

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო  
უნივერსიტეტი

სალომე დავითაშვილი

ქართველობის პერფორმანსი: გიდების მიერ საქართველოს  
პრეზენტაცია უცხოელ სტუმრებთან  
კულტურისა და მედიის სოციოლოგია

ნაშრომი შესრულებულია სოციალური და კულტურული კვლევების  
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ნაშრომის ხელმძღვანელები:

ლია წულაძე-სოციოლოგიის მეცნ. დოქტორი, თსუ ასოცირებული პროფესორი

ამირან ბერძენიშვილი-ფილოსოფიის დოქტორი, თსუ სრული პროფესორი

თბილისი

2017

## ანოტაცია

სამაგისტრო ნაშრომი მიზნად ისახავს ქართველობის პერფორმანსის საკითხის შესწავლას. კერძოდ, როგორ ახდენენ ქართველი გიდები საქართველოს პრეზენტაციას უცხოელ სტუმრებთან. თანამედროვე საზოგადოებაში აქტუალურ საკითხად იქცა ქვეყნისთვის იმიჯის შექმნა, მისი პრეზენტაცია და თავის დამკვიდრება საერთაშორისო ასპარეზზე. იმიჯის შექმნის პროცესში მნიშვნელოვანია სწორად იქნას შერჩეული ერის ის მახასიათებლები თუ ტრადიციები, რომელთა წარდგენაც ხდება როგორც ოფიციალურ, ასევე არაოფიციალურ დისკურსებში.

ჩემი კვლევის სამიზნე ჯგუფად ქართველი გიდები შევარჩიე, რადგან მათი დისკურსი ოფიციალურია და ნაციონალურ ნარატივად შეგვიძლია მივიჩნიოთ. გიდები არიან ის ადამიანები, რომლებიც ახდენენ ქვეყნის წარდგენას როგორც უცხოელ, ასევე ადგილობრივ სტუმრებთან და ისტორიკოსებთან ერთად მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ ნაციონალური ნარატივების ფორმულირებაში.

ჩემი კვლევის მიზანს წარმოადგენს, კვლევის თვისებრივი მეთოდების გამოყენებით, შევისწავლო გიდების მიერ ქვეყნის წარდგენის თავისებურებები, რაც მჭიდრო კავშირშია ტრადიციის გამოგონებასთან (Hobsbawm. 1983) და კულტურულ ინტიმურობასთან (Herzfeld. 2005. 2<sup>nd</sup> edition). მიზნის განსახორციელებლად დასახული ამოცანებია: რა კუთხით ცდილობენ ქართველი გიდები ქვეყნის პრეზენტაციას, რამდენად განსხვავდება გიდების დისკურსის ხასიათი ქართველ და უცხოელ სტუმრებთან მიმართებაში და რამდენად იზიარებენ თავად გიდები იმას, რის წარდგენასაც ახდენენ უცხოელ სტუმრებთან.

კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ ქართველობის პერფორმანსის თავისებურებები დამოკიდებულია გიდების სამუშაო ლოკაციაზე. ისინი განსხვავებული ეროვნული ასპექტებით წარადგენენ ქვეყანას. მუზეუმში მომუშავე გიდები ქვეყნის პრეზენტაციას ახდენენ მდიდარი კულტურის მქონე უძველესი ქვეყნის იმიჯით, გელათში და მცხეთაში მომუშავე გიდები მართლმადიდებელი ქვეყნის იმიჯის განმტკიცებას ანიჭებენ უპირატესობას, ხოლო თავისუფალი გიდები საქართველოს ღვინის სამშობლოდ და ტრადიციების დამცველ უნიკალურ ერად წარადგენენ.

გიდები ახდენენ ქართულ რეალობაში გამოგონილი ტრადიციების გამეორებას, რითიც ქმნიან გარკვეულ საფუძველს საერთაშორისო მასშტაბით კონკრეტული ნიშის დასაკავებლად. გამოგონილი ტრადიციების გამეორებისას გიდები ქართული კულტურის საამაყო ასპექტებს უსვამენ ხაზს, ხოლო მიჩქმალული რჩება ის, რაც მათი აზრით სამარცხვინოა და არ უნდა იქნეს გამჟღავნებული სხვა კულტურის წარმომადგენლებისთვის.

ჩატარებულ კვლევაზე დაყრდნობით შესაძლებელია ითქვას, რომ სტუმრის ცოდნა საქართველოს ეროვნული მახასიათებლების შესახებ დამოკიდებულია იმაზე, თუ რომელ ტურისტულ ობიექტს ეწვევა ის: მუზეუმს, საეკლესიო-ტურისტულ ნაგებობას თუ ისარგებლებს რომელიმე ტურისტულ კომპანიაში მომუშავე გიდის მომსახურებით.

## Annotation

The purpose of the dissertation is to study the performance of being Georgian. More specifically, it looks at how Georgian guides present Georgia to foreign visitors. The act of creating an image for Georgia and presenting it in order to carve out its niche on the international stage has become an important endeavor. In this process, it is important for the characteristics and the traditions of the nation, which are to be emphasized, to be chosen wisely, be they intended for official or unofficial discussions.

I chose the Georgian guides as my target sample, as they tend to present themselves and their country in an official manner, which makes their presentation a part of the national narrative. The guides are the individuals, who are presenting the country to both foreign, as well as domestic guests and play an important role (alongside historians) in formulating the national narrative.

The aim of my research is to study the specifics of the presentation of the country with an emphasis on tradition invention (Hobsbawm. 1983) and cultural intimacy (Herzfeld. 2005. 2<sup>nd</sup> edition), using the qualitative methods of research. The targets that need to be studied in order for the said aim to be achieved include researching the angles that the guides try to present the country from, the differences between the guides presenting the country to foreigners and them doing the same with local guests and how they themselves believe the narratives that they are presenting to the foreign tourists.

The results of the research conducted showed that the performance of the guides is dependent on their work location. They often show the country in a variety of lights. Those working in museums emphasize the rich and ancient culture of the nation, those from Gelati and Mtskheta prefer to show the country that of Orthodox Christians, while some unattached guides like to show Georgia as a unique, traditionalist country which also happens to be the homeland of wine.

The guides often repeat the fabricated invention traditions for the realities of Georgia, which allows for Georgia to occupy its niche on an international scale. In doing so, the guides

emphasize the more favorable aspects of the Georgian culture, at the same time hiding the parts which they consider shameful, something that must be kept from the eyes of foreign observers.

The research conducted shows that the knowledge that a guest accrues regarding the specifics of Georgia is dependent on which tourist attraction they visit, be it a museum or a religious facility or if they use the services of a guide from one of the tourist companies.

Performance of Georgianness: Guides' Presentation of Georgia to Foreign Guests

Salome Davitashvili

## სარჩევი

|  |    |
|--|----|
| შესავალი.....  | 7  |
| კვლევის მეთოდოლოგიური ნაწილი.....                                  | 7  |
| კვლევის პროცედურული ნაწილი.....                                    | 10 |
| თავი 1. თეორიული ნაწილი .....                                      | 13 |
| 1.1 ძირითადი ცნებების განმარტება .....                             | 13 |
| 1.2 თეორიული ჩარჩო.....  | 18 |
| 1.2.1 წარსულის წარდგენა.....                                       | 18 |
| 1.2.2 ტრადიციის გამოგონების თეორიული კონსტრუქტი .....              | 20 |
| 1.2.3 კულტურული ინტიმურობის თეორიული კონსტრუქტი.....               | 22 |
| 1.2.4 წარსულთან კავშირის შენარჩუნების გზები .....                  | 23 |
| თავი 2. ემპირიული ნაწილი .....                                     | 27 |
| 2.1 ჩართული დაკვირვება - გიდების პრეზენტაციის თავისებურებები ..... | 30 |
| 2.2 გიდების დისკურსი-ქართველობის განსხვავებული პერფორმანსი .....   | 33 |
| დასკვნა:.....  | 44 |
| ბიბლიოგრაფია:.....   | 47 |

## შესავალი

### კვლევის მეთოდოლოგიური ნაწილი

#### *საკითხის დასმა და კვლევის აქტუალობა*

თანამედროვე მსოფლიოში ყველა ერი ცდილობს, მიმზიდველად წარმოაჩინოს საკუთარი თავი საერთაშორისო დონეზე და შექმნას სასურველი იმიჯი. ქვეყნების უმრავლესობას შექმნილი აქვთ თავიანთი იმიჯი, რომელიც საკმაოდ სტაბილური და თანმიმდევრულია. ისეთ მაღალგანვითარებულ სახელმწიფოებს, როგორცაა დიდი ბრიტანეთი, იაპონია, გერმანია, ეს იმიჯი და პრესტიჟი უფრო მტკიცე აქვთ, თავისი სიმბოლოებით, იქნება ეს გართობა, კულტურა თუ საექსპორტო პროდუქცია. ისეთი ქვეყნები კი, როგორცაა ინდოეთი, თურქეთი, მალაიზია, აქტიურ კამპანიებს ეწევიან, რომ განამტკიცონ თავიანთი პოზიციები საერთაშორისო მასშტაბით (Marat, 2009. გვ: 1124). აქვე უნდა ითქვას, რომ არსებობენ ისეთი პატარა და საერთაშორისო საზოგადოებისთვის შედარებით უცნობი ქვეყნები, რომლებიც ცდილობენ სასურველი საერთაშორისო იმიჯის შექმნას და ასეთი ქვეყნების რიცხვს საქართველოც მიეკუთვნება.

ამა თუ იმ ერის წარმომადგენლები, სხვადასხვა ნიშნით, მაგალითად, კულტურული თავისებურებებით ცდილობენ, შექმნან თავიანთი ნაციონალობის ისეთი იმიჯი, რომელიც იქნება სხვებისგან გამორჩეული, უნიკალური და დასამახსოვრებელი. ერიკ ჰობსბაუმი აღნიშნავს, რომ ხშირად სახელმწიფო უბრალოდ *იგონებს ტრადიციებს*, წეს-ჩვეულებებს, იყენებს მათ თავის სასარგებლოდ და მუდმივად ახდენს უკვე გამოგონილი ტრადიციის თუ ტრადიციების პრეზენტაციას საერთაშორისო ასპარეზზე. ტრადიციის გამოგონების მიზანია საზოგადოებაში გარკვეული ღირებულებებისა და ნორმების დამკვიდრება. დასახული მიზნის მისაღწევად კი მათი გამეორება ხდება საჭირო (Hobsbawm, 1983). ჰობსბაუმი ტრადიციის გამოგონებას განიხილავდა, როგორც ეპოქის საჭიროებით გამოწვეულ საქმიანობას, რათა ხაზი გაუსვა შენი ქვეყნის სიძველეს, გამორჩეულობას ან რომელიმე სხვა მახასიათებელს. ანუ ტრადიციის გამოგონებით ერი ცდილობს მისთვის სასურველად მიჩნეული იმიჯის შექმნას და განმტკიცებას.

ქვეყნისთვის იმიჯის შექმნა და განმტკიცება სხვადასხვა საშუალებით ხორციელდება. როდესაც ტურისტი ჩადის რომელიმე ქვეყანაში და სურს გაეცნოს ამ ქვეყნის ღირსშესანიშნაობებს, იყენებს გიდის, ანუ იმ ადამიანის მომსახურებას, რომელიც კონკრეტული ისტორიული ძეგლის გარდა, მას ასევე ქვეყნის კულტურას და ტრადიციებს აცნობს. ვფიქრობ, რომ სწორედ გიდები არიან ის სუბიექტები, რომლებიც ახდენენ უკვე შექმნილი, ან სასურველად მიჩნეული იმიჯის განმტკიცებას, გამოგონილი ტრადიციის გამეორებას და ეროვნული სიამაყის ხაზგასმას.

ვფიქრობ, ზემოთ აღნიშნულ ჭრილში ძალიან საინტერესო და მნიშვნელოვანია გიდის მიერ უცხოელი ტურისტებისთვის საქართველოს წარდგენის პროცესში გამოყენებული დისკურსის შესწავლა, მასზე დაკვირვება და გარკვეული თავისებურებების აღმოჩენა. ის, თუ როგორ წარუდგენს გიდი ჩამოსულ სტუმარს ქვეყნის კულტურას, ტრადიციას და სხვა თავისებურებებს, განაპირობებს ამ სტუმრის განწყობებს, დამოკიდებულებებს და თავის მხრივ, სწორედ გიდის დისკურსზე დაყრდნობით ისაუბრებს ამ ქვეყნის შესახებ. სწორედ ამიტომ, მართებულად მივიჩნიე, ჩემი კვლევის სამიზნე ჯგუფად, ეროვნულ მუზეუმში მომუშავე და სხვადასხვა კულტურულ ობიექტებზე მიმაგრებული ქართველი გიდები შემერჩია.

### ***კვლევის მიზანი***

ჩემი კვლევის მიზანს წარმოადგენს იმის შესწავლა, თუ როგორ ხდება ქართველობის პერფორმანსი გიდების მიერ, კერძოდ, როგორ ახდენენ ქართველი გიდები საქართველოს წარდგენას უცხოელ სტუმრებთან.

### ***კვლევის ამოცანები***

კვლევის მიზნის განსახორციელებლად გამოვყავი შემდეგი ამოცანები:

- როგორ, რა კუთხით, რა სტრატეგიების გამოყენებით ცდილობს ქართველი გიდი ჩვენი ქვეყნისთვის სასურველი იმიჯის შექმნას და პრეზენტაციას.



