყალიბდა ეთნიკულ-კულტურული ნაციონალიზმის საფუძველზე. ქართული ეთნიკე გადაზრდა ნაციაში განპირობებული იყო მრავალი ფაქტორით, მათ შორის, ეკონომიკური და პოლიტიკური ჰომოგენიზაციით, რუსული იმპერიალისტური დაწოლით. 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, როგორცაა: 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. ცხადია, ახალი ტექნოლოგიების შემდგომი განვითარება საშუალებას მისცემს მედიაპროდუქციას დაუბრკოლებლად გადალახოს ნაციონალური საზღვრები და მოგვწონს ჩვენ ეს 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, აცილებელია ყველა სფერომ შესაბამისი ღონისძიებები გაატაროს. რაც შეეხება საბავშვო ტელემარშრუტებს, 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 ტელემარშრუტებს 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 ტელემარშრუტობას 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 ტელემარშრუტობა 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 მარშრუტობის 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-აღზრდელობითი, რომელიც კომუნისტური პროპაგანდისტის 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, ელექტროენერჯის გათიშვის გამო, მაყურებელი ვერ ნახულობდა ტელეპროდუქციას. გამონაკლისი იყო დრო საღამოს 19 საათიდან 21 საათამდე, როცა ელექტროენერჯია თითქმის ყველა რაიონს მიეწოდებოდა. ამ მკაცრად დადგენილ ლიმიტირებულ დროში ყოველდღიურად გადიოდა საინფორმაციო პროგრამა “მომბე” 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 ტელევიზორებში 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 ტელევიზორებში საბავშვო სეგმენტის სრული მონოპოლიზაცია 2010 წლის ივნისამდე. ფაქტობრივად, „ბასტი-ბუბუს“ პირველი საბავშვო პროექტი იყო პოსტსაბჭოთა ქართულ ტელევიზიაში, რომელიც ერთგვარ “ბრენდად” იქცა სატელევიზიო სივრცეში და მის მიღმა.

საქართველოს ტელემაუწყებლების (*1 არხი, რუსთავი 2, იმედი, ერთსულოვნება*) სამაუწყებლო პოლიტიკისა და საბავშვო პროგრამების ანალიზმა ცხადყო, რომ ქვეყნის დამოუკიდებლობის 20-წლიან პერიოდში, მედიის განვითარებისა და მრავალფეროვნებისთვის 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 (*1 არხი*) კი, რომლის „ქცევის კოდექსში“ საგანგებოდაა ჩამოყალიბებული ბავშვებსა და არასრულწლოვანებთან დაკავშირებით გასათვალისწინებელი 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 ერთი 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, როგორც „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 ტელევიზორცეში? 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.

Abstract

Introduction

Actuality of the Topic

From the day of its foundation, Georgian television was under the state control as other republics' televisions in the Soviet Union. It served for the state's internal interests. It is obvious

that the children's broadcasting was formed under the ideological press and was the effective propagandistic tool. Nowadays, the destination of the children's broadcasting is directly connected to the formation of Georgian private TV companies, satellite and cable televisions, which is the new stage of TV broadcasting development. It is our life's natural fact, because it is directly linked to the country's ongoing process of democratization in the Soviet Union. The government body has lost its monopolistic state on TV and the pluralization of broadcasting has been started.

In the XXI century, the quick development of electronic communication changed the human relationship, social-political and cultural situation, and contributed to establish the new way of thinking. In 1982, the scientists used the concept "the generation of new consciousness" or "indigo generation", but the concept was established after publishing the book "The Indigo Generation: The New Kids Have Arrived" by Lee Carroll in 1999. The "indigo generation" is distinguished with the strong intellect and skills of digital technologies. Their demands are satisfied by the TV production of various virtual technologies, which is almost impossible for the creative potential of our country's TV channels. In this direction, the small or big screen production of the USA is distinguished, which strives for the full monopolization of audiovisual world, creates and establishes the American values, which therefore weakens the national values successively. Especially, the children and adults are under the influence of this product.

In Georgia, there is an inert attitude towards the children's broadcasting from as state sector and as public one. It is not completely realized the aim and possibility of children's broadcasting for the vital interests of the society, which the children's broadcasting have in the process of forming the future generation. Today Georgian society does not have the appropriate objective information about the essence, influence and importance of this institute. The level, qualification and experience of specialists in this field are not satisfactory. There are not learned and researched the psychology, tendencies, and demands of Georgian children and young audience, which should be reflected on TV. For the formation of future generation, the importance and necessity of the children's broadcasting makes the dissertation actual.

The Goals of Research

In the dissertation, we pay attention to the fact of how the mentioned problem is treated, and there are many unstudied issues. The main orientation of research is the analysis of the social-political processes, which conditioned the formation and development of the Georgian children's broadcasting. The research tasks were connected to manifesting the methodological

prerequisites and basis, which contributes to find out the regularities and tendencies of the modern children's broadcasting. The object of research is the activity of the current Public Broadcasting (former Georgian Television – The 1st Channel) and private TV companies, which are reviewed by comparing with the children's broadcasting of the world leader TV companies.

The goals of research are:

1. Analyzing the factors that conditioned the formation of the children's broadcasting at the only State Television in the period of the Soviet Union, later the generation of cable, satellite and private TV companies in Georgia during the period of the Post Soviet Union, and the creation of alternative children's broadcasting;
2. Learning the typological features of the children's broadcasting at the Public Broadcasting and private TV companies;
3. Establishing the perspective directions of problems and development at the children's broadcasting;
4. Analyzing the advantages and disadvantages of the production of children's broadcasting in Georgia;
5. Stating the determinant factors of staff professionalism and qualification;
6. Defining the importance of Georgian children's broadcasting in the process of preserving the national values under the current conditions of globalization;

The History of Learning the Research Problem

The children's broadcasting is widely used in the modern world, as the effective mean of the formation of future generation. Therefore, the great attention is paid to the analysis of the children's audience and children's broadcasting, and to the definition and implementation of the appropriate policy of broadcasting.

The development of the Georgian children's broadcasting is the very complex process, which covers 56 years. But it is not still formed as the subject of serious scientific research. In 1970s, the researcher N. Leonidze conducted the survey by the use of questionnaires in order to learn the function and efficiency of the Georgian television, but there is very little information about the problems of the children's broadcasting in his research. Unfortunately, the children's broadcasting has not become as the urgent research subject in the Georgian reality; there are very rare works, such as the article "Pedagogy of Television" by E. Iberi, which was edited 18 years ago. The author analyzes the problems of the children's broadcasting that are formed on one side by collapsing the totalitarian regime, and on the second side by the process of democratization. So, for defining the essence and importance of the children's broadcasting, we searched the reviews of famous researchers (U. Shram, V. L. Sapak, E. Bagirov, M. Mcluen, Z.

Krakauer, S. Eizenshtein, D. Kitzinger, J. Korner, A. Berger, R. Sabin, R. Patterson, and so on), which were appropriate for the subject of our research. This rich material gives the possibility to understand the whole period dynamics of 56-year Georgian children's broadcasting in the general conditions of regularities.

The Scientific Novelty of Research

The dissertation research is the first attempt to review the formation and development of the Georgian children's broadcasting with the modern view, which is a complex process. It is directly connected to the social-political processes of the country. The 56-year history of children's broadcasting is analyzed with the ideological side: 1. What place the children's broadcasting took at the state television during the Communist regime and by which factors its ideology was defined; 2. By which specification the initial period of its development is characterized; 3. What problems were formed by the de-ideologization at the children's broadcasting after the collapse of totalitarianism; 4. Which structural reforms were implemented at the children's broadcasting at the beginning of democratization process; 5. What place the children's broadcasting is holding at the Public Broadcasting and other TC companies; 6. Which program structure and principles of formation the children's broadcasting of national TV channels have; 7. By what factors the creative lack of professional, qualified staff is conditioned; 8. What positive and negative tendencies are appeared in the activity of the children's broadcasting and what perspectives of development it has; 9. By which factors it should be distinguished from the private TV companies and what responsibilities the Public Broadcasting should have for the upbringing of the future generation.

This is the full list of the tasks, which are analyzed in this work at first time, this facts defines its scientific novelty.

In the point of methodological view, the research was conducted in three main directions: 1. the analysis of documentation of generating and forming the children's broadcasting at the state television; 2. the interview with the staff the of state television; 3. learning the structure and production of the children's broadcasting of Public Broadcasting and private TV companies as with the use of archive and broadcasting net as by observing the live programs.

The Practical Importance of Research

In the research, the main stages and tendencies of the development of the Georgian children's broadcasting are researched from the foundation of the television to the following stages. We have analyzed the role of the children's broadcasting in the social upbringing system and the importance of the new technologies. There is described the technology of preparing the

children's TV projects (TV games, quiz shows, TV performances, video clips), live broadcasting of performance with the mobile TV station, and so on. We have reviewed the possibilities of new High Definition (HD) camera and virtual studio. We think that the presented research work will be useful for TV actors, researchers and other people, who are interested in this issue. It is supposed that some tasks of the work will be used by the students of the direction of TV directing, TV journalists and visual art. Finally, as the first work about the Georgian children's broadcasting, somehow it will have the role of historical material for the future researches in this field.

The Structure of Research

The thesis is composed with the introduction, four chapters and the conclusion with the attached bibliography.

In the introduction, the actuality of the research topic is substantiated, the problems are stated, the working level and characters according to the existed literature are valued, and the subject, tasks, main directions and methods of research are defined.