- რამდენად განსხვავდება გიდების დისკურსი, უცხოელი და ქართველი სტუმრების შემთხვევაში. ანუ, იდენტურია თუ არა მონაცემის ფორმა და შინაარსი იმ შემთხვევაში, როდესაც ქვეყნის წარდგენა ხდება იმავე (ქართველი), ან განსხვავებული *კულტურული ინტიმურობის* (Herzfeld, 2005. 2<sup>nd</sup> edition) მატარებელი სტუმრისთვის.
- რამდენად განსხვავდება გიდების ოფიციალური და არაოფიციალური დისკურსი ერთმანეთისგან. ანუ, თავად გიდები იზიარებენ თუ არა იმ კულტურულ და ისტორიულ ასპექტებს, რომელზეც საუბრობენ უცხოელ სტუმრებთან.

**საკვლევი ჰიპოთეზა:**

- ვვარაუდობ, რომ საქართველოს ისტორიის და კულტურის წარდგენისას გიდები ახდენენ იმ ეროვნული მახასიათებლების ხაზგასმას, რომელთა მეშვეობითაც, მათი აზრით, ქვეყნის უკეთესი კუთხით წარმოჩენას შეძლებენ. კერძოდ, იმ ეროვნული მახასიათებლების თუ ტრადიციების წარმოჩენა ხდება, რომელიც, მათი აზრით, სასურველი იმიჯის შექმნას შეუწყობს ხელს.
- მოსალოდნელია, რომ გიდების დისკურსები განსხვავდება უცხოელი და ქართველი სტუმრების შემთხვევაში. ქართველი დამთვალიერებლების შემთხვევაში, ვინაიდან ისინი არიან იმავე კულტურული სივრცის ნაწილი, შთაბეჭდილების მართვის სტრატეგიები იქნება ნაკლებად მრავალფეროვანი, განსხვავებით უცხოელი სტუმრებისგან.
- მაიკლ ჰერცფელდი კულტურული ინტიმურობის კონტექსტში აღწერს გარკვეულ კოდირებულ დამაბულობას, რომელიც არსებობს კოლექტივის ოფიციალურ და არაოფიციალურ თვითნაწილს შორის და მას უწოდებს დისემიას (Herzfeld, 2005. 2<sup>nd</sup> edition. გვ: 14). ამის გათვალისწინებით, ვვარაუდობ, რომ ქართველი გიდების ოფიციალური დისკურსი, რომელსაც იყენებენ უცხოელ სტუმრებთან და ის კულტურული ასპექტები, რომელსაც წარმოადგენენ როგორც საამაყოს, შესაძლოა არ იყოს გაზიარებული და მოწონებული გიდების, როგორც ქართული კულტურის წევრების მიერ.

## კვლევის პროცედურული ნაწილი

### *შერჩევა*

რადგან საკვლევი საკითხი საჭიროებს სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდების გამოყენებას, შერჩევა შესაბამისად არის მიზნობრივი.

ჩემი კვლევის სამიზნე ჯგუფს წარმოადგენენ გიდები, რომლებთანაც ჩავატარე ინტერვიუები რამდენიმე ტურისტულ ობიექტზე. რაც შეეხება ობიექტებს, მათი შერჩევა მოხდა ქართული და უცხოური ფორუმების მიხედვით. ანუ, შერჩევაში მოხდა ის ობიექტები, რომელთაც ყველაზე მეტი დამთვალიერებელი და სტუმარი ჰყავთ როგორც საზღვარგარეთიდან, ისე ქვეყნის ფარგლებს შიგნიდან. ასეთი ობიექტები აღმოჩნდა გელათი და სვეტიცხოველი. სიღრმისეული ინტერვიუ ჩატარდა 11 გიდთან, რომლებიც მიმაგრებული არიან ზემოხსენებულ ტურისტულ ობიექტებზე.

ვინაიდან კვლევის ფარგლებში ვიყენებ ჩართული დაკვირვების მეთოდს, იმ მიზნით, რომ გავიგო, როგორ ხდება ქვეყნის სასურველი კუთხით პრეზენტაცია სტუმრებისთვის, ამიტომ შერჩევაში მოხდა ის ტურებიც, რომლებსაც გიდები სტუმრებს სთავაზობენ სხვადასხვა ენებზე (ამ შემთხვევაში, ინგლისურ და რუსულ ენებზე, რომელთაც თავად ვფლობ). ჩართული დაკვირვება განვახორციელე ტურისტების 33 ჯგუფთან, დავაკვირდი თითოეული გიდის მიერ ჩატარებულ ტურებს ინგლისურ, რუსულ და ქართულ ენაზე.

### *მონაცემების მოპოვების მეთოდები*

როგორც აღვნიშნე, თემის სპეციფიკიდან გამომდინარე, კვლევა საჭიროებს თვისებრივი მეთოდების გამოყენებას.

პირველ ეტაპზე გამოყენებული იქნა ჩართული დაკვირვების მეთოდი, ანუ ვაკვირდებოდი, ვისმენდი და ვიწერდი კვლევისთვის წინასწარ შერჩეული იმ გიდების საუბარს, რომლებიც ტურისტებს სთავაზობენ სხვადასხვა ტურებით სარგებლობას, რათა შემდგომ მომეხდინა ჩაწერილი მასალის კონტენტ-ანალიზი და დისკურსის

ანალიზი და გამომეყო ის მახასიათებლები, რითიც ცდილობენ ქვეყნისთვის სასურველი იმიჯის შექმნას და პრეზენტაციას სტუმრებისთვის.

შემდეგ ეტაპზე შერჩევაში მოხვედრილ გიდებთან ჩავატარე სიღრმისეული ინტერვიუები წინასწარ შედგენილი კვლევის ინსტრუმენტის, სადისკუსიო გეგმის მეშვეობით. სიღრმისეული ინტერვიუების ჩატარებამ ჩართული დაკვირვების შემდგომ შესაძლებლობა მომცა, შემევესო დააკვირვების შედეგად მიღებული მონაცემები.

### ***მონაცემების ანალიზის და დამუშავების მეთოდი***

მას შემდეგ რაც შევქმენი ჩემს მიერ გიდებთან ჩაწერილი ინტერვიუების ტრანსკრიპტები, გამოვიყენე საკითხზე/პრობლემაზე ფოკუსირებული ზოგადი ანალიზი (Weiss. 1995).

პრობლემაზე/საკითხზე ფოკუსირებული ანალიზი გულისხმობს შემდეგ ანალიტიკურ პროცესებს: კოდირება, კატეგორიზაცია, ლოკალური ინტეგრაცია და ინკლუზიური ინტეგრაცია.

კოდირება: გულისხმობს რესპონდენტის მონათხრობის დაკავშირებას იმ ცნებებთან და კატეგორიებთან, რაც ანგარიშში იქნება წარმოდგენილი. კოდირება წარმოადგენს საფუძველს კატეგორიზაციისა და ინტეგრაციისთვის, თუმცა ამ უკანასკნელთა საფუძველზე შესაძლოა მონაცემების ხელახალი კოდირებაც.

კატეგორიზაცია: გულისხმობს კოდების ქვეშ შესაბამისი მონაცემების თავმოყრას ტრანსკრიპტებიდან.

ლოკალური ინტეგრაცია: ხდება მასალის ორგანიზება და ინტეგრირება ანგარიშის ცალკეულ სექციად. ლოკალური ინტეგრაციის ყველაზე მარტივი გზა არის ინტერვიუს ამონარიდების და მათი კოდების შეჯამება:

ინკლუზიური ინტეგრაცია: ერთ ისტორიად აერთიანებს იზოლირებულ საკითხებს. მისი მიზანია, ერთიანი სახე მისცეს კვლევის ანგარიშს, რომელშიც თემატური ბლოკები ლოგიკურად იქნება დაკავშირებული, და ზოგადი დასკვნები გამოიტანოს.

რაც შეეხება შინაარსობრივ ასპექტს, მიღებული მონაცემების დამუშავება და ანალიზი მოვახდინე კონტენტ-ანალიზის და დისკურსის ანალიზის მეთოდების გამოყენებით. დისკურსის ანალიზი გულისხმობს ტექსტობრივი მასალის სიღრმისეულ ანალიზს. ტექსტობრივ მასალას ჩემს შემთხვევაში წარმოადგენს გიდეების სიღრმისეული ინტერვიუები და დაკვირვების შედეგად შექმნილი ჩანაწერები.

### ***კვლევის მეცნიერული და პრაქტიკული მნიშვნელობა***

უკვე არსებული ლიტერატურის გაცნობის საფუძველზე შემიძლია ვთქვა, რომ ეროვნული სიამაყის და ტრადიციის გამოგონების ფენომენის შესწავლა ჩვენი ქვეყნის შემთხვევაში გიდეების მაგალითზე არის პირველი მცდელობა, ამ ჭრილში ქართული კულტურული მახასიათებლების შესწავლისთვის. რაც მომავალში შესაძლოა გარკვეულ პლატფორმად იქნას გამოყენებული იმავე შინაარსის სხვა კვლევებისთვის შედარების თვალსაზრისით.

რაც შეეხება პრაქტიკულ მნიშვნელობას, გიდეების მიერ კვლევის ანგარიშის გაცნობამ შესაძლოა მოახდინოს მათი მხრიდან დაშვებული შეცდომების თუ ხარვეზების გააზრება და მათ აღმოფხვრაზე მუშაობის დაწყება, ხოლო სახელმწიფომ გაიაზროს ტურების სწორად დაგეგმვის და განხორციელების მნიშვნელობა ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებისთვის.

### ***კვლევის შეზღუდვები***

ჩემი კვლევის შეზღუდვა უმეტესად იქიდან გამომდინარეობს, რომ არ მაქვს საკმარისი დრო და საშუალება, საქართველოს სხვადასხვა კუთხის სტრატეგიულ ტურისტულ ადგილებს დავაკვირდე და გიდეების დისკურსების რეგიონული სპეციფიკა ერთმანეთს შევადარო.

გარდა ამისა, არ მაქვს დრო და საშუალება დიდხანს დავრჩე ველზე და ინტენსიური დაკვირვება მოვახდინო, რაც ასევე გაზრდიდა ჩემს მიერ გაკეთებული დასკვნების ვალიდურობას.

## თავი 1. თეორიული ნაწილი

### 1.1 ძირითადი ცნებების განმარტება

მნიშვნელოვნად მიმაჩნია იმ ძირითადი ცნებების განმარტება, რომელთაც ვიყენებ ნაშრომის თეორიულ და ემპირიულ ნაწილში. გამოვიყენებ იმ განსაზღვრებებს, რომლებიც კულტურის კვლევების და ნაციონალიზმის თანამედროვე თეორიებშია დამკვიდრებული. ამ ცნებების განმარტება საჭიროდ მიმაჩნია კვლევის მიზნის მისაღწევად, რომელსაც ქართველი გიდების მიერ ქვეყნის პრეზენტაციის თავისებურებების შესწავლა წარმოადგენს. მიმაჩნია, რომ ძირითადი ცნებების განმარტებით უკეთ შევძლებ მიღებული ემპირიული მონაცემების კონკრეტულ თეორიულ კონტექსტში მოქცევას და ახსნას.

კულტურული იდენტობა - კულტურულ იდენტობას განსაზღვრავს ენა, რელიგია, ტერიტორია, ტრადიციები, ღირებულებები, ნორმები და სხვა მახასიათებლები, რომელთაგან ჩემი კვლევისთვის განსაკუთრებით საინტერესო და აღსანიშნია, საერთო ისტორია, რომელიც კულტურული იდენტობის უმნიშვნელოვანეს საფუძველს წარმოადგენს. ქეთრინ ვუდვორდის (Woodward. 1997. გვ. 1-2) მიხედვით, კულტურული იდენტობა გვისაზღვრავს, ვინ ვართ ჩვენ, რა კავშირი გვაქვს სხვებთან და რა ადგილი გვიჭირავს სამყაროში, რომელშიც ვცხოვრობთ. იდენტობა განაპირობებს ადამიანის ქცევას, იმას, თუ როგორ შეასრულებს იგი სხვადასხვა ცხოვრებისეულ „როლს“. ის განაპირობებს, რომელ კულტურას მიაკუთვნებს ინდივიდი თავს, რომელ კულტურაში არსებულ ფასეულობებს და ნორმებს გაიზიარებს.

ქართველი გიდები უცხოელ სტუმრებთან პრეზენტაციისას საუბრობენ კულტურული იდენტობის ზემოთ ჩამოთვლილ ყველა მახასიათებელზე: ქართულ ენაზე, რომელიც მრავალსაუკუნოვანი დამწერლობის მქონე უძველეს ენაზე; რელიგიაზე, როგორც ქართული იდენტობის განმსაზღვრელ უპირველეს მახასიათებელზე; ტერიტორიაზე, როგორც ევროპის და აზიის დამაკავშირებელ კარიბჭეზე; ქართულ ტრადიციებზე, რომელიც სიძველით და ორიგინალურით ხასითდება და ა.შ.

*ერე* - თანამედროვე წარმოდგენით, ერს ორი შემადგენელი მახასიათებელი აქვს: თავად ერის ცნება, იდეის კონსტრუქცია და ადამიანების ერთობლიობა, რომელიც საკუთარ თავს ამ ერის ნაწილად თვლის. ასევე, იგულისხმება, რომ ამ ერს მისი წევრები, როგორც წესი, დაბადებით უნდა ეკუთვნოდნენ. კიდევ უფრო რომ გავაღრმავოთ ერის მეორე ნიშანი, უნდა ვთქვათ, რომ ადამიანი, ვინც საკუთარ თავს რომელიმე ერს აკუთვნებს, ამავე დროს ერის საშუალებით საკუთარ თავს განსაზღვრავს, ანუ საკუთარი თავის იდენტიფიცირებას ახდენს კონკრეტულ იდეასთან და ისტორიასთან. ამავე დროს, საკუთარი თავის განსხვავებას, გამიჯვნას ახდენს იმ ადამიანებისგან, ვისი იდენტობაც სხვა იდეასთან და ისტორიასთანაა დაკავშირებული (თევზაძე, 2009. გვ: 49). ეს შესამჩნევია გიდების მიერ ქვეყნის პრეზენტაციის პროცესში. გიდები ქართულ იდენტობას საქართველოს ისტორიასთან მჭიდრო კავშირში განიხილავენ.

მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ ისიც, რომ ერი იმ ტიპის ერთობაა, სადაც წევრები ერთმანეთთან დაკავშირებული არიან საერთო მეხსიერებით. საქართველოს წარდგენისას გიდები სწორედ საერთო/კოლექტიურ მეხსიერებაზე ახდენენ ხაზგასმას და პრეზენტაციისას იყენებ ისეთ ფრაზებს როგორიცაა: „ჩვენ, ქართველებს გვახსოვს უამრავი შემოსევა და დაღვრილი სისხლი“, „ნებისმიერი ქართველი გეტყვით ვინ ააგო გელათი“ და ა.შ.

*კულტურული ნაციონალიზმი* - რადგან ჩემი კვლევისთვის განსაკუთრებით საინტერესო *ნაციონალიზმის კულტურული* გაგებაა, სწორედ მას განვმარტავ და არა ნაციონალიზმის ცნებას ზოგადად. კულტურული ნაციონალიზმის ცნება ეფუძნება რომანტიზებულ მოსაზრებას იმის შესახებ, რომ ერი, ეს არის უნიკალური ისტორიული და ორგანული მთლიანობა, რომელსაც აქვს საერთო „სული“. ის, როგორც წესი, დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს სახალხო რიტუალებს, ტრადიციებს და ლეგენდებს (Hutchinson, 2013). ერთ-ერთი გიდი სვეტიცხოველში უცხოელ სტუმრებთან პრეზენტაციისას აღნიშნავს რომ აქ საუკეთესოდ ჩანს მართლმადიდებლური საქართველოს „სული“. გიდების მიერ ქვეყნის წარდგენის პროცესში აქტიურად ხდება ქართული ტრადიციების და ლეგენდების წარდგენა, მაგალითად გიდები სტუმრებს უყვებიან ლეგენდებს თბილისის და სვეტიცხოვლის დაარსების შესახებ და ა.შ.

„ბანალური ნაციონალიზმი“: საინტერესოდ მიმაჩნია აქვე განვიხილო ბანალური ნაციონალიზმი, რომლის ფარგლებშიც ავტორი მაიკლ ბილიგი ეროვნულის პრეზენტაციის საკითხს ეხება (Billig. 1995). ბილიგი აღნიშნავს, რომ გამოხატული, „ცხელი“ ნაციონალიზმი არ არის დამახასიათებელი ყოველდღიური ცხოვრებისთვის, მისი შეგრძნება მძაფრდება ისეთ შემთხვევებში, როდესაც ერს გარედან საფრთხე ემუქრება, როდესაც ერის გარკვეულ თვისებებს აკრიტიკებენ და ა.შ. ამ დროს ის ემოციურად დატვირთულად გარდაიქმნება. ყოველდღიურ ცხოვრებაში კი ნაციონალიზმი არ არის გამოკვეთილი, ის არ არის შესამჩნევი, იმდენად, რომ ბანალური რჩება. ის საზოგადოების მხრიდან აღქმულია ჩვეულებრივად და არ წარმოადგენს რაიმე განსაკუთრებულს. რიგ შემთხვევებში, ის შესაძლოა გახდეს პოლიტიკურად დატვირთული და ემოციების მეშვეობით მართვადი.

ნაციონალიზმის საკითხთან მიმართებაში ხშირად თავს იჩენს წინააღმდეგობრივი მნიშვნელობები. კონკრეტული ერის წარმომადგენლების მიერ, „ერთობის“ შიგნით გამოვლენილი ნაციონალისტური მიდრეკილებების მიმართ არსებობს ლოიალური დამოკიდებულებები, ისინი არ აღიქმება უარყოფითად. მეტიც, ამგვარი ნაციონალისტური გამოვლინებები იმავე ერის წარმომადგენლების მხრიდან შეფასებულია, როგორც პატრიოტიზმი, შესაბამისად, წახალისებულია. ხოლო, მეორე მხრივ, სხვა „ერთობის“ მიერ გამოვლენილ მსგავს ტენდენციებს ეძლევა ნაციონალიზმის შეფასება უარყოფითი დატვირთვით. ანუ, ის რაც შენთვის არის პატრიოტიზმი, სხვისთვის შესაძლოა იყოს ნაციონალიზმი (Billig. 1995. გვ: 55).

ნაციონალური ნარტივი - ეს არის ისტორია ამა თუ იმ ერთობის წარსულის შესახებ, რომელიც გვიჩვენებს, როგორ წარმოიდგენს საზოგადოება საკუთარ თავს, აგრეთვე იმას, თუ როგორ იცვლებოდა მისი მდგომარეობა და გარესამყაროსთან მიმართება დროთა განმავლობაში.

ნაციონალური ისტორიული ნარტივი, ეს არის წარსულის ისტორიულად და კულტურულად განპირობებული ინტერპრეტაცია, რომელიც აყალიბებს ინდივიდის/ჯგუფის წევრის სტატუსს, როლს, უფლებებს, მოვალეობებს, მოსალოდნელ ქცევებს, ერთმანეთთან ურთიერთობის წესებს, ლეგიტიმაციას ანიჭებს სოციალურ

ორგანიზაციას, ყოველდღიურ პრაქტიკას და ცხოვრების წესს. ნაციონალური ნარატივი ყოველთვის გადაჯაჭვულია კონკრეტულ ეპოქასთან და იდეოლოგიურ ტენდენციებთან.

პროფესიული ისტორიული ნარატივი ნაციონალურ ეპოქაში და მასთან მჭიდრო კავშირში ჩამოყალიბდა. მიუხედავად იმისა, რომ მე-19 საუკუნის ბოლოს და მე-20 საუკუნეში სხვადასხვა ქვეყანაში ნაციონალური ისტორიოგრაფიის სხვადასხვა ტრადიცია შეიქმნა, მაინც შეიძლება საუბარი მათ საერთო მახასიათებლებზე: ყველა მათგანი და მათ შორის ქართულიც, მოიცავს უძველესი წარმოშობის, მემკვიდრეობითობის და უწყვეტობის, გმირული წარსულის, ოქროს საუკუნის, გაღებული მსხვერპლის, განსაკუთრებულობის/ღვთის რჩეულობის ეროვნული გმირების თავგანწირვის თემებს, რაც ქართველი გიდების ნარატივებში უწყვეტად იჩენს თავს.

ნაციონალური ნატარივები უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებენ ჯგუფის შეკავშირებაში, უზრუნველყოფენ მის კავშირს როგორც წარსულთან (ზოგჯერ წარმოსახვითთან), ასევე მომავალთან. ნაციონალური ნარატივების მთავარი ფუნქციაა ჯგუფური იდენტობის განცდის ჩამოყალიბება და განმტკიცება. სწორედ „ნაციის ნარატივმა“ - მოთხრობამ საერთო ბედით დაკავშირებული ინდივიდების დროში თანაცხოვრების შესახებ შესძინა ნაციონალურ იდენტობას განსაკუთრებული მნიშვნელობა სხვა ტიპის იდენტობებთან შედარებით (ჩიქოვანი, ჩხაიძე, წერეთელი, მაცაბერიძე, კაკიტელაშვილი. 2013. გვ: 15).

ქართველი გიდების დისკურსები მრავლად შეიცავს ეპოქის საჭიროებით შექმნილი ნაციონალური ნარატივის მახასიათებლებს: საუბარია ქართველების უძველეს წარმოშობაზე, გიდები ყვებიან ლეგენდებს გმირული წარსულის და ოქროს საუკუნის შესახებ და ა.შ. ნაციონალური ნარატივები ტრადიციის გამოგონების ცენტრალურ ელემენტად შეგვიძლია მივიჩნიოთ და ამ ჭრილში განვიხილავ კიდევ გიდების დისკურსებს.

იდენტობის შემქმნელი ტექსტი/იდენტობის ნარატივი - ამ ტიპის ტექსტად შეგვიძლია მივიჩნიოთ ნებისმიერი ნარატივი, რომელსაც მნიშვნელობა აქვს



კოლექტიური იდენტობის ჩამოყალიბებისთვის. ეს შესაძლოა იყოს ისტორიული თხზულებები, ისტორიული რომანები, პოლიტიკური თუ კულტურული მანიფესტები, ფილოსოფიური ტრაქტატები, ეროვნული კონსტიტუციები, რევოლუციური სიმღერები, მიუხედავად იმისა, საჯარო დანიშნულებით დაიწერება თუ არა (ჩიქოვანი, ჩხაიძე, წერეთელი, მაცაბერიძე, კაკიტელაშვილი. 2013. გვ: 16). მიმაჩნია, რომ ქართველი გიდების დისკურსები, რომელსაც ისინი ქვეყნის პრეზენტაციის პროცესში იყენებენ, წარმოადგენს ქართული იდენტობის შემქმნელ ტექსტს და გიდები ახდენენ მის გამეორებას თითოეული პრეზენტაციის დროს. მართალია, გიდების დისკურსები საჯარო დანიშნულებით არ არის შექმნილი, თუმცა ემსახურება ქართული იდენტობის წარდგენას სხვადასხვა კუთხით.

## 1.2 თეორიული ჩარჩო

### 1.2.1 წარსულის წარდგენა

როგორც უკვე აღვნიშნე, ჩემი კვლევის მიზანს წარმოადგენს ქართველი გიდების მიერ ქვეყნის წარდგენის თავისებურებების შესწავლა, წარდგენა კი ძირითადად მოიცავს ისტორიული ფაქტების, ტრადიციების და ზოგადად წარსულის შესახებ თხრობას. ერის წარსული თანამედროვე იდენტობის შექმნის მყარი საფუძველია. სწორედ ამიტომ, საჭიროდ მიმაჩნია განვიხილო ის თეორიულ წყაროები, რომლებიც წარსულის პრეზენტაციას ეხება. ერთ-ერთ ასეთ თეორიულ წყაროს წარმოადგენს „წარსულის წარდგენა“, რომელიც განიხილავს მეხსიერებას, ისტორიას და იდენტობას თანამედროვე ევროპაში (Tilmans, Winter & Vree. 2010).

ნაშრომში განვითარებული მსჯელობის მიხედვით, წარსულის წარდგენა კოლექტიური მეხსიერების ცენტრალურ ელემენტად შეგვიძლია მივიჩნიოთ. მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ შემდეგი: როდესაც საკითხი ეხება წარსულის აღწერას/პრეზენტირებას, ერთდროულად ადგილი აქვს ორ პროცესს, ერთი მხრივ, ობიექტური ფაქტების აღწერას და, მეორე მხრივ, მათ აღდგენას, რაც თავის თავში ისტორიის შევსებას გულისხმობს. ეს ნიშნავს იმას, რომ ისტორიის გახსენებისას ერთდროულად მიმდინარეობს ორი პროცესი, რეალურად მომხდარის გახსენება და ისტორიისთვის გარკვეული ფაქტების დამატება, ან სახეცვლილება, რასაც საფუძველად უდევს თანამედროვე საჭიროებები, მაგალითად, წარსულის სასურველად პრეზენტირების მოტივი. ანუ, გახსენება, ერთის მხრივ, აღწერს წარსულს და, იმავედროულად, ხდება თავდაპირველ ამბავზე დღევანდელიდან გამომდინარე სხვადასხვა ხერხით გარკვეული კვალის ასახვა, მაგალითად, გაზვიადებით, მიჩქმალვით და ა.შ. ეს კავშირშია, როგორც კულტურის საამაყო და სამარცხვინო ასპექტებთან (Herzfeld, 2005. 2<sup>nd</sup> edition), ასევე, ტრადიციის გამოგონებასთან (Hobsbawm, 1983).

ქვეყნის პრეზენტაცია გვერდს ვერ უვლის წარსულს. მკვლევარები გამოყოფენ წარსულის დამახსოვრებისა და მეხსიერების გადაცემის სხვადასხვა ფორმას. მაგალითად ბერკი საუბრობს რამდენიმე მედიუმზე/შუამავალზე, რომელთა

საშუალებითაც ხდება მეხსიერების გადაცემა. ესენია: 1. ზეპირი ტრადიცია, 2. ისტორიკოსის შემოქმედება, 3. გამოსახულებითი და ფოტოგრაფიული ხატები, 4. მოქმედებები და რიტუალები, რომელთა მეშვეობითა ხდება წარსულის კვლავწარმოება, 5. სივრცე, სადაც ლოკალიზდება მეხსიერების „ხატები“ (Burke. 1980. გვ:100-101). გიდი საქმიანობის პროცესში მეხსიერების გადაცემის ყველა ჩამოთვლილ ფორმას ემყარება. პრეზენტაციისას ის იყენებს როგორც ზეპირ ტრადიციას, ასევე ეყრდნობა ისტორიკოსების მიერ განვითარებულ მსჯელობათა რიგს, იყენებს გამოსახულებით და ფოტოგრაფიულ ხატებს (ფრესკები, ტაძრები, არქეოლოგიური ნიმუშები და ა.შ), სხვადასხვა სივრცეში სტუმრებს უყვება რიტუალების შესახებ და უხნის მათ სიმბოლურ დატვირთვას. კვლევის ემპირიულ მონაცემებზე დაყრდნობით შესაძლოა ითქვას შემდეგი: სივრცეში, გარდა იმისა, რომ ხდება მეხსიერების ხატების ლოკალიზება, ის განაპირობებს კიდევ ქვეყნის წარდგენის ეროვნულ ასპექტებს.