The first chapter „The Children's Broadcasting in the Educational System of the Communist Period” is about the process of generating and formation of the children's broadcasting in Georgia, which is directly connected to the process of generating and development of the broadcasting in the Soviet Union, therefore we review the above-mentioned task relatively to it.

The Soviet Union was the strong united structure and system, where the least bolt had its place. In order to preserve the system, there should have been created “a new human”, that meant the upbringing and preparation of the Communist cognition. The formation of “a new human” should have been proceeded by the consciousness of loyalty and responsibility towards “the Soviet Socialist homeland. One of the main goals of the system is to weaken the independence, uniqueness, tradition and to forget the real history. The Communistic ideology created the systematical methodology for the formation and for obeying the Soviet society, where all ideological-public institutes were participated, among them the mass communication means were also considered as the main basis. It is obvious that the TV broadcasting was the strong tool for influencing the public from its formation. The central television actively participated in the creation of “a new human”, which was the example for all republic television in the Soviet Union and its demands should have taken into consideration by the all televisions of fraternal republics, there was such kind of general ideological direction. Our main topic is the children's broadcasting, which beginning point is 1951 year, when the children's TV journal “Soviet Pioneer” was broadcasted by the central television. From this day the permanent

children's broadcasting started in Moscow, which main functions were based on the principles of the Communist upbringing. But in Georgia the development of this direction started later in 1957, when the program "Georgian Pioneer" was broadcasted. The TV journal promoted the live standards and rules of the Soviet Union actively. Then the journal was named as "Mertskhali", which was loaded with the national tendencies and brought the correspondent "Ankesa", which disclosed the defects of pioneers. Actually, "Ankesa" was based on the critical issues in the Georgian television. It is supposed that the censor was lack focused on the programs of the children under the school age and primary schools. That is why the section of those children's programs was always considered as "the oasis" of free experiments. But it is not the same with the children of high school, where the strictly established ideological-propagandistic programs were prepared.

In that period, the children's broadcasting did not have own time and place. There were often the accidental programs, when the interests of different age groups were taken into consideration. But this was not about the programs of children under the school age. For them, the daily program "Revived Drawings" was prepared. From the literature, fine arts, theater, cinematography and television, the Party demanded to establish and consolidate the feelings of patriotism and internationalism towards the country in the society. There was the ideology in the theater, music, painting, cinematography and newly-created television. This demand of the Communist Party was obviously reflected in the resolution of the Central Committee, which was passed on 29th of January in 1960. There was highlighted the use of possibilities of television's audio-visual influences on the society for the promotion of Marxism-Leninism ideas. In the resolution, the children's broadcasting and its importance was mentioned. According to the resolution, the defined daily duration (60 minutes) and place in the broadcasting net was apportioned for the children's programs. In the all republics of the Soviet Union, some programs ("Alarm Clock", "Exercises for Children", "Do with us, as us and better than us") and the propagandistic program for the 90th anniversary of Lenin's Birthday became obligatory to be showed on the central television. The program "People from the Leninist Team" created by the children's editorial staff of Belorussia was chosen as the best work by the Communist Party, it was televised by all fraternal republics. Later, by the influence of this program, a new program "On the Tracks of our Fathers" was created.

After the resolution, the reforms started in the Georgian television, too. As the chief-editor of the children's editorial staff was appointed A. Gachechiladze. He established strong editorial office with his enthusiasm. They started to prepare the programs for the children of all ages: for the children under the school age ("Screen of Tserodena", "Our Cinema Hall", "Brave Photo Hunter", etc.), for the children of primary school ("Musical Clock", "Travel Around the

World”, “Wizard Paint”, etc.) and for the children of high school (“Talk About the Profession”, “Workshop of Chkhirkedela”, “Our Famous Ancestors”, etc.). It is worth to highlight the program “Screen of Tserodena”, which was a good Georgian analogue of the program “Good Night, Children” of the Moscow Central Television. The program was televised daily before the news program; it was anchored by L. Mikadze and M. Machabeli in succession. But the latter was more popular and loved by the people. This fact was caused by the different factors. The TV production has the audio and visual interaction and combination as the basis, and in the “Tserodena” the main importance was depended on the meaning of word. M. Machabeli apportioned himself the established and received theatrical methods (declamation, exaggerated playing) and tried to find his own method of playing. His voice was more intimate, his theatrical “evaluations” more accurate, he played in details, each his pronounced word was followed by the logical gesticulation, which provided the show with more expressiveness. He acted with dolls, as they were the human and equal creations. This fact increased the factor of reliability; therefore, children were annoyed by the didactical-upbringing voice of M. Machabeli. In the republics of the Soviet Union, there was the system of studying the rating of a program, and its effectiveness was determined by the response of audition. Hence from this fact, “Screen of Tserodena” was undoubtedly one of the most popular and watchable program. This idea is supported even by the fact that it (later it was renamed as “Dzilispiruli”) has been continuing for 30 years.

The demands towards the television were more and more increasing. The reforms again started in the Georgian TV broadcasting, the chief-editor of the children’s programs T. Natsvlishvili was replaced by E. Iberi, who implemented the very crucial corrections not only in the children’s editorial office, but also generally in the strategy of Georgian children’s TV broadcasting. At this period, the programs for very small children (“Screen of Tserodena”, “Multi-Panorama”, “Wizard Screen”), which were mainly video-review of animated movies, were prepared in the cinema-editorial office. The cognitive programs (“On the World Roads and Crossroads”, “Seven Miracles of the World”, “Travel around the World”, on the basis of them a very popular program “Globe” was created, which had been televising for 19 years) were had the structure of lessons and were considered as the component of scientific editorial office, where later the educational department was created. At this period, they started to repeat the children’s programs several times, which provided the broadcasting period with less expenditure besides the entertainment and education. In the children’s editorial department, E. Iberi implemented the differentiation according to the age. There were created three sections: 1. the section of programs for primary schoolchildren; 2. the section of programs for high schoolchildren; 3. the group of professional technical education (from October in 1976). The

program “Health and Life” was realized in the direction of E. Iberi, it had the dialogue format. The authors tried to describe the current life with the documentary, so they televised the fact when it was in the process, it became as the characteristics of television. This fact conditioned the popularity of the program. The program, which was dedicated to “Gandegili” by Ilia Chavchavadze, had the great response. During writing the program, students involved in the discussion, and argued with the anchor (writer A. Sulakauri), as the reason of the death of the main character of the poem, they considered his less belief. The bold applications of students shook the received educational clichés of schools, which caused the great interest of the Georgian society.

In February, 1973, the Academy of Pedagogical Sciences and the children’s editorial office of the central television held the first international conference “Television and Children” in the Union of Soviet Socialist Republics, where three general issues were highlighted: the increase of the influence of television on the children, satisfying the scientists and teachers with the content and format of the program, giving the priority to the shows in the children’s programs. At the Georgian television, the work of the children’s editorial office was realized to this direction. The programs with the characteristics of didactics were again prepared: (Tribune of Communist Union’s Assets”, “They Worship their Country with Labor”, Communist Union Life”, etc.). Although at the Georgian television, the first show program was appeared in the parallel of this action. The quiz shows, such as “Seven Seals” and “Saturn”, were the innovative with the format, because they had the national symbols and attributes. There were participated the schools from the whole Georgia. We pay attention to this fact, because today TV company “Rustavi 2” broadcast the quiz show “The The Brainiest Kid”, which format is taken from the foreign television. During preparing the analogues from the foreign programs, it is very crucial to keep the creative individualism and focus on the specification of our audition. The influence of mass culture, first of all, has the danger of unification. The televisions of Italy, Japan, China and many others try to keep away from these threats. At first, they try to keep their country’s specification in the programs dedicated to the children and young people.

During this period, the first TV project with the show elements “Merry Hotel” was prepared, where the smart children took participation with the famous actors and popular people. With its structure “Merry Hotel” included all the characteristics of the show (decoration, theatrical elements, music, choreography and theater skills), which caused the great popularity not only among the children but also among the adults. It is worthy to mention the cycle of cognitive-educational programs “Music Club”, which was conducted by J. Kakhidze and its live broadcasting was realized through the MBS (Mobile Broadcasting Station). Such “live lessons” make children love the classical and Georgian national music. By the well-defined

reorganization, the children's editorial office became more compact and was converted in one system.

In the Georgian television, the work on the children's topic was conducted in other direction, too; we mean the theatre and cinema studio. In Georgia, from the initial stages of the television development, many directors got interested in the television; among them was M. Tumanishvili, who directed the several performances, such as "Adventures of Chipolino" for the children. The first children film-concert "Revived Pictures" was directed by him, too. At the beginning, the performances were staged with the net theatrical technologies, but at the end of 70s, "the television theatre" was formed at the television base. Gradually it became obvious that the television performances, distinguished from the theatrical performances, included the elements of cinema. During 80-90s, the experiments started at "the television theatre". The art directors G. Kakhabrishvili gathered the young directors with the experienced ones (M. Imedadze, T. Chkheidze, N. Bagration-Gruzinski, K. Dolidze, etc.) and began to produce the performances of all genres and topics. In the repertoire of "the television theatre", the children's performances had the importance place. The performance "Capital Nemo" of J. Verne was staged (director N. Begiashvili). In the performance, the most interesting part was the artistic one, where the submarine world was created with the pictures. The director G. Ebralidze shot "The Shepherdess and the Chimney Sweep" by Andersen, which was the puppet show with the china figurines, where the dynamic was achieved by the camera. According to the story of V. Spikav, "It Should Not Happen" was staged (directors: T. Chabukiani, N. Sharabidze, N. Begiashvili). The performance, because of its form and the later developed facts, was the discussing issue for the society. The plot was built on the indifference and mercilessness of people. The performance was kind of mystical prediction - in one case, in the performance, the society did not help the boy (actor G. Kobakhidze), who was in difficulty, and doomed him to death; in the second case, the hijackers, among them G. Kobakhidze was, were not supported by the society and were doomed to the death in real life. The young people were judged and punished with the highest penalty, such as the sentence to be shot. The art side of the performance was very interesting, which consisted of three segments. One part of the acts was developed in the non-real environment, in the metal construction, the second part in the interior, and the third one at the discotheque, where nothing had been planned before. It was already real reporting. Such combination of the artistic-documentary material directed to the signs of postmodernist thinking in the Georgian television.