წარსულის წარდგენის შესახებ საუბრისას, მნიშვნელოვანია განვიხილოთ კულტურული მეხსიერება. ტილმანსი (2010) აღნიშნავს, რომ კულტურა, ინფორმაციის გრძელვადიანად შესანახად, როგორც წესი, ეყრდნობა წერილობით სისტემებს, მაგრამ ამ ინფორმაციებს შორის არსებობს სხვაობა. ერთი მხრივ, არსებობს ინფორმაცია, რომლის გახსენებაც ხდება კულტურის წევრების მხრიდან კოლექტიურად და განსაკუთრებული სიამაყით, ხოლო, მეორე მხრივ, არსებობს ინფორმაცია, რომელსაც ივიწყებენ, გამორიცხავენ, უკუაგებენ და უარყოფენ წინასწარგანზრახულად. მიჩნეულია, რომ პირველი ტიპის ინფორმაცია, რომელიც „ღირსეულია“ და მნიშვნელოვანია, უნდა იყოს დაცული მატერიალური ფორმით (მაგ: წერილობით, ისტორიული ძეგლის და ა.შ სახით), ხოლო მეორე ტიპის ინფორმაციის შემთხვევაში, მისი მიჩქმალვა და ნაკლებად ხაზგასმა ხდება. ეს ასევე პირდაპირ კავშირშია მაიკლ ჰერცფელდის (2005) მიერ შემოტანილ ცნებასთან - „კულტურულ ინტიმურობასთან“, კერძოდ, მის საამაყო და სამარცხვინო ასპექტებთან, რაზეც დაწვრილებით ქვემოთ ვისაუბრებ. მანამდე კი უნდა აღინიშნოს, რომ კულტურულ მეხსიერებას პოტენციალი აქვს, მუდმივად ახდენდეს ტრანსფორმაციას, რეკონფიგურაციას, ინოვაციას, რის შედეგადაც ვიღებთ ტრადიციის გამოგონებას (Hobsbawm. 1983)

### 1.2.2. ტრადიციის გამოგონების თეორიული კონსტრუქტი

ტრადიციის გამოგონების, ანუ ძველი ტრადიციების აწმყოში არსებული სოციალური ცვლილებების შესაბამისად ინტერპრეტირების, ახლებურად გადაწყობის და შექმნის საკითხს ერიკ ჰობსბაუმი ანალიზებს თავის ნაშრომში „ტრადიციის გამოგონება.“ ჰობსბაუმის მიხედვით, არსებობს ტრადიციები, რომლებიც, ერთი შეხედვით, თითქოს ძველია და ხანგრძლივი ისტორია აქვს, მაგრამ სინამდვილეში ასე არ არის, ისინი საკმაოდ ახალია და, ხშირ შემთხვევაში, გამოგონილიც კი.

XIX საუკუნის ბოლო ნაციონალური ტრადიციების ძიების, ანუ, როგორც ე. ჰობსბაუმი უწოდებდა, „ტრადიციათა გამოგონების“ საუკუნე იყო. ამ დროს აიგო ნაციონალური მონუმენტები, შეიქმნა ნაციონალური დღესასწაულები (მაგალითად, ბასტილიის აღების დღე). ნაციონალურმა ისტორიებმა მთავარი ადგილი დაიკავეს სასკოლო პროგრამებში. ყოველივე ამის მიზანი ერი-სახელმწიფოს ლეგიტიმაცია იყო.

ტერმინი „ტრადიციის გამოგონება“ ფართოდ გამოიყენება, თუმცა, საკმაოდ ორაზროვანია. მისი ორაზროვნება შემდეგში მდგომარეობს, ტერმინი, ერთი მხრივ, გულისხმობს ტრადიციას, როგორც ნამდვილად არსებულს, ფორმალურად დაწესებულს, ხოლო, მეორე მხრივ, კონსტრუირებულს დროის მოკლე პერიოდში. ამ უკანასკნელისთვის თვალყურის დევნება შესაძლებელია, ანუ ჩვენს თვალწინ იქმნება მოკლე დროში და მათი შექმნა განპირობებულია გარკვეული საჭიროებებით (Hobsbawm. 1983. გვ: 1). ქართული რელობიდან პირველის საუკეთესო მაგალითია საშობაო ალილო, რომელსაც მრავალსაუკუნოვანი ტრადიცია აქვს, ხოლო მეორის მაგალითს შობის ღამეს ფანჯარაში სანთლის ანთების ტრადიცია წარმოადგენს, რომელმაც მოქმედი პატრიარქის ინიციატივით ბოლო ათწლეულში დაიწყო დამკვიდრება, მასვე ეკუთვნის ოჯახის სიწმინდის დღედ 17 მაისის დაწესება, რომელიც ჰომოფობიის წინააღმდეგ ბრძოლის დღეს ემთხვევა.

ავტორის თანახმად, ტრადიციის გამოგონების მიზანია, საზოგადოებაში გარკვეული ღირებულებები და ნორმები შემოიტანოს. ამ მიზნის მისაღწევად კი მათი გამეორება ხდება საჭირო. შესაძლებელია, გამოგონილმა ტრადიციებმა საერთაშორისო დონეზე ადგილის დასაკავებლად ქვეყანას მყარი საფუძველიც კი შეუქმნას. ეს საკითხი

პირდაპირ კავშირშია ქართველი გიდების მიერ ქვეყნის პრეზენტაციის საკითხთან გიდები ცდილობენ გამოგონილი თუ ნამდვილად არსებული ტრადიციების გამეორებით მოახდინონ შთაბეჭდილება უცხოელ სტუმრებზე და შესაძლოა გაუცნობიერებლად, თუმცა მაინც ქმნიან გარკვეულ საფუძველს ქვეყნისთვის საერთაშორისო დონეზე კონკრეტული ადგილის დასაკავებლად.

ტრადიციის გამოგონება მიზნად ისახავს წარსულის უწყვეტობის უზრუნველყოფას (თეორიას წარსულის უწყვეტობის და მისი ბუნების შესახებ განვიხილავ ქვემოთ) და კონკრეტული ნორმებისა და ღირებულებების დამკვიდრებას თავისი რიტუალისტური თუ სიმბოლური ბუნების გამო. ტრადიციის გამოგონების არსს წარსულზე მითითება ან წარსულის შექმნა წარმოადგენს. ჰობსბაუმის მიხედვით, სწორედ ამ პროცესის მეშვეობით ხდება ცვლილებების ჰარმონიზაცია ტრადიციის უცვლელ ნაწილებთან მიმართებაში (Hobsbawm. 1983. გვ: 4).

ტრადიციის გამოგონება განსაკუთრებით ხშირია საზოგადოების სწრაფი ტრანსფორმაციის პროცესში. ეს თანაბრად შეიძლება იყოს დამახასიათებელი როგორც ტრადიციული, ასევე მოდერნული საზოგადოებებისთვის. როგორც წესი, სახელმწიფო და ეკლესია ტრადიციის გამოგონების პროცესში თანამშრომლობს, რათა მოახდინონ რელიგიური და პატრიოტული ელემენტების შერწყმა, რაც ეროვნული იდენტობის კიდევ ერთხელ ხაზგასმის კარგი საშუალებაა (Hobsbawm. 1983. გვ: 6-7). შესაძლოა ვთქვათ, რომ საქართველო ტრადიციის გამოგონების ამ ასპექტის ერთ-ერთი საუკეთესო მაგალითია.

ტრადიციის გამოგონებას ადგილი აქვს იმ შემთხვევაში, როდესაც ძველი ნორმები, ღირებულებები და გზები შეგნებულად უკუგდებულა, უარყოფილია, ან მაშინ, როდესაც ეს გზები არ არის ადაპტირებული იმ სოციალურ ცვლილებებთან, რომლებიც გარემოში ხდება. ტრადიციის გამოგონების აუცილებლობა არ დგება მაშინ, როდესაც არსებობს ძველი ტრადიციები, მაგრამ ისინი ახდენენ ადაპტირებას ახალ პირობებთან (Hobsbawm. 1983. გვ: 8).

ტრადიციის გამოგონების ყველაზე მნიშვნელოვანი ასპექტი არის ეროვნულის წარმოდგენა, პერფორმანსი. მაგალითად, დროშა, ჰიმნი და გერბი არის ის სამი

სიმბოლო ეროვნული იდენტობისა, რომელიც ახდენს ერის კულტურის და წარმომავლობის წარმოდგენას. ეს ნიშნავს, რომ ამ სამი სიმბოლოს მეშვეობით ერი ახდენს იმ იდენტობის ხაზგასმას, გამოხატვას, რითიც სურს, რომ იცნობდნენ (Hobsbawm. 1983. გვ:11). მიმაჩნია, რომ გიდების დისკურსები იდენტობის გამომხატველი ერთ-ერთი საშუალებაა. ქართველი გიდები პრეზენტაციის პროცესში წარადგენენ სწორედ იმ ეროვნულ მახასიათებლებს, რაც მათი აზრით ქართულ იდენტობაზე, ქართველობაზე მიუთითებს და რითიც სურთ, რომ იცნობდნენ მათ ქვეყანას საერთაშორისო ასპარაზზე.

### 1.2.3 კულტურული ინტიმურობის თეორიული კონსტრუქტი

ტრადიციის გამოგონება ემყარება კულტურის იმ ასპექტებს, რომელიც საამაყოდ მიიჩნევა, გამოგონებული ტრადიცია უგულებელყოფს კულტურის სამარცხვინო ასპექტებს. კულტურის საამაყო და სამარცხვინო ასპექტებს მაიკლ ჰერფელდი განიხილავს კულტურულ ინტიმურობასთან კავშირში (Herzfeld. 2005. 2<sup>nd</sup> edition). ეს ასპექტები პირდაპირ ეხება ჩემს საკვლევ თემას - კვლევის პროცესში გიდების მიერ ისტორიის თუ კულტურის მახასიათებლების წარდგენისას, ადგილი აქვს მიჩქმალვის და გაზვიადების პრაქტიკებს, ანუ ის, რაც საამაყოდ მიაჩნიათ, გაზვიადებული და ხაზგასმულია, ხოლო იმაზე, რაც ნაკლებად საამაყოდაა აღქმული, თითქმის არ საუბრობენ. ამის შესახებ დაწვრილებით კვლევის ემპირიულ ნაწილში ვისაუბრებ.

ჰერცფელდის თანახმად, კულტურული ინტიმურობა არის კულტურული იდენტობის იმ ასპექტების აღიარება, რომლებიც წარმოადგენს გარეგანი უხერხულობის წყაროს ერის წარმომადგენლებისთვის, მაგრამ ეს ფაქტი მაინც უზრუნველყოფს ეთნიკური გაერთიანების წევრების რწმენას მათი ერთიან საზოგადოებად არსებობის შესახებ (Herzfeld. 2005. 2<sup>nd</sup> edition. გვ:3). სხვაგვარად რომ ვთქვათ, ჰერცფელდმა კულტურული ინტიმურობა განმარტა, როგორც კულტურის იმ ასპექტების აღიარება, რომლებიც უზრუნველყოფენ ამ კულტურის წარმომადგენლებში საერთო იდენტობის განცდას და, ამავე დროს, ეს არის კულტურის ის მახასიათებლები, რომლებიც ერთ შემთხვევაში არის პატივისცემის ობიექტი, ხოლო მეორე შემთხვევაში ისინი

განხილულია, როგორც სამარცხვინო. ეს შეიძლება იყოს ნებისმიერი მახასიათებელი, ტრადიცია, ფენომენი, რომელიც ინდივიდში ერთდროულად იწვევს სიამაყისა და სირცხვილის განცდას.

უხერხულობა და თვითგამორკვევა ის საკვანძო მარკერებია, რომელსაც კულტურული ინტიმურობა შეეხება. ისინი არ არის მხოლოდ ცალკეული პიროვნებების მიერ განცდილი გრძნობები, ისინი აღწერს ინტიმურობის კოლექტიურ რეპრეზენტაციებს (Herzfeld. 2005. 2<sup>nd</sup> edition. გვ:6). ჩემი კვლევის შემთხვევაში უხერხულობა და თვითგამორკვევა უკავშირდება გიდების დისკურსებს, მაგალითად, ქართული სუფრის ტრადიციის შესახებ. ვიზიტორთან წარდგენისას ქართულ სუფრაზე საუბრობენ, როგორც ქართული კულტურის უნიკალურ ფენომენზე, ხოლო სიღრმისეულ ინტერვიუებში ამ ტრადიციის ნაკლოვანებებზე საუბრობენ.