In 1968, the TV cinema studio was formed, which art director was the director R. Chkheidze. TV cinema studio paid a great attention to the children repertoire. This fact is proved by the following movies: "Boy and Bird" (director K. Surmava), "Small Friends" (directors "M.

Khonelidze), “Trip” (director T. Gotsadze), “Clean Board” (director O. Shamatava), “Gela” (director N. Mchedzlidze), “The Fifteenth Spring” (director S. Chkheidze), “A Very Small Story” (director G. Ovashvili), etc. In 1972, the directors Kartlos and Buba Khotivari shot the acclaimed movie “Adventure of Lazare”. In 1974, the director Z. Kakabadze shot the musical film-concert “Mziuri”. In 1983, the plot of the movie “Spot” shot by the director A. Tsabadze agitated the society. Because of the fact that the plot was about the senseless opposition of young people, which often finished with the fatal result that was not strange for Georgia of that time. The movie was presented at many prestige cinema festivals. If we overview the children’s topic of movies in general, we will get sure that the censorship was less here. The directors worked on such issues, which were about the true values – the first feeling, friendship, etc. unlikely the artistic or documentary movies shot for adults, where in the most cases, if the main line of the content was not the ideology of the Soviet Union, it must not be irrelevant to it.

From the middle period of 80s, the structural changes were implemented in the whole Soviet Union. The chief-editor of the news program “Moambe” T. Khomeriki was appointed as the chief-editor of the children’s department. The qualitative character of propagandist-didactical programs was reinforced. The balance between the age groups and directions was abolished. The children should be reared in the way that they should respect other nations and people; they should have the responsibility towards the “socialist homeland of the Soviet Union”. Everything was done to make children forget the originality, uniqueness, traditions, roots, real history of their country. Managing such type of people, of course, would be easier. For achieving these goals, the Communists took the possession of the television, as it was the strong means of communication, and they realized the possibilities of television for the formation of the ideological children. The methods of the Soviet ideology, manipulating means of the Communist journalism and propagandist constructions reinforced the influence of TV broadcasting, which had the great impact on the audition. Therefore, in the socialist Georgia, as in all the republics of the Soviet Union, the young generation was under the pressure, on one side, from the communist clichés at the kindergartens and schools, and on the second side, from the strong communist propaganda from the only television. All these had the great impact even on the most free-minded people. But the strong Communist propaganda reinforced the desire of protest and resistance in the society. For example, the children’s program “Georgian Language and Literature” (author and broadcaster T. Kvachantiradze), which became the catalyst and prepared the society for the great spiritual changes.

In the second chapter – “The Children’s Broadcasting in the Soviet Georgia”, there is the overview of the main activities of this field development. In 1989-1992, during the current processes in the country (9th of April, energy crisis, civil controversy), the crisis of the

government and the confrontation of the society had the impact on the function of the television. The most of staff was on strike, the supporters of the president Z. Gamsakhurdia went to the bunker (at the palace of the government), but in the limited conditions the national government gave the political importance to the children's broadcasting, and after the special information news programs the main priority had the children's program "Dzilispiruli", which was broadcasted daily. At the same time, the directors of the TV-radio corporation actively tried to change the Russian analogue with the Georgian one. For a little time, the heroes of the fairytale (mother Du and father Du) by the writer G. Petriashvili were on the screen. This was the first effort to release the totalitarian influence and to change it with the national motives. The revolution of December-January (22.12.1991- 06.01.1992) was coincided with the collapse of the Soviet Union. The processes of releasing from totalitarianism caused the de-ideologization that completely changed the existed ideological-educational function at the television. The open of "the iron curtain" contributed to appear the new private TV companies that became the competitors of the state television. The first independent TV organization, which broadcasted own program by the collaboration with the Georgian state television from June, 1990, was "Children's Studio" (manager Z. Oshkneli). In Georgia, the development of the independence TV companies started, which broadcasting net was fulfilled mainly with the "pirate" uncontrolled video productions. In our country, the changes started by the invasion of the muddy flow of mass culture, which was determined for the developing countries. This fact had the strongest impact on the young generation. The Soviet awareness was gradually being changed, the old stereotypes were being collapsed, but during the process of the collapse of old, a new one was highlighted. In the chaos, the individuals were appeared, whose works left the important impact on the development of the children's broadcasting. At this period, G. Leonidze was appointed as the chief-director. From beginning of 90s, the new digital technologies entered the television, the video cameras of BTK system and rectilinear montage was changed by the non-rectilinear montage. This fact made TV production easier and diverse, which was performed at the children's editorial office the most interestingly.

On 6th of October, 1992, the first information program "Basti-Bubu" was televised for the high class students. Later, the group refused to work in the information field and had only the entertaining function. The 30-year program "Dzilispiruli" was replaced by this new program. Its puppies Basti and Bubu, which were performed with the new technologies of that time, acquired the great love and popularity in the children's audition. After some time, the art group changed conception of the program. In 1998, the new heroes were appeared (Dj Goga, businessman "Shanso", cooker "Koko, etc.). From 1999, the birthday center "Basti-Bubu" opened in the Vaki's Park. From 2000, the audio and video production of "Basti-Bubu" was on sale. In 2001,

“Basti-Bubu” was changed by the program “Babilina”, which had the mosaic structure, and its various plots were artificially combined. “Babilina” told the children tales as information, tried to teach them simple housework. But “Babilina” could not develop the contact with the children, because of the children, who were at the studio, as they created the inactive background for the program. Only the episodes, where the children sang or danced, were natural. But here one clumsy issue appeared in the agenda, at the program only the children from “Basti-Bubu” were appeared. But the first channel, as the state channel, was obligatory to present the smart children from the whole Georgia, and not only the children from one certain studio. The strategy of the managers of “Basti-Bubu” (T. Skhvitaridze, K. Tsulaia) achieved the full monopolization in the children’s segment of the Georgian TV sphere, as they did not have any alternative. They dealt with the children’s broadcasting unlikely the Communist propaganda. It is obvious that this task was not always completed successfully (at the stage of the lack of the appropriate professional potential and experience, because of the priorities of business profit and many other subjective or objective factors); but we should take into consideration the fact that “Basti-Bubu” was the first project for the children at the post-Soviet Georgian television, which became the brand inside and outside the television.

On 7th of January, 1994, the picture, the framed little fellow “Televiziri”, was appeared on the screen, who on the screen “revived” the drawings sent by the children and turned them in to the stories. The project was prepared with the inclusion of the children from the whole Georgia and had the shape of action. In the program “Ecology”, “Televiziri” asked the children to plant the trees, after it the children started planting the trees within the whole Georgia. This was already the practical step towards the interactive television. “Televiziri” (author and director N. Begiashvili) with its form and content satisfied not only the Georgian but also the world standards. This fact is supported by the prizes that were won. During this period, the news program for the teenagers “Youth Chronicles” (author G. Leonidze, L. Gerashvili. Director T. Chabukiani) was created. The irritated young generation, who experienced the war and very difficult processes, had many questions. As they did not accept the speeches about the didactics and moral, the art group decided to develop the communication and relationship by the help of teenagers. For the first time in the history of the television, the public competition was held. Only two broadcasters were chosen from thousands of children (one of them was M. Asatiani, the author of the today’s popular show “Profile”). In the weekly project, they highlighted the life and problems of the young people in Georgia. They knew their rights and talked about the taboo issues much more freely and easier than adults.

The country with the political and economical crisis and explosive separatist regions did not think about the changes at the television, but the important personal changes were still

realized by the new director of the state committee of the television and radio Z. Shengelaia. But these reforms were successful for the children's broadcasting. As the chief editor, the professional journalist and cinema director Z. Inashvili was appointed who closed the old programs and demanded the new programs from the colleagues. At this period, the new projects "Small Stories about Big Issues", "Chocolate Microphone", "Abda-Ubda" and the first sponsored program "Gramatikoni" were created. In 1999, under the management of Z. Inashvili, the children's editorial office prepared the program "We Open the World" by the collaboration with the donor organization – International Children Foundation, which was dedicated to the international children's television, and in 2002, by the help of the same foundation, the project "1st of June is the International Children's Day" was realized.