მაიკლ ჰერცფელდს კულტურული ინტიმურობის ცნების განხილვისას შემოაქვს კიდევ ერთი ტერმინი - დისემია. დისემია არის ფორმალური ან კოდირებული დამაბულობა/უხერხულობა ოფიციალურ თვითპრეზენტაციას და კოლექტივის კონფიდენციალურ თვითრეფლექსიას შორის (Herzfeld. 2005. 2<sup>nd</sup> edition. გვ: 14). ამრიგად, ჰერცფელდი ერთმანეთისგან განასხვავებს ოფიციალურ თვითრეფლექსიას/ეროვნულ პერფორმანსს და არაოფიციალურ თვითრეფლექსიას. იგულისხმება, რომ ოფიციალური თვითპრეზენტაციის დროს ინდივიდი ყოველთვის ცდილობს, ეროვნული ტრადიციები, თვისებები საუკეთესო მხრიდან წარმოაჩინოს და დამალოს ის, რაც მასში უხერხულობის და სირცხვილის გრძნობას იწვევს. სიღრმისეული ინტერვიუების პროცესში თავად გიდები აღნიშნავენ, რომ ქართული ტრადიციების წარდგენისას ცდილობენ ისინი დადებითი კუთხით წარმოაჩინონ და დამალონ იმავე ტრადიციის ნაკლოვანი მხარეები.

#### **1.2.4 წარსულთან კავშირის შენარჩუნების გზები**

დადებითი შთაბეჭდილების მოხდენას და მის გაძლიერებას ქართველი გიდები სხვადასხვა ხერხით ცდილობენ. ეს ხერხები ამავედროულად ემსახურება აწმყოსა და წარსულს შორის „ხიდის გადების“ და კავშირის გაბმის მცდელობას, მნიშვნელოვანია,

რომ კავშირი მყარ და ხელშესახებ რეალობაზე იყოს დაფუძნებული (Zerubavel. 2004), რადგან, როგორც უკვე აღვნიშნე, წარსული თანამედროვე იდენტობის განუყოფელ ნაწილად და საფუძვლად მიიჩნევა. ზერუბაველის მიერ გამოყოფილი აწმყოს და წარსულის დაკავშირების ხერხებიდან ვისაუბრებ მხოლოდ იმათზე, რომლებიც ჩემს საკვლევ საკითხთანაა კავშირში:

- **„იგივე“ ადგილი.** ადგილის უცვლელობა მნიშვნელოვანი საფუძველია იგივეობის განცდის შესაქმნელად. სოციალური თუ პოლიტიკური ცვლილებების პირობებში, ჩვენი ფიზიკური გარემო შედარებით უცვლელი რჩება. ეს ხელს უწყობს იმ ილუზიის შექმნას, რომ, ძირითადად, არაფერი შეცვლილა. ადგილის „შენახვა“ ხდება, მაგალითად, ისტორიულ შენობებში. ადგილის უცვლელობის შეგრძნება საშუალებას გვაძლევს, ვირტუალურად „დავინახოთ“ ხალხი, რომელიც ოდესღაც აქ ცხოვრობდა. საკუთარ წარსულთან კავშირის გამყარებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ სხვადასხვა დანიშნულების ისტორიული ძეგლები და ნანგრევები (Zerubavel. 2004. გვ:40). ქართველი გიდები ადგილის იგივეობის ხაზგასმის და შთაბეჭდილების გაძლიერების მიზნით, პრეზენტაციისას იყენებენ ისეთ ფრაზებს, როგორიცაა: „სწორედ აქ, ამ ადგილას...“, „იქ, სადაც ახლა ჩვენ ვდგავართ...“ და ა.შ.
- **„იგივე“ დრო.** ისტორიული ფაქტების „გაცოცხლება“, წარსულთან პერიოდული „შერწყმა“ ხდება დღესასწაულების დროს. ეს კალენდრის ერთ-ერთი მთავარი ფუნქციაა, იგი გვეხმარება საერთო წარსულისკენ მიბრუნებაში. დღესასწაულებთან ისტორიული მოვლენების სინქრონიზაციის გზით ჩვენ ვცდილობთ „ახლა“-სა და „მაშინ“-ს შორის სიმბოლური კავშირის გაბმას (Zerubavel. 2004. გვ:46). ამის კონკრეტულ მაგალითს უშუალოდ კვლევის პროცესში შევესწარი, 12 მაისს საქართველოში აღინიშნება ანდრია პირველწოდებულის ხსენების დღე, გიდები უცხოელ სტუმრებს მცხეთაში ხალხმრავლობის მიზეზს განუმარტავდნენ, უყვებოდნენ ამ ისტორიას და აღნიშნავდნენ, რომ პირველ საუკუნეში ქრისტეს მოწაფემ ანდრია პირველწოდებულმა, აქ



იქადაგა ქრისტიანობა, რამაც ქართული მართლმადიდებლური ეკლესიის ავტოკეფალიის საფუძველი შექმნა. გიდეზის თქმით, ქართველებისთვის ღირებულია ის ფაქტი, რომ ქრისტეს უშუალო მოწაფემ მათ ქრისტიანობა უქადაგა და ქართველები ამას ყოველ წელს სიხარულით აღნიშნავენ.

- **ისტორიული ანალოგია.** წარსულს ვხედავთ, როგორც აწმყოს მსგავს რეალობას. მათ ერთმანეთთან ანალოგიებით ვაკავშირებთ. ერთმანეთს ვადარებთ, მაგალითად, დიდ კატაკლიზმებს, ტრაგედიებს თუ რეფორმებს. ამ კუთხით მეხსიერების მობილიზაცია მიზნად ისახავს წარსულის შეცდომათა გამეორების თავიდან აცილებას (Zerubavel. 2004. გვ: 48). ჩართულმა დაკვირვებამ აჩვენა შემდეგი რამ: საეკლესიო ნაგებობების წარდგენისას, ქართველი გიდეზი ახდენენ იმის ხაზგასმას, რომ საქართველოს ოდითგანვე ერთდროულად რამდენიმე მტერთან უხდებოდა ბრძოლა და ასე გრძელდება დღემდე, ეს მიზნად ისახავს მსხვერპლის როლის მორგებას, რაც თავის მხრივ ასევე შთაბეჭდილების გაძლიერებას უწყობს ხელს.
- **ისტორია და პრეისტორია.** „ახალი ერის დასაწყისი“ ხშირად გულისხმობს წინამორბედ პერიოდთან კავშირის სრულ გაწყვეტას იმისათვის, რომ არსებობდეს ისტორიული წყვეტილობის შეგრძნება, აუცილებელია მენტალური „ხიდების“ მოსპობა. ეს არის გარკვეული ერთობის „ისტორიული ქრონომეტრის“ ნულზე დაყენება, ისტორიის ნულიდან დაწყება. ისტორიული დასაწყისის გაგება ამნეზიასაც გულისხმობს - შეგნებულად ხდება რაღაც ფაქტების დავიწყება, ან მათი მნიშვნელობის დაკნინება (Zerubavel. 2004. გვ: 49-50). ჩემი კვლევის ფარგლებში ამის მაგალითს წარმოადგენს წარმართობის პერიოდის უგულებელყოფა, ის, რაც უკავშირდება ქრისტიანობამდელ ეპოქას მხოლოდ მუზეუმის გიდეზის დისკურსებშია გამოხატული, რადგან გვერდს ვერ აუვლიან არქეოლოგიური ნიმუშების შექმნის თარიღიდან გამომდინარე, თუმცა კონკრეტულ ისტორიულ ობიექტებზე მომუშავე და თავისუფალი გიდეზის

მიერ არსადაა ნახსენები ის, რაც ქრისტიანობამდელ პერიოდს, წარმართობის ხანას უკავშირდება.

- **საწყისებთან. სიძველე.** წარმოშობა, დასაბამი (founding moment) იდენტობის ერთ-ერთი საფუძველია. ის, თუ სად ახდენენ ერთობები საკუთარი წარმოშობის ლოკალიზებას, მიუთითებს მათ თვითაღქმაზე. ისტორიული სიძველე, ისტორიული ფესვების რაც შეიძლება შორეულ წარსულში გადატანა ხელს უწყობს ჩვენი იდენტობის ლეგიტიმურობის გამყარებას. რაც უფრო ვულრმავდებით წარსულს, მით უფრო მეტი „წინაპრის“ არჩევის საშუალება გვეძლევა (Zerubavel. 2004. გვ: 52). ხშირად სიძველე უპირატესობის მნიშვნელობით იხმარება, გამონაკლისს არც ქართველი გიდების დისკურსები წარაადგენს. ისინი უცხოელ სტუმრებთან პრეზენტაციის პროცესში სიამაყით აღნიშნავენ ქართველი ერის უძველესი წარმომავლობის შესახებ. დისკურსებიდან ჩანს, რომ ამას ერის უპირატესობად მიიჩნევენ და წინ დგანან იმათზე, ვისაც ხანგრძლივი საერთო/გაზიარებული ისტორია არ გააჩნიათ.

თეორიული ნაწილის შეჯამების მიზნით ვიტყვი, რომ ემპირიული მონაცემების ახსნაში დამეხმარა როგორც ტრადიციის გამოგონების და კულტურული ინტიმურობის თეორიული კონსტრუქტები, ასევე ის თეორიული მასალები, რომლებიც ეხება წარსულის წარგენას და წარსულთან კავშირის შენარჩუნების ხერხებს. ვრცლად ამ თეორიებთან შესაბამისობაში მყოფ კონკრეტულ მაგალითებზე ვისაუბრებ ნაშრომის ემპირიულ ნაწილში.

## თავი 2. ემპირიული ნაწილი

როგორც ნაშრომის შესავალ ნაწილში აღვნიშნე, ჩემი კვლევის ინტერესს გიდების მიერ ქართველობის პერფორმანსი, ანუ უცხოელი სტუმრებისთვის საქართველოს პრეზენტაციის თავისებურებების შესწავლა წარმოადგენს.

საველე სამუშაოები მიმდინარეობდა 2017 წლის აპრილსა და მაისში. კვლევის სპეციფიკიდან გამომდინარე, მონაცემების საფუძვლიანად შესასწავლად გამოვიყენე სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები შემდეგი თანმიმდევრობით: ჩართული დაკვირვება და სიღრმისეული ინტერვიუ. კვლევის პირველ ეტაპზე განვახორციელე ჩართული დაკვირვება, რამაც შესაძლებლობა მომცა გამომეკვლინა კვლევისთვის საინტერესო ცალკეული დისკურსები. სიღრმისეული ინტერვიუების ჩატარება კი დამეხმარა თვითონ გიდებისგან მიმეღო პასუხი, რა მიაჩნით კონკრეტული დისკურსის მიზნად და რა დატვირთვის სძენენ პრეზენტაციის კონკრეტულ ეპიზოდებს.

ჩართული დაკვირვება განვახორციელე გიდებთან შემდეგ ლოკაციებზე: სიმონ ჯანაშიას სახელობის საქართველოს ეროვნული მუზეუმი, სვეტიცხოველი და გელათი. შემდეგ კი ამავე გიდებთან ჩავატარე სიღრმისეული ინტერვიუები. თითოეულ ტურისტულ ობიექტზე სიღრმისეული ინტერვიუ ჩავატარე 3 გიდთან და დავაკვირდი თითოეული მათგანის მიერ გაკეთებულ ინგლისურ, რუსულ და ქართულენოვან პრეზენტაციებს. ამასთანავე, ჩართული დაკვირვება და სიღრმისეული ინტერვიუ განვახორციელე თბილისში, ერთ-ერთი ტურისტული სააგენტოს 2 გიდთან, რომლებიც არ არიან მიმაგრებული რომელიმე კონკრეტულ ტურისტულ ლოკაციაზე. ძირითადად, ისინი მომსახურებას უწევენ უცხოელ სტუმრებს, ატარებენ ტურებს თბილისში და მის გარეთ არსებულ ტურისტულ ობიექტებზე მთელი ქვეყნის მასშტაბით.

მართალია, ჩემი კვლევის თავდაპირველ მიზანს ტურიზმის სფეროში არსებული ვითარების ასახვა არ წარმოადგენს, თუმცა კვლევისას გამოიკვეთა გარკვეული საკითხები, რომლებიც, ვფიქრობ, აღნიშვნას იმსახურებს, რადგან პირდაპირ ახდენს გავლენას ჩვენი ქვეყნის პრეზენტაციის თავისებურებებზე.

სიღრმისეული ინტერვიუების პროცესში გიდები აქტიურად საუბრობენ მათი პროფესიის რეგულირებასთან დაკავშირებულ ხარვეზებზე. რესპონდენტების თქმით, ამ სფეროში არ არსებობს რეგულაციები და სტანდარტები, ნებისმიერ ადამიანს, რომელსაც რომელიმე უცხო ენაზე შეუძლია საუბარი, თვლის, რომ აქვს შესაძლებლობა გახდეს გიდი, ყოველგვარი პროფესიული პრაქტიკის, კვალიფიკაციის და სერთიფიკატის გარეშე. გიდები ამბობენ, რომ მათმა კოლეგებმა, ხშირ შემთხვევებში, უცხო ენაც კი არ იციან საფუძვლიანად. ამის მაგალითს მეც შევესწარი სვეტიცხოველში, როდესაც ჩართული დაკვირვების დროს, გიდი, რომელიც ინგლისურენოვან სტუმრებს ინგლისურად უხსნიდა სვეტიცხოვლის ისტორიას, ენის არცოდნის გამო ცდილობდა რუსულად გაერკვია, იყო თუ არა ერთ-ერთი ტურისტი იმ ჯგუფის წევრი, რომელსაც გიდობას უწევდა. ერთი შეხედვითაც ჩანდა, რომ მას საპრეზენტაციო ტექსტი დაზეპირებული ჰქონდა და ასე ცდილობდა ვიზიტორებისთვის მომსახურების გაწევას.