The creation of one more popular project "TV Tale" (author and director T. Chabukiani) is connected to this period, too, where the authors maximally used the possibilities of the television; in that case, we mean the interaction between an actor and other created or computer personages. In one tale, an actor played 5-10 personages. For the accents, the author used the dialogic functions, actors directed to the audition during acting. The director used the back projection in order to create the unreal fairytale world, and then created the diverse three-dimensional audio-visual image with the computer montage. In the project, the popular actors (K. Sakandzelidze, G. Berikashvili, N. Chankvetadze, R. Bolkvadze, N. Burduli, R. Ioseliani, L. Kekelidze, G. Kiphshidze, I. Sukhitashvili, ect.) were participated. Because of this fact, "TV Tale" became the gallery of loved actors for the viewers and the future generation. The prediction of the famous theorist M. McLuen about "the technological transformation processes of the consciousness" was realized, which was presented in one story by the combination of the different systems of signs, and the sudden changes of rhythms and sequence, etc. Such aesthetics is typical for the commercial videos and musical clips. The Georgian clip-makers had the effort in this direction, too. The first children's clips "Jeirani", "My City", "Country is Bewildered", "Be Not Afraid of Time", and "Potpourri" were appeared. The latter (director B. Potskhishvili) was the most popular; the success of the clip was conditioned by the good music, with the interesting interpretation of the director, where the image is the counterpoint of musical sound.

In 2003, the Georgian political crisis was at the very decisive phase. At the TV broadcasting, the norms of TV media were violated daily, there was no broadcasting code. The issues about the children was not exceptional. "Rustavi 2" was distinguished with its scandal subjects (about "Kmara", hermaphrodite children", etc.), which used the even prohibited methods in order to attract the viewers. The politicians often made the use of naivety of the young people (the subject about the activists "Kmara") and their sincere consideration; they often called the youth for the action that could have been punished with the suppression of

freedom for 3-5 years in the civil countries. Here, the private TV companies promoted these activities actively. In this process, “Rustavi 2” was again very active, which rating was being increased daily, and the rating of the 1st Channel was going to decrease. The PR campaign about the fact that old Communist minded people worked at the 1st Channel, which began in the press, was reinforced. In May, 2004, the state television was changed with the Public Broadcasting; “the big reforms” started, which was realized by the director Z. Shengelia in June, 2004. Almost all the projects of TV were closed; among them were all the programs of the children’s studio. Only the program “Basti-Bubu” for the children under the school age was preserved. The new management turned off the broadcasting for all age groups for a long time. After the “Rose Revolution”, the great changes were realized at the broadcasting. The outflow of the retired people created the serious vacuum of the professional staff at the Georgian TV space. The connection between the generations was broken off. It was obvious that the journalists, who began the career at the 1st Channel, created the TV production at the private TV companies. In 2004-2010, only the art group of “Basti-Bubu” worked at the 1st Channel. But, as we mentioned above, the group changed the program several times during this period (“Multi-Pulti”, “Babilina”, “Basti-Bubu”). In May 2010, the new director of the 1st Channel G. Chanturia did not continue the contract with “Basti-Bubu” and is televising “Fairytale of Pepe” instead of it. This project has the obscure idea and doubtful values.

The main task of the Public Broadcasting was to comply with the standards of the information society, and also to keep the independence. But today if we overview the current projects displayed in the broadcasting net (“Fairytale of Pepe”, “Bavshvobana”, “Planet Basti-Bubu”), we can conclude that the Georgian children’s audition have neither the possibility of the access of the integration in the modern sphere nor sense of the state identity. With many other reasons, the deficit of the professional staff at the children’s policy of the Public Broadcasting was conditioned by the tendencies after the “Rose Revolution”; as the staff was selected not with their professionalism and experience but according to their “revolutionary activities” not only at the political structures but also in other spheres. “Rustavi 2” continued working with the obvious goals and objectives, where two British programs (“The Brainiest Kid Kid”, “Ekivok”) and one American news program for children “Children’s News” were prepared. It is obvious that the priority had the American and European standards. On TV channel “Imedi” has been televising the high rating program “Etaloni” from 2006 to the present, which popularity is caused by the use of modern methods in the project, such as the mass media and others. On 26028 May, 2006, “The European Academy of Natural Sciences” in Hanover, Germany recognized the project “Etaloni” as the novelty in the pedagogical field at the wide scientific conference; they rewarded the project with the diploma and gold medal. “Etaloni” fits to the mentality of the students, their

teachers and parent of the post Soviet Union countries. From 2008, TV channel “Ertsulovneba” of the Patriarchate of Georgia is being televised, which establishes the orthodox values at the children’s programs (“Dzilispiruli” and “Clean Board”). But the project is very far from the modern standards in the point of formant and technological view. From 2011, the first children’s channel (cable) “Enki-Benki” appeared which is new and its broadcasting time is mainly occupied by the foreign TV productions.

In the third chapter - “The Role of the Children’s Broadcasting in the Formation of Young Generation”, we overview the main aspects of the children’s broadcasting, which determine the process of the socialization of young people.

According to M. McLuen, with the creation of the television, the new stage of the culture development started. The television moved aside the old means of media, such as books and literature, and did the imaginary reorganization of humans. The main goals of the television are informing, educating and entertaining. From these three factors, the main is the information; it is known that the information in cybernetics is greatly distinguished from the public information with its character. As by the means of mass communication, the public is provided not by the neutral but the purposeful information, which is depended on the determined social forces. The information itself is always purposeful and serves for somebody or something.

When we discuss the influence of TV “Imedi”, we should take into consideration not only its ability of impact on the political and economical processes, but also how it is connected to the cultural values, spirituality and mentality of people in this or that country. We can divide the influence of television on the social processes and individuals into two directions: formation and manipulation. The program of formation is directed to the improvement of an individual. Its goal is to inform people in all its aspects, and to extend their interests and demands. Such influence of TV information causes the formation of society’s new opinion, and then finally, the change of behavior and action. On the contrary, the program of manipulation contributes not to develop the individual but to transform him/her as a marionette, the blind object of the program.

In the XXI century, the television is one of the main spreader of culture. In fact, all the types of culture acquire themselves with their show format. It is obvious that the show itself is not the art, it is the art reflection of reality; But in many cases, the show is the basis of entertaining programs that is the main polygon of the “mass culture”, which does not have the neutral character. As it promotes some values, principles and has the impact on the formation of individuals, so it has the educational function. Generally, the education has the general integral function of mass information, it influences the organization of labor, technological development,

use of free time and other processes. Therefore, it influences all the main social parameters of life, if we consider the fact that the basic function of media is to participate in the management of the society. The television functions continuously, it is appealed to the common sense, influences its formation, responds to the political changes of the country, sometimes tries to be the first before the political action happens in order to share its evaluation of the action to the society, and to direct the people' mind in the "desired" way.

The advantage of the television in the education field is that the TV production is perceived audio-visually that is directly connected to the emotional sphere of the consciousness. This factor has the determinant importance, when we speak about the social psychology, in particular social feeling, attitudes, habits, interests, etc. The role of the television is very important in the socialization of individuals, because it is oriented on the mass audition and has the great impact on it. This fact is also conditioned by the factor that most of the viewers prefer to the entertaining and show programs. Especially, the TV audition of the children and young people, who give the priority to the TV production with the show format. As it is known, there are many educational programs for children over the world: in England ("BBC 2"), in Germany ("ZDF"), in Japan ("NHK"), in the USA noncommercial public TV organization ("PBS" – Public Broadcasting Service). In Japan, the state and commercial TV networks began almost at the same time, in the beginning of 50s. The strong state network – Japan Broadcasting Corporation ("NHK") is televised on two channels. The work of this network is determined and controlled by the Parliament. From the middle of 80s, the second channel of "NHK" actively broadcasts the lessons of English, French, Chinese, Russian, Spanish, German languages. In the period of formation, the Japanese television tried to imitate the western of the American television. But later it became "the closed society" for the import; Japanese television itself began the wide export and changed the American models with the dramas of Samurai. The Japanese soap operas were approved as in the USA as in Latino America, especially among children.

The British TV channels are also distinguished with its programs dedicated to the children's audition. There was created the international public organization "Campaign for the Qualified Television", which forced the Parliament to make the decision on the fact that the Businessmen would receive the license of broadcasting on the commercial TV channels only with the guarantee of high quality. The Parliament created "The Commission of Independent Televisions", which worked on the quality of programs and diversity of demands that ceded about 10 hours in a week in the broadcasting net. On "BBC 2", the documentary movies were prior, which goal was to show the real British life to the young people plainly. Much time was determined for televising the national topics and actions. There were created the special

documentary programs (“Britain’s Secrete Shame”, “One Life”). In 90s, the very famous and popular series “Teletubbies” was appeared on the “BBC 2”, which was televised in the 75 countries over the world and was translated in 45 languages, among them was Georgia. The TV industry of the above-mentioned countries is the example of how important the state national traditions and values are for them.