როგორც რესპონდენტებმა აღნიშნეს, არ არსებობს კონკრეტული კანონმდებლობა და ტურისტული ბაზარი ამ მიმართულებით დაურეგულირებელია. გიდების თქმით, მათი კოლეგების გარკვეულ ნაწილს არ აქვს შესაფერისი ფაქტობრივი ცოდნაც კი, რომ არაფერი ვთქვათ საჭირო უნარებზე:

*„ჩემი ყურით მოვისმინე, როგორ ეუბნებოდა გიდი უცხოელი სტუმრების ჯგუფს ქართლის დედაზე, ეს თამარ მეფის ძეგლიაო. რასაც უნდათ, იმას ეუბნებიან ტურისტებს და შედეგად რას ვიღებთ, ტურისტს, რომელმაც ვერაფერი შეიტყო საქართველოს დიდებული ისტორიის შესახებ, ან რაც გაიგონა, ისიც არასწორად“ (ლ.ს. 62 წლის, გიდი).*

*„როგორი უნიკალური დამწერლობა გვაქვს და ერთი ტურისტი მეუბნება, საქართველოში მითხრეს, რომ ქართული ანბანი სომეხმა ისტორიკოსმა მესროპ მაშტოცმა შექმნაო. გეკითხებით, რატომ უნდა უთხრას ეს ქართველმა გიდმა ტურისტს?!“ (მ.ხ. 56 წლის, გიდი).*

ის რესპონდენტები, რომლებიც ამ საკითხების შესახებ საუბრობენ, აღნიშნავენ რომ მსგავსი შემთხვევები საკმაოდ ხშირია, ამის მიზეზად კი არასაკმარის ცოდნას და მხოლოდ შემოსავლის მიღების სურვილს ასახელებენ. მათივე თქმით, ამგვარი

შემთხვევები აკნინებს საქართველოს კულტურასა და ისტორიას, უარყოფითად მოქმედებს ქვეყნის იმიჯზე.

რესპონდენტებთან ამ საუბრის შემდეგ დავინტერესდი, თუ არსებობს გიდის კვალიფიკაციის ამაღლებაზე ორიენტირებული დაწესებულებები, ან სად ხდება გიდის პროფესიის დაუფლება. როგორც აღმოჩნდა, გიდის პროფესიის შესწავლა საქართველოს რამდენიმე პროფესიულ სასწავლებელშია შესაძლებელი. სხვა კერძო და სახელმწიფო უნივერსიტეტებში არსებული ტურიზმის ფაკულტეტზე და მიმართულებებზე, გიდის პროფესიის სპეციფიკის და თავისებურებების სწავლება არ ხდება. რაც შეეხება ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს აქტივობებს ამ მიმართულებით, ისინი მხოლოდ დროის მოკლე პერიოდზე გათვლილ პროგრამებზე არიან ორიენტირებულები (მაგალითად, მობილური გიდის პროგრამა). უნდა აღინიშნოს, რომ აჭარაში არსებობდა გიდების გადამზადების პროგრამა, თუმცა მის ეფექტურობასა და შედეგიანობაზე ინფორმაცია არ მოიპოვება.

მნიშვნელოვანია საქართველოს გიდების ასოციაციის როლი ამ სფეროში. იგი 2010 წელს დაარსდა და თანამშრომლობს სერთიფიცირებულ გიდებთან, რომლებიც მუშაობენ მთელი საქართველოს მასშტაბით. ასოციაციის დამფუძნებლების თქმით, რომელთაც ჩემი კვლევის ფარგლებში ვესაუბრე, ორგანიზაცია უზრუნველყოფს გიდების პროფესიულ განვითარებას, ინფორმაციის გაცვლას და ტრენინგის გზით ცოდნის ამაღლებას. ასოციაციის წევრებს საშუალება აქვთ, მუდმივი კავშირი ჰქონდეთ ტურისტულ ინდუსტრიასთან. ასოციაცია თანამშრომლობს საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან და სხვა საერთაშორისო პარტნიორებთან, რითიც, მათი თქმით, აძლიერებენ და წინ სწევენ ტურისტული გიდის პროფესიას ქვეყანაში. როგორც ასოციაციაში აღნიშნავენ, ისინი მუდმივად ზრუნავენ მათი წევრი გიდების კვალიფიკაციის ამაღლებაზე, სერთიფიცირებაზე და მუდმივად ახორციელებენ გარკვეულ აქტივობებს ამ მიმართულებით. თუმცა, ასეთი კვალიფიციური გიდების რაოდენობა ტურისტულ ბაზარზე ძალიან მცირე და არასაკმარისია.

## 2.1 ჩართული დაკვირვება - გიდების პრეზენტაციის თავისებურებები

მნიშვნელოვნად მიმაჩნია აღვნიშნო შემდეგი: ვინაიდან კვლევის ჩატარება მომიწია ტურისტული სეზონის განსაკუთრებულად დატვირთულ მონაკვეთში, გიდები ცდილობდნენ, შედარებით დროულად დაემთავრებინათ ექსკურსია თითოეულ ჯგუფთან, რათა მომსახურებოდნენ დამთვალიერებლების და ტურისტების შემდეგ ნაკადს. შესაბამისად, როგორც შემდეგ თავად აღნიშნეს ინტერვიუებში, მათი თხრობა არ იყო იმდენად ვრცელი და სიღრმისეული, როგორც ჩვეულებრივ. ეს არ ეხება იმ გიდებს, რომლებიც ტურისტულ ორგანიზაციაში მუშაობენ, ვინაიდან მათი მომსახურებით სარგებლობა ჯგუფს შეუძლია სასურველი დღიური ხანგრძლივობით, შესაბამისად, ამ შემთხვევაში, დროის სიმცირესთან დაკავშირებით პრობლემები არ არსებობს.

საწყის ეტაპზე, დაკვირვების მეთოდი დამეხმარა იმ მნიშვნელოვანი და ჩემი კვლევისთვის საინტერესო საკითხების განსაზღვრაში, რომლებზეც სიღრმისეული ინტერვიუების პროცესში განსაკუთრებით გავამახვილე ყურადღება. ჩართული დაკვირვების პროცესში აღმოჩნდა, რომ გიდები სხვადასხვა ობიექტზე, ქართველობის პერფორმანსს სხვადასხვა კუთხით ახორციელებენ:

მუზეუმში მომუშავე გიდების შემთხვევაში, ყურადღება გამახვილებულია ანტიკური ხანის პერიოდზე, კერძოდ, გიდები თანამედროვე საქართველოს წარმოაჩენენ, როგორც ანტიკურ ხანაში ამ ტერიტორიაზე მცხოვრები ხალხების მემკვიდრეს. ამასთანავე, უცხოელ და ქართველ სტუმრებთან პრეზენტაციის პროცესშიც გიდები აქტიურად ახდენენ წინარე ქართული და ბერძნული კულტურის ერთმანეთთან შედარებას, რაზეც დაწვრილებით სიღრმისეული ინტერვიუების ანალიზშიც ვისაუბრებ. ასევე შესამჩნევია, მითების ინტერპრეტაციის მცდელობები და მასზე დაყრდნობით მსჯელობათა მთელი ხაზის განვითარება. გამოფენილი ექსპონატების სინატიფზე და შექმნის მაღალ ტექნიკაზე ხშირია მითითება უცხოელი დამთვალიერებლებისთვის, რასაც ვერ ვიტყვი ქართველების შემთხვევაში. თითქოს, გიდები გამოფენილი ექსპონატების სილამაზის აღქმას მათ „ქართველობას“ მიანდობენ.

იმ გიდების დისკურსები, რომლებიც მუშაობენ გელათის და სვეტიცხოვლის საეკლესიო კულტურულ ძეგლებზე, მოკლეა, ზედაპირული და ძირითადად

ორიენტირებულია შთაბეჭდილების მოხდენაზე, ვიქტიმიზაციის, ანუ მუდმივი მსხვერპლის როლის მორგების გზით. ქვეყნის წარდგენა ხდება რელიგიური კუთხით, ეს ბუნებრივიცაა, რადგან საქმე გვაქვს საეკლესიო კულტურულ ძეგლთან, თუმცა, შთაბეჭდილების მოხდენა, ასე ვთქვათ, სარწმუნოებრივი უცვლელობის იდეას და დამპყრობელთა მიერ ძეგლის დარბევის და შემდეგ კვლავ აღდგენის რიცხვის სიდიდეს ემყარება. პრეზენტაციის ეს სტრატეგია, ანუ მსხვერპლის როლში წარდგენა, როგორც თეორიულ ნაწილში აღვნიშნავდი, კულტურული ნაციონალიზმისთვისაა დამახასიათებელი.

ორივე ტურისტულ ობიექტზე, გელათსა და სვეტიცხოველში - გიდეები ხშირად საუბრობენ სასწაულების და ზეპირი გადმოცემების შესახებ, რომელთა მიზანს ძეგლის მნიშვნელოვნების დასაბუთება წარმოადგენს. ერთ-ერთი პრეზენტაციისას მცხეთაში ითქვა, რომ საქართველო ღვთისმშობლის წილხვედრი ქვეყანაა. ასევე, შესამჩნევია ის ფაქტი, რომ მცხეთასაც და გელათსაც იქ მყოფი გიდეები „მეორე იერუსალიმად“ მოიხსენიებენ. როგორც სიღრმისეული ინტერვიუს პროცესში აღვნიშნავენ, ამით ხაზგასმას ახდენენ ქვეყნის მნიშვნელოვან სარწმუნოებრივ როლზე და სიწმინდეზე.

დაკვირვების პროცესმა ცხადყო, რომ განსხვავებული შინაარსისაა იმ გიდების დისკურსები, რომლებიც ტურისტულ სააგენტოებში მუშაობენ და ემსახურებიან მსურველ ვიზიტორთა ჯგუფებს. ისინი, მართალია, საუბრობენ უკვე ნახსენებ ისეთ მახასიათებლებზე, როგორიცაა ქართული კულტურის სიძველე, ანტიკური წარსული და მართლმადიდებლური სარწმუნოება, თუმცა არასიღრმისეულად. გიდეები ძირითადად ყურადღებას ამახვილებენ ქართული კულტურის ტრადიციულ ბუნებაზე, საუბრობენ ისეთ ფენომენებზე, როგორიცაა ქართული სუფრა, თამადის ინსტიტუტი, ქალის პატივისცემა. გიდებს შთაბეჭდილების გასაძლიერებლად მოყავთ ამ ტრადიციების გარშემო არსებული ზეპირსიტყვიერი გადმოცემები და თქმულებები.

ის რაც თითოეულ ლოკაციაზე მომუშავე გიდებს აერთიანებთ არის შემდეგი: წარსულს ისინი თანამედროვე ქართული იდენტობის განუყოფელ ნაწილად განიხილავენ და ცდილობენ წარსულთან კავშირის შენარჩუნებას თეორიულ ნაწილში აღწერილი სხვადასხვა საშუალებით. ქართველი გიდების პრეზენტაციის აქცენტებზე

დაყრდნობით შემიძლია ვთქვა, რომ ისინი ახდენენ სიძველეზე, საწყისებზე ხაზგასმას და წარსულის რომანტიზებას, რაც, როგორც ცნებების განმარტებისას აღვნიშნე, ასევე კულტურულ ნაციონალიზმს ახასიათებს. გიდები თხრობის პროცესში, გარდა იმისა, რომ ახდენენ უკვე მომხდარი ფაქტის კონსტატაციას, მასზე გარკვეულ კვალსაც ასახავენ ქვეყნის სასურველი კუთხის წარმოჩენის მიზნით, ეს კი კულტურის საამაყო ასპექტებთანაა კავშირში. ამასთანავე, აღსანიშნავია სხვა მსგავსებებიც, კერძოდ, გიდების მცდელობა, ვიზიტორების აღფრთოვანება და გაკვირვება გამოიწვიონ. იქმნება შთაბეჭდილება, რომ ნებისმიერ ლოკაციაზე მომუშავე გიდებისთვის კარგი პრეზენტაციის საზომი, სტუმრების სახეზე ასახული გაკვირვების ხარისხია. მათთვის ეს ქვეყნით აღფრთოვანებასა და მოწონებასთან იგივედება, რაც სიღრმისეულ ინტერვიუებშიც ვლინდება.



## 2.2 გიდების დისკურსი-ქართველობის განსხვავებული პერფორმანსი

კვლევის მიზნის განსახორციელებლად დასახულ პირველ ამოცანას წარმოადგენს იმის შესწავლა რა კუთხით ცდილობენ ქართველი გიდები ქვეყნისთვის სასურველი იმიჯის შექმნას. როგორც უკვე აღვნიშნე, სიღრმისეული ინტერვიუების და ჩართული დაკვირვების პროცესშიც გამოვლინდა განსხვავება სიმონ ჯანაშიას სახელობის საქართველოს ეროვნული მუზეუმის, კონკრეტულ ტურისტულ ობიექტზე (გელათი, სვეტიცხოველი) მყოფი გიდების და ტურისტული სააგენტოების გიდების დისკურსებს შორის. ისინი სხვადასხვა კუთხით ცდილობენ ქვეყნის წარდგენას და იყენებენ წარსულის წარდგენის და მასთან კავშირის შენარჩუნების განსხვავებულ ხერხებს. ჩემი მოსაზრების გასამყარებლად, მოვიყვან არგუმენტებს გიდებთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუებიდან:

*„მე განსაკუთრებით ოქროს ფონდში მიყვარს მუშაობა. ჩემი აზრით, აქ ყველაზე უკეთ არის შესაძლებელი, დაანახვო სტუმარს შენი კულტურის დიდებულება, არ ვაჭარბებ, მხოლოდ იმითაც შეგვიძლია ვიამაყოთ, რაც ამ დარბაზშია გამოფენილი. გასაოცარი ნიმუშები, რომელიც მსოფლიოში ყველაზე განვითარებულად აღიარებული ბერძნული ცივილიზაციის პარალელურად ვითარდება, ანუ ჩვენი კულტურა არა თუ ჩამოუვარდება ბერძნულს, პირიქით, იქნებ აღემატებოდეს კიდევ “ (მ.ხ., 56 წლის, გიდი).*

ამ შემთხვევაში, მუზეუმის გიდის საუბრიდან ჩანს, რომ ის მუზეუმის დამთვალიერებელზე შთაბეჭდილების გასაძლიერებლად იყენებს ისეთ დაწინაურებულ ცივილიზაციასთან, როგორცაა ბერძნული, წინარექართულის შედარების ხერხს, რაც, მისი აზრით, ეფექტურია და მიზნის განხორციელებაში ეხმარება. მიზანს კი ვიზიტორისთვის ქართული კულტურის დიდებულების დამტკიცება წარმოადგენს.