The American television has a leading role. The TV industry in the USA produces more TV production that the national television can carry. First of all, it is conditioned by Hollywood, which became the TV industry; it provides the small screens of the world as it was early. The main masses of the commercial TV stations of the USA are mainly grouped by the leading national networks. Such as “American Broadcasting Company” (“ABC”), “National Broadcasting Company” (“NBC”), “Columbia Broadcasting System” (“CBS”). There are also noncommercial educational stations, which are financially supported by the state subsidies and different funds. They are united in the national network – “Public Broadcasting System” (“PBS”), which main function is to promote the knowledge and culture. It buys programs from “BBC” and spreads them not only in America, but also in many countries over the world. From 1951, in the USA, 27 hours were occupied by the children’s program in a week. At first, the adventures movies were mainly televised, but the movies were gradually replaced by the children’s shows (“Lone Ranger”, “Sky King”, “Lecy”) and the marionette puppy programs (“Puppy”, “Fran and Ollie”). From 1960, in the USA, all the entertaining programs were replaced by the cartoon movies, and the animated shows were also appeared (“Jacksons”). During the 1980s, on the cable networks, the programs were often changed according to the demands of the viewers, and experiments were conducted. At this period, the live shows and news for children were created. Meanwhile the expansion of TV networks and the increase of spreading showed its advantages and disadvantages, because in the parallel of the television development, the significance of fact commenting increased. It caused the problems of disinformation by violating the interconnection between the fact and the comment. It was obvious that the television was the complex dynamic system, as it was in the permanent connection with its audition. Therefore, the coordination of the above-mentioned issues was possible on one side by learning the common level of the masses, and on the second side by analyzing the TV production by the producers. In 50-60s, in the capitalist countries, the crime and sexual abuse were increased among the young people. The leading TV companies of the world started learning the “psychology of the television” actively. The researches (in England, in Japan, in Sweden and in the USA) proved that the cruelty was directly connected to the television, as the means of the aggressive imitation. Under the management of U. Shram, the wide researches started, there was created the monograph “The Television in Our Children’s

Life”. According to the received results, the recommendations were collaborated for solving the current dangers, which were implemented in the TV industry successfully.

The problems appeared in the Soviet televisions, too. But these problems were very different from the problems of the capitalist countries. In the Soviet countries, the low interest towards the life of pioneers and the Communist Union was the main danger, which weakened the process of upbringing of the future generation with the parameters of communist ideology. The researches started in the Soviet Union, too, in order to solve the current problems. According to these researches, the scientists named the lack of positive heroes and the right Soviet life in the TV production as the main reason of the problems. With the recommendations, the quality of the cyclic television programs increased. For example, the movies were shot with the ideal worthy heroes – “How Steel was Made”, “17 Sparkles of Spring”, etc.

In Georgia, in the end of 80s, the mass researches of citizens of Tbilisi started in order to learn the television and TV audition, but the least accent was on the children’s audition. There was found out that the satiric-humorous programs were very popular among the children with the children’s programs. The broadcasting policy of the Georgian children’s broadcasting was mainly filled with the Russian cartoon movies, documentary and feature movies in the beginning of television development, in the end of 60s. Of course, sometimes there were the programs with the national characteristics, but the Soviet movies were more than Georgian programs. The Russian production tried to form the ideology of young people towards the unity of the “Great Soviet Union”, weakened the factors of the national independence, forced to form the new generation with feeling of equality and unity of the Soviet countries, but with the management of “Big Brother” – Russia.

The strategy of the Communist system was the most distinguished during preparing the great dates. For example, 40th anniversary of the Communist Union of Lenin that was televised by the Georgian children’s programs for 20 weeks. On 15th of June, 1958, the open of Georgian Festival and movie “They were the First” was showed, by every following week, the Russian movies with the Soviet ideology were televised: “Astonishing Week”, “Anxious Youth”, “This Began So”, “Devoted for the Revolution”, “Hostile Storm”, Volga Don Channel”, “Happy Navigation”, “Three Came out the Wood”, “History of One Reporting”, “Orlionok”, “Fiery Versions”, “The Truth”, “Akhalgazrdoba Street”, “Drujok”, “I will Tell the Truth”. After showing these movies, the program “Meeting with the Art Group of Soviet Cinema” was prepared. On 26th of October, 12:20 pm, the cinema festival was closed with the movie “My Dear Person”, and in the evening 20:00 pm, the special program dedicated to the 40th anniversary of the Communist Union was televised. On 27th of October, the whole this PR campaign finished with the open of ceremonial plenum of the Central Committee of Georgian

Communist Union, which was televised in the live broadcast from Z. Paliashvili Tbilisi State Opera and Ballet Theatre, finally the grandiose concert was showed.

By this example (it was not only case), we can present how the Soviet television helped the state to keep the “system”, but young people did not have any other choice, as with the condition of one television they were under the double influence, that is why even the youth mind was formed with one ideology and standard. In 70-80s, the policy of the children’s broadcasting was reinforced. The educational programs were increased, such as Russian, Georgia, Mathematics, Chemistry, Biology, German, French, etc. This period can be called as the top period. But from 1987, the situation was changed, by learning the issues of newspapers “Tbilisi Speaks and Shows”, there was found out that the influence of “the center” was decreased unlikely the previous periods. The number of Russian movies was decreased. In the programs, the national motives were increased; the national classical performances were staged for the children. The programs dedicated to “the great dates” were not as grandiose as they had been before. There was the feeling that they only “doing their duties”. All the programs, among them was for the children and young audition, were not filled with the heroic aspiration, progress of Socialism, the belief of inevitable winning of Communism that was typical to the Communist propaganda.

Because of the well-known actions developed later, in 1989-2203 (before the “Rose Revolution”), the policy of the children’s broadcasting was almost vague, as the freedom from the totalitarianism caused the de-ideologization that was followed by the collapse of old stereotypes. The old was not necessary, but the new was still vague. These processes created the vacuum in the TV sphere. During the political tenseness and crisis, the international norms of TV media was daily violated at the state or private TV companies, there was not still the code of broadcasting behavior. The chaos situation was radically changed after the “Rose Revolution”. On the basis of the state television, the Public Broadcasting (1st Channel) was formed, which assumed “The Broadcasting Law” as a basis. It was adopted by the Parliament of Georgia on 23th of December 2004, and is still valid from 18th of January 2005. After it, the Public Broadcasting directs with the “Code of Public Broadcasting Behavior” (professional standards and the principles of journalist ethic in the programs of the Public Broadcasting). There is another chapter “Children under the Age” in the code, and covers the items (16.1, 16.2, 16.3, 16.4, 16.5, 16.6), where the standards are given, which should be taken into consideration and are about children under the age. From April of 2007, the “Code of Broadcasting Behavior” was valid, and it covered all the current broadcastings in Georgia. It restricted the time of programs for the children of all the age. But, without the special researches, it is obvious that during the time period for children, the “Code of Broadcasting Behavior” is often violated. It especially

happens at the commercial TV channels, during the programs of movies in particular, where at the most critical moment the commercials appear without any hint. The standards are violated during the news programs, too, which are distinguished with the high impact on the viewers. The reporting, showed during the news programs, has the special psychological influence on the children's audition. The research about the influence of media on the society, as we have already mentioned, is the closest direction and there is nothing done about this topic in Georgia. So, the developed ideas about the possible impact of the products of the Georgian modern TV sphere on the formation of young generation are based on our empirical observations, and most of them are not proved by the relevant researches of the specialists of appropriate fields.

In Georgia of the post Soviet Union, the private TV companies were multiplied suddenly and TV was filled with the mass culture, with so-called "shows". In spite of the fact that these shows are not considered as the part of the children's broadcasting, it is the fact that the Georgian children and young people watch them with great pleasure, such as "Night Show", "Saturday's Show", "Live Show", "Vano Javakhishvili's Show", "Limon", "Nanuka's Show".

One of the popular TV programs of "Rustavi 2" was "Night Show", which later was replaced by "Vano Javakhishvili' Show" is not really defined for the low-taste viewers. But we cannot say the same about the "Saturday's Show", which lacks of professionalism. But we should also mention that during the sketches there is the longer commercials period, which indicates to its high rating. I think that it is the case, when the commercial profit and the positive impact on the viewers may not be adequate to each other. The topics of such kind of projects are built on jokes, there is not clearly expressed drama, and the humor is expressed by the personages who speak with the dialects of different regions or the different districts of Tbilisi. Finally, we have the result that big part of youth joke and torture the Georgian language as Nanuli, Vakhtangi, Vano, when one of the most important functions of the television is to keep the standards of our language. Another task is the improvisations of the "actors" who participate in the "show"; the culture of improvisation is the highest stage of the professional actors, but the "actors" participating above-mentioned project are very far from these demands. Such "shows" with their low-taste, unprofessionalism and primitiveness are very dangerous, as they have the great impact on the future generation and on the formation of values.

So-called "reality shows" are very interesting for our youth. The first feature, by which the "reality show" attracts the youth, is curiosity, as the prerequisite of the shows is fascinating and tempting. The participants are closed in one territory. They eat, drink, entertain together and strive for being the first. The competitors do not play. One of the specific abilities of the television is to show the action in the process. Unlike the movie, the television used the method of observation as the main method, and if we take into consideration its nature of translation, it

became one of the priority formats. Differently from the cinema, the television gave viewers the opportunity to observe the action in the process. The live translation is the method and form of the direct observation simultaneously. The translation of the action is the most effective documentary form of action presentation, as it is based on the reality and the optical identity of its image. Therefore it is the real life for the TV audition (Most of the viewers are the youth, this idea is proved by plenty of small text messages, which they send for their favorites, as the small text messages define the winner of the show).

The method of experiment and provocation gives the possibility to create the illusion of reality on the screen. The participants play as the free people without complexes and they often get in the awkward situations, become vulgar, rude and sometime even indecent. I think during the use of this method, the rights of respondents should be considered. The authors should take into consideration ethical norms in any situation. This format is very interesting with its format and is ordinary for the modern youth. But its content and results are controversial in the point of moral view, because it promotes the immorality purposefully or unpurposefully. “Macho” Beso won 35 000 GEL; if you doom and sink everybody, you will definitely win. The actions developed in the “Geo-Bar” established such kind of living rules. The project is the most rating among youth. Of course, it is conditioned by the novelty and by showing the “freedom”, which are brought by the open of the societies in the post Soviet countries.

The Georgian TV is variegated with the different shows, but there is the deficit of the youth shows. Such kind of projects will not create the environment, which is necessary for the spiritual balance of not only the people, who have lost the territories, but also the people, who are not branded with such cataclysms. In such type of programs, it is necessary to present the national values and mentality of the participant. During the time, on the Georgian television, not only such kind of projects, but also the shows oriented on the viewers will take their places.

The Georgian youth has the various problems with the “Georgian” problems, which cannot be solved even by the developed countries. One of the most dangerous tendencies is the increase of aggression and cruelty. The week is not passed without any violence among children, sometimes we hear about the deaths of youth. This problem itself should be the subject of the serious researches, and the influence of the specific product of one television should be learned, especially the impact on the children and youth. In 2008, the foundation “The Global Initiation in Psychiatry” and the Health Committee of the Parliament of Georgia worked together on the problems of violence. At the conference “The Violence among the Children and Youth – Searching for the Problem Solving”, there was found out the fact that the most aggression comes from the mass media. Conducting the emergent research is not necessary to learn that these standards are often violated on the Georgian broadcasting; it often happens at the news

programs, which are distinguished with the high impact on the viewers. The reports about the youth violence showed during the news programs have the great impact on the children's audition.

Except of this only conference, the research about the influence of media on the audition, especially the children's broadcasting was conducted. On 25th of July, 2007, at the residence of Patriarchate of Georgia, the conference about the topic "The Factors of bad Influence on Youth" was held, where the Georgian Catholic-Patriarch Ilia II mentioned that the disease of the XXI century is so-called the "Informative Neurosis", which was developed in the condition of much information that was given without any control. In the condition of market economy, more than half TV space is occupied with the commercials, which are the destructive force and induces our subconsciousness, which make people act under their directives. The young people are easily concerned under the influence of commercials. It is well-known fact that the children often try to learn the things what they watch on TV and use in their lives. Unfortunately, for the youth, there is no program on TV, where the discussion on the topics of commercials and violence would be possible. But sometimes TV companies "Mze" and "Rustavi 2" invite the young generation with the adults to discuss the actual topics at the programs "Taboo" and "Free Topic". But active anchors and the main guests talk and forget the young children, who are in the studio. That is why they are practically only the live decoration. The special proves are not needed for the fact that the role of children's broadcasting is very important in the system of the social formation of new generation. In some countries, the protection of children is considered in the system of state security. It is urgent to pay attention to the spiritual and intellectual education of the children and youth, to the human achievements and promotion of ideals, to the emphasis on the national values, which of course will impossible without the use of wide possibilities of TV media. But the new system of formation should not be based only on the television. In the process of socialization, the action of the means of mass communication is connected to the factors, such as family, school, and enterprise. It is conditioned by the historical, national, characteristics and social-political statement of the country.

In the fourth chapter: "Globalism and New Technologies in the Children's Broadcasting", there is discussed how the globalism and new technologies influences the children's TV audition. The television is the "audio-visual encyclopedia" of the culture. With its reproductive feature, it surpasses all the means of communication except the internet – it can provide and unite as the different products of culture as the any audio-visual text. So, because of the variety and plenty of applied material, it has the most possibilities of creating the

compositions. TV broadcasting is the continuous montage of independent fragments of reality, which are reflected by the various means in the era of today's digital technologies. In the XXI century, this problem is especially urgent. The progressive increase of the information and communication technologies had the great influence on the format and content of media production. By the means of mass communication, the same program is available to watch by the millions of people in the different countries.

Nowadays, these technologies are available in Georgia, too. "United Telecom" provides the subscribers with the individual packet of service of Novus TV. A subscriber has the possibility to create own packet, use the video cases, stop or rewind the current TV program. At the first stage, the customer of the channel can receive about the hundred channels and 3HD channel. The scientists think that the total interrelationship between the different information and communication technologies and its full access to the customers causes on one side the decentralization and social democratization, and on the second side the negative results of technological revolution –some information and communication means disappear, but the cyberpornography is strengthened, and so on.

Besides the many researches on the fact that TV audition perceives the same program in a different way. As our reaction on the "text" always is conditioned by the social class, gender, ethnos and culture. The high Definition (HD), new technologies demonstratively present their advantages: the hastened process of shooting, quick montage and the most important – the creation of the production costs less that shooting on the tape. The leading producers (SONY, Panasonic, Thomson...) produced so-called the digital cameras for shooting the movies. In our daily life, 3D is being established. It is one more effort to approach the image to the reality. By the technological, digital cameras and projectors are being improved more and more. The number of pixcells, the diapason of perceiving the light is increased. The quantity of children's movies shot with the 3 dimension animation is increased: "Harry Potter", "Alice in the Wonderland", etc. Soon the Georgian 3 dimensional animated movie "Fiber Educator" comes on the screen.

Here, we should also mention that besides the technological progress, the tolls and methods of narration are not changed. The improvement of the computer and digital technique, the program and computer means generated the new direction – virtual reality. This term was established by the specialist of computer technologies Jerom Lanie in 1984. By his definition, "virtual reality" is the illusion world and its advantage is that in this environment, a person acts free, or people interact. The specialist divide this interaction into three types: passive, researching and the third type, which is still in the process of research.

At first, the program virtual reality was used at the military institutes, later in the institutes of other field, and finally – at the entertaining industry. Today the virtual technologies are actively used in world's TV production, especially in the commercials and musical clips and children's projects. But in this direction today (by 2012) nothing interesting is being done at the children's broadcasting. The evening period of the Public Broadcasting is occupied by the "Fairytale of Pepe", but there is no novelty in the point of technological view. In the XXI century, "Fairytale of Pepe" is not distinguished from the fairytale of "Grandfather Tevdore" of 60s.

The object of the "Fairytale of Pepe" with the bookshelves and toys is displayed in one corner of the pavilion, as it was early. In the point of image view, the TV project is not interesting, if do not consider the paintings of children, which sometimes are appeared on the screen. There is not used any visual means (special effect, computer graphics, etc.). If we pay attention to the factor that the 3 dimensional adventure and animated movies are not new for the today's children, their indifferent attitude towards this program is clear. We should mention the idea of the project. "Pepe" (actor D. Velijanashvili) with its origin is a vague personage. The name "Pepe" has no connection to the Georgian folklore; the costume of the personage is obscure, too. "Pepe" wears the European clothes of the middle centuries. The young actor does not have the appropriate theatrical skills. In the process of globalization, it is necessary to create one of the famous Georgian personages in order to keep the identity, as we have the small country. The personage should have the values and features, which are typical to our country, and do not destroy the national independence. With these measures, "Fairytale of Pepe" cannot be considered as the modern product. In the conditions of globalization, the Public Broadcasting should consider the interests of the society and should build the broadcasting net according to them, especially the children's segment.

The management of the Georgian Public Broadcasting announces that their channel presents the unity of the all interests of the society. But in Georgia, besides the technical reforms of the Public Broadcasting, the virtual studios are only prepared for the news programs. During the last three years, in September of each year, the Georgian TV companies (Public Broadcasting, "Rustavi 2", "Imedi") televise with the renewed news studio. They have bought the modern techniques that are relevant to the XXI century. For the election of 2012 year, the creation of the newsroom is planned. In 2012, the engineers of the Public Broadcasting built the mobile television station with 12 cameras, which is the highest definition (HD) on the base of the channel. Unfortunately, the technological reforms of the Public Broadcasting serve only for the information and political programs today. But when we discuss the TV broadcasting, first of all, we mean the mobile broadcasting station, which technological development radically

changes the content and format of the media production that is the direct response to the imperative market demands of the viewers. At the Public Broadcasting, the very important changes are realized on the reality programs that are new production. This is the synthesis of the documentary format and new technologies, which gives us the possibility to present the real stories of our life more clearly. By the use of new technologies, the live translations are more qualified.

In 2006, in Georgia the live translation of the children's grandiose TV program "Christmas Surprise" was televised, which was the first effort to realize the American analogous project in the children's broadcasting. On the Freedom Square, a lot of children gathered and waited for "Santa Claus". The live transition of the event was televised by the mobile broadcasting station in the whole Georgia. In parallel, ten additional cameras worked and showed on TV at the different time. On the big screen, which was constructed on Square, the cadres of the event were showed. The arrival of Santa Claus was going on in the time and space; because of it, the transcendence was reinforced. When the helicopter started to cycle in the air and was approaching the Square, the children got excited, and began moving, which was reflected on TV. The image of real life was created. But when Santa Claus began getting off the helicopter, the situation was uncontrollable. It was impossible to define the future actions.

In such cases, the demand on the subject is increased. It is necessary to see the transcendental subject; the anchor is needed to evaluate the action and drive the concentration of viewers in the desired direction. Unfortunately, the anchor of this show was unable to manage the situation, did not make any comments and was standing without any word. The frightened Santa was seen on live who distributed the presents quickly and tried to run away from the crowd. The police had to interfere in order to calm the children. This situation created a very bad image on the screen. The author, anchor and director of the project was still televising Square of Freedom instead of changing the cadre from other place, where the children were very angry because of the disappearance of Santa, and they demanded their free presents on live (the commercials made the accents on these free presents, which were televised before Christmas). It was possible to show the interviews of the children instead of this chaos situation (about 10 objects with cameras were ready to televise on live).