*„როდესაც ოქროს ფონდში ვატარებ ექსკურსიას, ყოველთვის ვახსენებ და, თუ არ იციან, ვუყვები მითს მედეას, არგონავტების და ოქროს საწმისის შესახებ. ვეუბნები, რომ ჩვენ ჯერ კიდევ ანტიკურ ხანაში ვფლობდით განსაკუთრებულ სიბრძნეს, ოქროს მოპოვების ხელოვნებას და რომ ბერძნებმა ამის მოსაპარად მოაწყვეს ექსპედიცია, იმ*

*ბერძნებმა, რომელთა ცივილიზაციაც რა სიმალლეზე იყო, კარგად ვიცით. ანუ, ჩვენთვის ცდილობდნენ მოეპარათ ის, რაც თვითონ არ ქონდათ და არ იცოდნენ. რა გამოდის, ჩვენ მათზე მაღლა ვდგავართ გარკვეულწილად, ხო?" (ი.პ., 51 წლის, გიდი).*

იგივე შემთხვევაა ვთქვა აღნიშნულ შემთხვევაშიც. აქაც საუბარია არამხოლოდ მსგავსებაზე ბერძნულ კულტურასთან, არამედ ვარაუდია გამოთქმული, რომ თანამედროვე საქართველოს ტერიტორიაზე მცხოვრები ხალხები, განვითარების და ცოდნის დონის გარკვეული ასპექტებით აღემატებოდნენ ძველ ბერძნებს. ამ დასკვნას მითის ინერპრეტაციის და დაშვების საფუძველზე აკეთებენ. მიზანი ამ შემთხვევაში იგივეა - დამთვალეობის წარსულზე დაყრდნობით, აწმყოში შეექმნას დადებითი წარმოდგენა საქართველოზე. გიდეები ცდილობენ წარსულთან უწყვეტობის შენარჩუნებას, რაც როგორც არაერთხელ აღვნიშნე, ნაციონალური ნარატივის მახასიათებელ ნიშანს წარმოადგენს. ამასთანავე, წარსულზე დაყრდნობით გიდეები ცდილობენ თანამედროვე ქართული იდენტობის შექმნას და მის წარდგენას.

*„ოქროს ფონდი ჩემთვის ყველაფერია. როდესაც სტუმრები შემყავს დარბაზში, საუბარს ვიწყებ ასე: თქვენ იმყოფებით საქართველოში. როგორც თქვენ უკვე იცით, ჩემი ქვეყანა ძალიან ძველი ქვეყანაა და ჩვენ გვაქვს სახელმწიფოებრიობის 3000-წლიანი ისტორია. შემდეგ ვეუბნები, რომ ეს მუზეუმი პირველია მთელს კავკასიაში, ეს უნდა უთხრა სტუმარს, ხომ უნდა გუჩნდეს პატივისცემის გრძობა” (ლ.ს., 62 წლის, გიდი).*

ამ შემთხვევაში ვიზიტორზე შთაბეჭდილების მოხდენის მცდელობა ემყარება ქვეყნის და ხალხის უძველესი წარმომავლობის იდეას, თუმცა ეს არგუმენტირებულად დასაბუთებული არ გახლავთ. სახელმწიფოებრიობის ხანგრძლივობაზე ხაზგასმით გიდი ასევე ცდილობს დადებითი წარმოდგენის შექმნას და ეს სიამაყის წყაროდ აღიქმება მისთვის. ზერუბაველის მიერ წარსულთან კავშირის შენარჩუნების ხერხებიდან გიდი ამ შემთხვევაში იყენებს სიძველეზე, საწყისებზე ხაზგასმის ხერხს.

*„ვცდილობ ხოლმე, რომ ქართული მონეტები აუცილებლად ვაჩვენო ტურისტებს, უძველესი, ანტიკური ხანის კოლხური მონეტები, ეს ხომ საოცრებაა. ჯერ კიდევ როდის, ძვ.წ VI საუკუნეში ჩვენი წინაპრები ჭრიან ფულს და მერე როგორ ფულს, ტოლს რომ არ უდებს იმდროინდელი ცივილიზებული სამყაროს მოწინავე ქვეყნების ნუმიზმატიკურ*

ძეგლებს. ჩვენ ამ ხალხის მემკვიდრეები ვართ, ამ გენის მატარებლები, განვითარებული, დაწინაურებული ხალხის გენის, ეს ხომ უნდა გავაგებინოთ ყველას“ (მ.ხ., 56 წლის, გიდი).

ეს დისკურსი აერთიანებს ყველა ზემოთ ჩამოთვლილს, ანუ ერთდროულადაა წარმოჩენილი როგორც უძველესი წარმომავლობა, ასევე სახელმწიფოებრიობის მრავალსაუკუნოვანი ისტორია და განვითარებული ხალხის მემკვიდრეობის იდეა.

მამასადამე, მუზეუმის გიდებთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუების ფრაგმენტებიდან ჩანს, რომ ისინი დამთვალეობებს ჩვენს ქვეყანას წარუდგენენ როგორც უძველესი და განვითარებული ცივილიზაციების მემკვიდრეს, როგორც პოლიტიკურად, ასევე კულტურულად. ეს განვითარება კი, მათი აზრით, დასტურდება მუზეუმში გამოფენილი ოქროს და ვერცხლის ნაკეთობებით, მონეტებით. მუზეუმის გიდებს ამ კუთხით ქვეყნის წარდგენა მიაჩნიათ სასურველად და პატივსაცემად. ამასთანავე, ჩანს, რომ შთაბეჭდილების გასაძლიერებლად ისინი იმოწმებენ ანტიკურ მითებს, წყაროებს და სწორებას ახდენენ ისეთ განვითარებულ ცივილიზაციაზე, როგორებიცაა ბერძნული.

იმ გიდებს, რომლებიც სამუზეუმო სივრცეში არ იმყოფებიან და დამოუკიდებლად მუშაობენ კონკრეტულ ტურისტულ ობიექტებზე, სვეტიცხოველსა და გელათის ტაძარში, ქვეყნისთვის იმიჯის შექმნის განსხვავებული ხერხები გააჩნიათ და ქვეყანას სხვა კუთხით წარადგენენ. ამ შემთხვევებში შესამჩნევია, რომ საქართველოს პრეზენტაცია ხდება უძველესი ქრისტიანი ქვეყნის იმიჯით. გიდები დამთვალეობების ყურადღებას ამახვილებენ იმაზე, რომ ისინი იმყოფებიან საქართველოში, რომელიც უძველესი მართლმადიდებლური ქვეყანაა, რომელმაც უამრავი დამპყრობლის, გაჭირვების და შემოსევის მიუხედავად, შემოინახა და არ დათმო მართლმადიდებლური სარწმუნოება.

*„სანამ დავიწყებ საუბარს სვეტიცხოველზე, ვეუბნები, რომ ეს ქალაქი, მცხეთა, რომელშიც ახლა არიან, „მეორე იერუსალიმად“ არის წოდებული და რატომ?! იმიტომ რომ, ჯერ ერთი, აქ ქრისტეს კვართია და მეორეც, არსებობს უძველესი წყაროები,*

რომელიც მცხეთას წმინდა ქალაქად მოიხსენიებს. ეს სტუმრებმა უნდა იცოდნენ, მე ასე მგონია“ (ნ.კ. 57 წლის, გიდი).

„სვეტიცხოვლის საკათედრო ტაძარი საქართველოს უძველესი ისტორიული და საეკლესიო ნაგებობაა. ყველა, ვინც საქართველოში ჩამოდის, მცხეთის და მით უფრო სვეტიცხოვლის უნახავად არ უნდა წავიდეს, რადგან აქ ყველაზე კარგად ჩანს მართლმადიდებლური საქართველოს სახე“ (ლ.რ. 59 წლის, გიდი).

„ძალიან უკვირთ სტუმრებს, როდესაც ვუყვები, რამდენ მტერს და მომხდურს გაუძლო სვეტიცხოველმა, რამდენჯერ დაარბიეს და მაინც როგორ შემორჩა, როგორი ამაყად დგას, როგორი დიდებულია. ეს იმიტომ, რომ ჩვენ არასდროს გადაგვიხვევია ქრისტეს გზიდან“ (მ.ს. 55წლის, გიდი).

სვეტიცხოველში გიდები საქართველოს წარდგენას მართლმადიდებლური ქვეყნის იმიჯით ანიჭებენ პირატესობას. გამოყენებულია მცხეთის იერუსალიმთან შედარების ხერხი, მისი სარწმუნოებრივი მნიშვნელობის სამხილად. მტრის მრავალრიცხოვნების მიუხედავად, მართლმადიდებლობის შენარჩუნების ხაზგასმა იმაზე მიუთითებს, რომ გიდები აქტიურად იყენებენ ამ სტრატეგიას ვიზიტორებზე შთაბეჭდილების გასაძლიერებლად. გმირული წარსულის და გაღებული მსხვერპლის წინა პლანზე წამოწევა, როგორც თეორიულ ნაწილშიც აღვნიშნე, ნაციონალურ ნარატივებს ახასიათებს.

„ვეკითხები ხოლმე, თუ შეუმჩნევიათ, რომ ქართველები ყველა ტაძართან ჩავლისას იწერენ პირჯვარს, და ვეკითხები სხვაგან, სხვა ქვეყანაში თუ უნახავთ იგივე, მპასუხობენ, რომ არა. ამაშია საქმე, ეს ერი ვართ ჩვენ, უძველესი, მართლმადიდებელი ქრისტიანი და მორწმუნე, ამდენი ეკლესია-მონასტერი სწორედ ამაზე მიუთითებს. ვეუბნები, რომ ქართველები ყოველ შაბათ-კვირას დავდივართ ეკლესიაში და ვლოცულობთ“ (ნ.ზ., 61 წლის, გიდი).

„აქ ხშირად მოდიან ტურისტებიც და ქართველებიც. ქართველები ძირითადად ექსკურსიებზე დადიან. გელათის ტაძრის შესახებ ტურისტებს ვეუბნები, რომ ეს ქართველების უძლიერესი მეფის მიერ არის აშენებული. ვუყვები ლეგენდას დავითის

და თამარის საფლავების შესახებ. ვეუბნები, რომ გელათს წყაროებში „მეორე იერუსალიმად“ მოიხსენიებდნენ, რომ აქ საგანმანათლებლო საქმიანობას ჯერ კიდევ XI საუკუნიდან იწყებენ“ (შ.კ., 44 წელი, გიდი).

„მსოფლიო აღიარებს ჩვენი ტაძრების უნიკალურობას, ჩვენ კიდევ სხვა ქვეყნებში დავეძებთ საოცრებებს“ (თ.ს., 48 წლის, გიდი).

ტურისტულ ობიექტებზე მყოფი გიდების სიღრმისეულ ინტერვიუებზე დაყრდნობით კიდევ ერთხელ შეგვიძლია ვთქვათ: ქართველი გიდების ერთი ნაწილისთვის პრიორიტეტულია იმის აფიშირება, რომ საქართველოს არასდროს „გადაუხვევია ქრისტეს გზიდან“, რომ ყოველთვის ცდილობდა, სარწმუნოების ერთგული დარჩენილიყო და სისხლი დაედვარა მის გამო. მიუხედავად წინააღმდეგობისა, დღემდე ინარჩუნებენ ქართველები მართლმადიდებლურ მრწამსს, რის ნიშანსაც, გიდების აღნიშვნით, ეკლესია მონასტრების სიმრავლე და ტაძართან ჩავლისას პირჯვრის გადაწერა წარმოადგენს. ცხადია, რომ გიდებს ამ კუთხით თვითპრეზენტაცია მიმზიდველად და სასურველად ეჩვენებათ. ფიქრობენ, რომ ეს ხდის ქვეყანას საინტერესოს, მიმზიდველს, უნიკალურს, განსაკუთრებულს და ამის შესახებ აუცილებლად უნდა იცოდნენ ქვეყანაში ჩამოსულმა ვიზიტორებმა.

იმ გიდებიდან, რომელთანაც მე სიღრმისეული ინტერვიუ ჩავატარე, ორმა, სხვადასხვა ტურისტულ ობიექტთან, სვეტიცხოველთან და გელათთან მიმართებაში, გამოიყენა იერუსალიმთან შედარების ხერხი, რაც, როგორც უკვე აღვნიშნე, მიუთითებს იმაზე, როგორ ცდილობენ ქართველი გიდები სიწმინდეზე აპელირებას. ისინი სწორედ ამ იმიჯით ცდილობენ ტურისტებისთვის ქვეყნის წარდგენას.