After the congratulations of the president, the concert of New Year was held, but the main personage – Santa Clause did not appear, for this reason the dramatic line was broken.

The most unsuccessful part of the whole show was the last one, when Santa Claus and 4 year girl appeared on the screen, who demanded her desired present. The anchor was confused and Santa was forced to say that all the presents had been finished. The director did not lose a second and showed the girl with tears on her face... May be she will remember these minutes in

her life. This cadre would be fine for any documentary movie, but for the New Year concert, it was terrible, and the show was transferred from the funny mood to the sad one. It is obvious that everything this was realized spontaneously, the directors made the decision quickly. And his thoughtless and improvised action had the bad results. The director of XXI century, who works with the switch of the mobile broadcasting station, does not have only to show the continuous image with technical montage. The director should act in a creative way and should make the right decisions quickly. In the digital world, the director of switch should be the virtuoso-improvisator in the ideal case, because the director is able to provide the successful translation. In the world, the standard MBS does not exist; all the TV companies create their own MBS according to their specifics and financial possibilities. MBS created on the base of the Public channel has the highest standard. Its renting costs about 120 000 – 130 000 Euro. As it is known, the neighbor Armenia hires our technique for the children's Contest of Eurovision in 2012, but there is a question: Are not we able to use this technique for our children?

The new technologies, computer systems transformed the cartoon movies and comics, the cartoon movie production and its spreading is becoming more massive in the world, among them is Georgia. The most part of the children's broadcasting is occupied by the cartoons, as the first meeting of children with the culture happens with the help of cartoon movies. The children perceive and analyze the visual information easier and much more quickly. It is known that the perception of children is based on one side on the rich fantasy, and on the other side on their perception, which is free from some stereotypes of art. The modern children are grown more with the visual materials than the word culture. They watch TV and play the computer from their deep childhood. Therefore, they got accustomed to the plastic perception of faces, where the word does not play any important role. The children "read" the conception put in the drawing and understand everything without a word. These factors should be considered in all the children's TV production and animated movies.

In 30s of the last century, Georgian directors shot many cartoon movies ("Tsuna and Tsrutsuna", "Half Chicken", "Bombora", "Big and Small Waves", "Plague", "Wedding of Jays", "Babilina", "Goose Tasiko", etc.). Many of them became popular not only Georgia, but also abroad. In the parallel of Georgian cartoons, it is obvious that the Russian cartoons were televised, too ("Winnie Pooh", "Crocodile Gena" and series of "Nu Pagadi"). All of them preached the Soviet ideals. For example, the crocodile Gena dreamed to enter the Pioneers. The plot of the cartoon "Nu Pagadi" was typical to the Hollywood cartoon "Tom and Jerry". But this was the Soviet version. The plot of the cartoon was realized in the Soviet reality and became the relevant to the life of 70s. According to the technological progress, the attitude towards the animated movies was changed.

From the beginning of 90s, in Japan, the USA and other countries of Europe, the animation studios were opened, where the series of cartoon movies were prepared in a short period. This was the profitable business, as it was demanded by the hundreds of TV channels; this fact conditioned their wide production.

The computer animation studios were appeared in many countries over the world, among them was Georgia. TV channels needed the animated clips, commercials, movies and so on. From 2007-2009, 16 animated movies were prepared in Georgia, but unfortunately none of them was popular among the TV audition. It shows that only the use of new technologies does not condition the success of movies. It is undeniable that the appearance of the classical animated movies: “Wedding of Jays”, “Tsuna and Tsrutsuna”, “Babilina”, etc. on the screen was a great occasion. The adventures of these heroes were the very active topic for the Georgian population, and their names are used for the nicknames of people. The Georgian animated cartoon has the independence and national character, which made it fascinating. The attention of the most modern directors is concentrated in the visual part; they are fascinated with the use of new technologies that is why the content moved to the second stage. We should mention that the personages of movies, which are created by the use of computer, are monotonous and empty. We can say that the animated personages painted by hand are more “alive” than the ones created by the computer. The computer technologies often take away the living energy of the visual art. In the modern animated movies, there were monotonous personages, and content is very simple and often includes the small text messages. The visual part has the quick rhythm, clear colors and primitive but effective pronunciation. The Georgian TV broadcasting, the Public Broadcasting and private channels are filled with such type of cartons, where the personages mainly are not the creatures of our world, they are mutants and monstries. Tasteless and aggressive horror TV production has the impact on the consciousness of the new generation, but as we see, nobody thinks about its deplorable results.

The Georgian animators always tried to put the deep idea and feeling in the movies that contributed to the formation of ethical norms of the viewers. It is pity reality that with the computer development, the drawing animation almost does not exist; it gradually is disappearing. Soon, the invasion of the new technologies in the cinematography will decrease the necessity of the live actors. There is the supposition that in the future the actor will be changed by the clone. For example, in the recent movie “Green Lantern”, only the face of the main personage is real, other parts of body is created virtually. Now you often hear “how good it is shot”, “how well the movie is created” and nothing more is left from so-called “very good” movies. They are forgotten soon. It is known that the masterpieces are created on the cost of

technological progress, but they are created by the talented writers, scenarists and actors, who created the unforgettable faces.

The comics were appeared in the end of XIX century. It was the primitive type of literature, which came out as the pictures and drawings in the newspapers of the USA, which later became the serial stories. The content and topic of the children's comics were diverse, such as adventures, historical topics, "intellectual discussions" on philosophy and art. But the comics in Europe and in the USA were oriented on the teenagers. Later the comics moved to the screen, too. In the USA and many countries of Europe, the festivals, exhibitions, sales and movie shows of comics were held, which were attended by thousands of people. In Georgia the culture of narrating with the drawings is not still developed. By today, we can remember only several examples, such as "Adventures of Botso and Gvantsa", "Boloka and Kvinchila". In 2011, at the Institute of Goethe, the exposition started. The curator of the exhibition M. Schnaider brought the works of two generation of German comics within the project. The famous painter of comics S. Homer arrived. Homer delivered the workshop for the students of Art Academy. But the interest towards the comics is not expressed. One of the examples of the television version of Georgian comics is "The Family of Samsonadzes", which is typical to "Simpsons". In the personages of Georgian version, unlike the American ones, the typical Georgian nature was not expressed. Therefore, the jokes of the heroes often were silly. Moreover, if we deeply discuss the series, Samsonadzes were establishing other different values from one that was necessary for our viewers. For this reason, its popularity did not continue for a long time. Nowadays, the serious project in this genre was not created, may be it will be in the future.

In the new technologies, the brands and names have the great importance. Today there is already learned its structure and aspects, which the brand should cover. The brand, ideal name should have the positive emotion, and express the main characteristics of the product; it should be sounded beautifully and remembered easily, and should be simply pronounceable. The audio-visual side should be formed with the graphical symbols, the unity of types, brand color and music. The logotype is the main element of the graphical symbols, and it should give the possibility to mark easily. The logotype can be verbal, visual or combined. The logotype presents the image of abstract or specific subject. Moreover, one more necessary component is slogan, which should be short, simple and emotionally loaded. The logotype make the brand easy to perceive, it give the possibility to put the main promise of the company in the viewers' mind. The only children's channel of Georgia "Enki-Benki" do not satisfy the above-mentioned criteria, but maybe sometime in Georgia the strong channel like "Disney Channel" (it is the most successful children's channel), which will be equipped with the modern standards and the national motives. Its name will be the successful and worthy brand, they will use the new

technologies purposefully, will create the product, which will contribute to the new generation to keep the national values, traditions and independence in the complex processes of globalization.

Today the scientists support the idea that the modern humans pass the phase of “post industrial society” in the “digital century”. They suppose that in the new society, the most important is “outflow of the information”, and the applied information technologies are the main factor, which influences the formation of XXI century’s society.

The television is one of the strong communication means, because the customers have the access of any channel. But the balance is violated by the active invasion of the USA in the audio-visual system. The American cinema and TV production has the audition with millions of people. All the channels of the world fill the broadcasting net with these products. We do not say anything about the well-known American TV projects, which are very successful, too, they fill the time of broadcasting or the national TV production is replaced with its analogues. It is obvious that such doze of Hollywood production “promotes” the American ideology, which especially attracted among the youth. The idea of the “American Dream” always works, where the main is the history of an individual, who can achieve the goal of the life. That is why such kind of movies with its happy end is liked by all the people of the world.

It is known that in 1920 in the British cinemas, the American movies were dominated; it was the sign of the crisis of the national culture for the culturists. There was the real danger in the country that soon “all the British” would be replaced by the American ones. Today many countries have such kind of threats; the researchers think that the development of new technologies gives the possibility media production to pass the boards more freely, which will condition the decrease of the national identity. Besides the fact that in many countries, conservatives try to preserve the conservative features, in reality the nation will not run away from the globalization of culture, politics and economy. The researchers agree to the fact that the identity is mainly defined by the culture. As we know, the Georgian identity is characterized by the Georgian songs and dances, because they reflect the characteristics of the art images. Therefore, they are filled with the most important signs of the national culture. This idea is supported by the popularity of the clip of “Erisioni”, which was liked by the foreign audition, as it showed Georgia with the best part.

The national discourse sometimes was in the communist period, too. It is obvious the movies, TV programs were mainly created to reinforce the Soviet mentality, but the national production was also prepared. For example, J. Kakhidze’s educational program about the music, the song lesson of T. Kevkhishvili for the children, who taught the world’s folklore creatures. But 80% of the programs were dedicated to the Georgian folk songs. On base of TV movies, the documentary movie about the children’s folklore ensemble was shot. “Migrants of Jako” was

staged, T. Kvachantiradze anchored the program with the national values. By the help of such kinds of programs and movies, the national values were developed in the future generation, which were preserved by the previous generations besides the strong pressure of Soviet ideology. Of course, the Soviet government saw all these, but they allowed them as the exceptions, because the Soviet country was composed with the different national units of history and culture.

Today, in the Georgian children's broadcasting we have such situation: on the TV company "Rustavi 2", there are three children's programs: "Children's News", "Ekivok", "The Brainiest Kid". All of them are prepared with the American analogues. In 2009, TV company "Rustavi 2" conducted the casting for the children's program – "Children's News". From 2500 children, only 20 were selected. There is a question: why there was the necessity of creating the Georgian version of "Teen Kids News", when in 90s we had such type of program for youth – "Youth Chronicles". On TV company "Imedi" the children's program "Tavdakira" is televised weekly. It is prepared by the group of "Basti-Bubu" who left the 1st channel. The project is practically commercial, it lacks of educational issues. On TV company "Mze", there is not any children's program. TV company "Axali Arxi" is new-founded, and it is good that its management created the fine program for children "Gonieri", which is dedicated to the inventor children of Georgia. The educational program promotes the children, who have the result with their inventions in the different fields; which became the prerequisite of their economical and moral success.

When the television shows such kind of children and promotes them, they contribute to the formation of the idea that children can become popular and successful by learning, education and invention, which will be profitable for the country, too. The winners are awarded with GEL 5 000. On TV company "Ertsulovneba", now there are two programs "Dzilinebisa", and "Learn our Children Better". It is obvious that it is the specific channel and serves for the orthodox purposes. But the format of the above-mentioned projects cannot be considered as the TV format of the XXI century. That is why they look as an anachronism, and they are not interesting to the children and youth. These programs are suitable for the parents. On the Public Broadcasting, only the above-mentioned "Fairytale of Pepe" is televised, which is not typical to American production, but it does not include the national values, too. The Georgian TV channels tend more to the "progress". Here we mean the active process of changing the Georgian projects by the foreign product. Even the fact, that in the evening almost all TV channels broadcast the foreign movies in the English language (with the Georgian subtitles), has the great impact on the psychology of young people. We think that this task should be solved by translating the foreign movies into the native language.

The globalization brought its demands. The directors, authors should create the production, which will be successful on the world's market, that is why the foreign specialists are often invited in our country. On one side, this process can be evaluated positively, but on the other side, it hampers the use and development of national art potential. The scientists concluded that the national culture, traditions always collide with the new "waves" that are called progress. But it is necessary to define on one side how the nation sees itself and how it defines itself with terms in the cultural history, and on the second side how it looks at others, how it is differed from other nations. As it is known, the Georgian nation is considered as the type of ethno nation with its genetic. It was formed on the basis of ethno cultural nationalism. The transformation from the Georgian ethno into the nation was caused by the many factors; among them was economical and political homogenization with the pressure of Russian imperialism. Georgia – the member of the collective was called as Georgian. In the Soviet Union and after the collapse of the Soviet Union, the ethnic Georgian was marked with this term. Only the "Rose Revolution", the situation was radically changed, and the term "Georgian" was used as the meaning of ethnic as the national meaning, there was appeared the concept of multiethnic Georgian. From 12th of August of 2008, at the meeting against the Russian aggression, during the speeches of the Georgian president and the Head of the Parliament of Georgia, there were mentioned the following terms: Georgian Ukrainians, Georgian Ossetians, Georgian Abkhazians, etc. The term "Georgian" was used not only with the ethnical, but also national meaning.

The globalization has the quit serious impact on Georgia not only in the point of economical but also political view. It is obvious that later the development of new technologies will give the media production the possibility to pass the national broads, and whether we like it all these processes will influence the nation and national identity. But in order to preserve the national values, it is necessary to realize the relevant actions in all fields. Moreover, the children's broadcasting can play the great role in this direction. It is natural in the global ideology; we can see the advantages there, which should be highlighted, as the prevention of its possible treats. The children's broadcasting can create the educational publicist TV production, by this way it will play the active role for preserving the Georgian independence, traditions and values.

Conclusion

During working on the dissertation, there was found out that the children's broadcasting took one of the main places in the social educational system. At this stage, its importance and possibilities are not relevantly valued and fully used in this direction. There is the impression that the state independence is not formed and the use of the possibilities are not institutionally analyzed properly for the vital interest of the society, which the children's broadcasting have in the process of socialization for new generation.

On the first stage of the development of the Georgian television, the programs for children were systematical. The situation was changed from 60s, according to the resolution of the Central Committee of the Communist Party of the Soviet Union, the use of the children's broadcasting was started actively in order to establish the Communist principles, as it was the means of Soviet education of the future generation. The didactical-propaganda programs contributed to the formation of the youth with one mind, attitudes and standards. The portion of them was too much that neutralized the factor of the national independence.

From 70s, the regular children's broadcasting started, there were two types of program: didactical-educational, which was distinguished with the heroic aspiration of the Communist, and performance-intellectual games and shows. The portion of such programs, which were different with their structure and ideology, were balanced. But the performance shows were very eminent, which authors created the intellectual games and performances with the little technical equipments in the Georgian television, which should be really considered as the innovation. The structural and creative changes developed during this period created the hard fundamentals for the development of the children's editorial office.

It is paradox that from the middle of 80s, when in the Soviet Union so-called the reforms and transformations began, it was reflected on the information policy and media at first. At this period, the regression period was for the Georgian television. Therefore, the situation was changed at the children's broadcasting, where the entertaining programs were decreased and the propagandist-didactical programs were increased (qualitative and quantitative). The balance between the different age groups was broken. We can say that the children's broadcasting had never been so political since its existence. But we should also mention that the educational programs were reinforced at the science broadcasting with programs, such as "Georgian Language and Literature", which promoted the sense of the national independence not only among the youth but in the whole society.

At the state television, the before existed strategy was reformed from 9th of April, 1989. That was caused by the current critical events. Commandant hour, civil controversy, energy crisis destroyed the casual rhythm of the television. In these conditions, the television worked with the full broadcasting net, but because of turning off the electricity, the viewers were not

able to watch the TV production. The exception was the period from the 7:00 pm to 9:00 pm, when the almost all districts had the electricity. This strict limited time, the news program “Moambe” and the children’s program “Dzilispiruli” were televised daily. In spite of the current difficult period, the priority of the news program was the program defined for the children under the school age.

On one side, the change of the consciousness of the Soviet Union and the freedom from the censorship, and on the second side, the new technologies caused the generation of “Basti-Bubu” on 10th May of 1992, which was the different in the Georgian television. Even during the critical political-social processes of the Georgian history, “Basti-Bubu has the unlimited art freedom. The strategy of this project conditioned the full monopolization of the children’s segment until June of 2010. Actually, “Basti-Bubu” was the first children’s program in the post Soviet Georgian television, which became the brand inside and outside the television.

The analysis of the broadcasting policy of the Georgian TV channels (1st Channel, Rustavi 2, Imedi, Ertulovneba) and children’s programs showed that in the conditions of media development and advances (regulating the legislative base, creating the Public Broadcasting, etc.), there is not any development or the relevant TV production for the children. Even the Public Broadcasting (1st Channel), which code of behavior describes the standards for the children, is not able to create the modern production for them by keeping these standards.

In 2011, the Public Broadcasting realized the technical reforms. The mobile broadcasting station with 12 cameras of the highest definition (HD) systems, virtual studios mainly serve for the news and political programs. At the time, when the children’s projects need such kinds of technologies in order to create the high definition, which almost is not felt in the main children’s program – “Fairytale of Pepe” that is primitive and has the vague values.

From 2011, in Georgia, the first children’s channel “Enki-Benki” is televised, which is mainly occupied with the foreign TV production. From 2008, the television of the Patriarch of Georgia “Ertulovneba” started broadcasting, which established the orthodox values in the children’s programs. But its form is under the critics. TV company “Rustavi 2” prefers to the standards of the USA and Europe. Here, two British and one American projects are prepared. Almost all channels televise the foreign movies with the Georgian subtitles; this fact hampers the valuable perception of product by the children.

The globalization process is irreversible. It leaves far behind the language, religion, history, epos, heroes, etc. which causes the weakness of national mentality among the future generation. This fact is supported by the internet. The users can receive any information by the internet; among them is pornography, which main users are children and youth. Today the children’s broadcasting should have the state importance. Some exceptional TV projects (such as

successful “Etaloni”) cannot create the relevant environment. The Public Broadcasting is especially responsible for the society, this channel should keep the national independence and form the future generation.

The research topic at the televisions should be dedicated to the features of the Georgian children’s projects, what programs the schoolchildren or the children under the school age need, what time period should be defined for the children’s programs, which topics are priority for the children and parents.

In the conditions of TV internet, the “children’s period” defined by the codes of broadcasting has no idea, as the concept of time and broadcasting net are almost disappeared. The companies “Silknet” and “Caucasus Online” provide the consumers with the individual packets, which make possible to do programming themselves, among them are children. The current situation demands from TV companies, especially the Public Broadcasting, to have the relevant reaction and to create the new policy.