რაც შეეხება იმ განსხვავებებს, რომლებიც გამოვლინდა ტურისტული სააგენტოების გიდებთან სიღრმისეული ინტერვიუების ჩატარების დროს. ამ შემთხვევაში, ქართველი გიდები ცდილობენ, სტუმარს საქართველო წარუდგინონ იმ ქვეყნად, რომელშიც ტრადიციებმა დროს გაუძლო, შემოინახა და დღემდე არსებობს, მაგალითად, თამადის და ქალიშვილობის ინსტიტუტი, ქართველი ქალის პატივისცემის და ქართული სუფრის ტრადიცია. აშკარაა, რადგან ქართველი გიდები ქვეყნის

წარდგენას ამ კუთხით ცდილობენ, მოელონ, რომ მათი მონაცოლი აღფრთოვანებას გამოიწვევს ჩამოსულ სტუმრებში.

*„გიდის როლი მე ძალიან მნიშვნელოვნად მიმაჩნია ქვეყნისთვის. პრაქტიკულად, გიდზეა დამოკიდებული, როგორი ემოციებით, შთაბეჭდილებებით წავა სტუმარი ქვეყნიდან. ჩვენი ბუნებით არიან აღფრთოვანებულები და ამას წარდგენა ალბათ არც სჭირდება, კიდევ ქართველების სტუმართმოყვარეობით. ვცდილობ, ქართული კერძები გავასინჯო, ხინკალი, ხაჭაპური. გიჟდებიან, ისე მოსწონთ“ (ბ.ძ., 24 წლის, გიდი).*

*„მე ჩემს სტუმრებს ყოველთვის ვასინჯებ ღვინოს, გამორიცხულია ვინმე ისე გავუშვა, ღვინო არ გავასინჯო, ქართული სუფრის ტრადიციაზე არ ვესაუბრო. საქართველოში ნამყოფმა ადამიანმა ის თქვას, ქართული ღვინო არ გამისინჯავსო, სირცხვილია. თამადის ტრადიციაზე ვესაუბრები, რომ დავით აღმაშენებელს სიტყვას მარტო ბავშვი და თამადა აწყვეტინებდა, რომ ქართული სუფრა ღმერთის ხსენებით იწყება და მთავრდება. უნდა იცოდეს ამ ინსტიტუტის შესახებ“ (ნ.ლ., 36 წლის, გიდი).*

გიდების დისკურსების ამ ნაწილიდან ჩანს, რომ ისინი ტურისტებისთვის ქვეყნის წარდგენას მხოლოდ მართლმადიდებლური კუთხით არ ცდილობენ, მათთვის ტრადიციების, ხელოვნების (ცეკვის), ქართული სამზარეულოს და ღვინის წარდგენაა პრიორიტეტული. მნიშვნელოვნად მიმაჩნია აღვნიშნო ისიც, რომ რელიგიურ ობიექტებზე უფროსი ასაკის გიდები მუშაობენ, ტურისტულ სააგენტოებში კი უფრო ახალგაზრდები, რაც აგრეთვე გავლენას ახდენს მათ დისკურსზე და სხვადასხვა აქცენტებს სვამს სტუმრებისთვის შეთავაზებულ ნარატივებში.

*„ქართული ტრადიციების შესახებ ვუყვები ხოლმე, მაგალითად, ქალის პატივისცემაზე. აი, ქართლის დედის ძეგლიც ხომ იმაზე მიუთითებს, რომ ქალს პატივს ვცემთ. კიდევ ცეკვაში როგორ არის ეს პატივისცემა გამოხატული. სად იყვნენ სხვები, როცა ჩვენ XII საუკუნეში მეფედ ქალი გვყავდა“ (ნ.ლ., 36 წლის, გიდი).*

*„ინდოელებს, მაგალითად, გართობა აინტერესებთ ძირითადად და რომ უკითხავთ, დაშვებულია თუ არა, ვინც მოეწონებათ სადმე დაპატიჟონ და იმეგობრონ, ვეუბნები, რომ არა, საქართველოში ქალიშვილობის ინსტიტუტი არსებობს და გოგონებს*

*ქორწინებამდე ასეთი ურთიერთობა სხვა მამაკაცებთან არ აქვთ, რომ ეს ტრადიციაა. ძალიან უკვირთ და მოსწონთ კიდეც“ (ბ.მ., 24 წლის, გიდი).*

ტურისტული სააგენტოს გიდების ამ დისკურსებზე დაყრდნობით, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ისინი პრეზენტაციას უკეთებენ ისეთ ეროვნულ თვისებებს და ტრადიციებს, როგორცაა სტუმარტომოყვარეობა, ქართული სამზარეულო, ქართული სუფრა თამადის ინსტიტუტზე ხაზგასმით, ღვინო, ქალის პატივისცემის ფენომენი და რამდენად გასაკვირიც არ უნდა იყოს, ქალიშვილობის ინსტიტუტი.

კვლევის მეორე ამოცანას წარმოადგენს იმის გარკვევა, რამდენად განსხვავდება გიდების დისკურსები ქართველ და უცხოელ დამთვალიერებლებთან კომუნიკაციის პროცესში და რა ძირითადი განსხვავებები შეიმჩნევა მათ შორის. ამ ამოცანის განხორციელებისასაც გამოვლინდა გარკვეული თავისებურებები. მუზეუმის გიდების შემთხვევაში, ნაკლებად შეიმჩნევა დისკურსული სხვაობა ქართველი და უცხოელი დამთვალიერებლების შემთხვევაში. სვეტიცხოვლის, გელათის და თავისუფალი გიდების შემთხვევაში კი ვხვდებით გარკვეულ სხვაობებს, პრეზენტაციის დროს განსხვავებული აქცენტების დასმით.

სანამ დეტალურ განხილვაზე გადავალ, მნიშვნელოვანად მიმაჩნია აღვნიშნო გიდების შეფასება იმასთან დაკავშირებით, რომ ქართველები ძირითადად არ სარგებლობენ გიდის მომსახურებით. მუზეუმის გიდების თქმით, ქართველები, როგორც წესი, საჭიროდ არ თვლიან გიდის დაქირავებას და დამოუკიდებლად, წარწერების კითხვით ამჯობინებენ მუზეუმში არსებული ნიმუშების გაცნობას, რაც, მათივე თქმით, „არ იძლევა მთლიანი კონტექსტის გაგების და საქართველოს ისტორიის სიღრმის საფუძვლიანი აღქმის შესაძლებლობას“ (ი.პ., 51 წლის, გიდი). ამასთანავე, შენიშნავენ განსხვავებას ქართველი და არაქართველი ვიზიტორების ინტერესებს შორის.

*„არ მინდა ცუდად გამომივდეს, მაგრამ ჩვენების მთავარი კითხვებია: ოქროა? რა ღირს? ცოტა მეუხერხულეა კიდეც ამის თქმა, მაგრამ ასეა“ (ლ.ს., 62 წლის, გიდი).*

*„უცხოელები რომ იღლებიან ხოლმე მუზეუმში სიარულით, ისე უყურებენ ნიმუშებს, როგორც დაღლილი დედა უყურებს თავის შვილს და თვალებით ეფერება. ქართველებმა მარტო შეცდომაში გამოგიჭირონ, არ გაცდიან ლაპარაკს, თუ რამე იციან, მაშინვე მოგაჩეჩებენ ცხვირში, აქაოდა ვიცო“ (მ.ხ., 56 წლის, გიდი).*

რაც შეეხება იმ განსხვავებებს, რომელიც გიდეების პრეზენტაციებში არსებობს და რომელსაც მუზეუმის გიდეები თავადვე აღნიშნავენ: *„ქართველებთან ექსკურსიის დროს უფრო დეტალურად განვიხილავ ისტორიას, უფრო ძირფესვიანად ვუყვები იმიტომ, რომ იციან მნიშვნელოვანი ეპიზოდები და ამის გამეორებას ხომ აღარ დავუწყებ“ (ი.პ., 51 წლის, გიდი).*

მუზეუმში მომუშავე გიდეების შემთხვევაში, სიღრმისეული ინტერვიუს და ჩართული დაკვირვების შედეგად არ გამოვლინდა მნიშვნელოვანი დისკურსული განსხვავება. ერთადერთი განსხვავება ისაა, თუ რამდენად დეტალურად ან ზედაპირულად ყვებიან ისტორიას სხვადასხვა ეროვნების დამთვალიერებლებთან. ექსკურსიებს ერთი და იმავე პათეთიკით წარმართავენ, თუმცა, როგორც სიღრმისეული ინტერვიუებიდან მოყვანილი ამონარიდებიდან ჩანს, შედეგად სხვადასხვას იღებენ, უცხოელების შემთხვევაში მოწონებას ქართველების შემთხვევაში, როგორც წესი, ნაკლებ ინტერესს და ზოგჯერ ირონიასაც, როგორც ამას სიღრმისეულ ინტერვიუში შემდეგი ნათქვამი მოწმობს: *„მქონდა ასეთი შემთხვევა, ერთ დღეს მყავდა უცხოელების ჯგუფი და ერთ-ერთმა მითხრა, რომ იცოდა მითი არგონავტებზე და ოქროს საწმისზე. თქვა, მჯერა, რომ მასში სიმართლის მარცვალიაო. იმავე დღეს ქართველების ჯგუფს შევახსენე ეს მითი და ერთი მეუბნება, ზღაპრებს ნუ გვიყვებით. გესმით? ზღაპრებსო (მ.ხ., 56 წლის, გიდი).*

ის ფაქტი, რომ არ შეიმჩნევა განსხვავება მუზეუმში მომუშავე გიდეების დისკურსების თავისებურებებში ქართველ და არაქართველ დამთვალიერებლებთან პრეზენტაციის დროს, შემიძლია ავხსნა მუზეუმის არსის თავისებურებით: გიდეებს უშუალოდ დარბაზში გამოფენილი ექსპონატების გარშემო უწევთ საუბარი, მათი ექსკურსიების დრო, როგორც წესი, შეზღუდულია, ეპოქის კონტექსტის შექმნა კი ძირითადად გამოფენილი ნიმუშების შექმნის პერიოდს ეფუძნება. მუზეუმის სპეციფიკა



არ ტოვებს ისტორიის მნიშვნელოვანი ინტერპრეტაციის შესაძლებლობას. ამასთანავე მუზეუმის გიდებს სხვა მიზანი აქვთ - არსებული არტეფაქტების წარდგენა. ქართული ტრადიციების განხილვა კი მხოლოდ იმ მასშტაბით ხდება, რაც წარმოდგენილ არტეფაქტებთანა კავშირში.

განსხვავებული ტენდენციები გამოვლინდა გელათის, მცხეთის და ე.წ. თავისუფალი გიდების შემთხვევაში. ამ ლოკაციებზე ვხვდებით მონაყოლის შინაარსს შორის გარკვეულ სხვაობებს, რაც, როგორც გიდების ინტერვიუებიდან ირკვევა, მათი მხრიდან ვიზიტორების უკურეაქციის ხასიათის წინასწარი შეფასებით არის განპირობებული.

გელათის და სვეტიცხოვლის გიდების თქმით, ქართველი დამთვალიერებლები აქაც პასიურობენ და ძირითადად მაშინ ქირობენ გიდს, როდესაც ექსკურსიაზე არიან, ან ჰყავთ სტუმარი საზღვარგარეთიდან. უფრო ხშირად კი, გიდების თქმით, მათი მომსახურებით სარგებლობენ სკოლის მოსწავლეები ექსკურსიაზე ყოფნის პერიოდში.

*„მე, მაგალითად, ქართველებს უფრო სიღრმისეულად ველაპარაკები ფაქტებზე, როდის აიგო, ვინ ააგო, ვინ დაარბია, ვინ განაახლა, ქრისტიანები რომ ვართ, ეგ ხომ ისედაც იციან, მაგით ქართველს ვერ გააკვირვებ“ (ლ.რ., 59 წლის, გიდი).*

*„ქართველს რომ ვუთხრა, გელათი მეორე იერუსალიმია-თქო, მოკვდება სიცილით, ხომ იცით, მაინც თავიანთი რომ არის, არ გონიათ ამხელაზე მნიშვნელოვანი და დიდებული, როგორც უცხოელებს“ (შ.გ., 44 წლის, გიდი).*

გიდებთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუებიდან ნათელი ხდება, რომ ქართველებთან საუბრის პროცესში თავს იკავებენ ისეთი შეფასებებისგან, როგორცაა გელათის ან მცხეთის „მეორე იერუსალიმად“ მოხსენიება, რაც აუცილებლად მიაჩნიათ უცხოელ დამთვალიერებლებთან საუბრისას, მიზეზად კი, როგორც უკვე აღვნიშნე, ქართველი დამთვალიერებლების შესაძლო საპასუხო რეაქციას ასახელებენ. აქვთ მოლოდინი, რომ ქართველების შემთხვევაში ამგვარი ანალოგიით ინტერესს და აღფრთოვანებას ვერ გამოიწვევენ.

იმავე პრაქტიკას აქვს ადგილი ტურისტული სააგენტოების გიდების დისკურსების შემთხვევაში. გიდები აქაც, რადგან საქმე გვაქვს იმავე კულტურული ინტიმურობის მქონე ადამიანებთან, ამჯობინებენ, არ გაამახვილონ ყურადღება გარკვეულ ტრადიციებზე, დეტალებზე, რასაც განსაკუთრებულად აღნიშნავენ უცხოელი სტუმრების შემთხვევაში. ამგვარი შინაარსობრივი სახეცვლილებები, უმეტესად, ისეთ ტრადიციებს ეხება, როგორცაა სუფრის ტრადიცია, ქალიშვილობის ინსტიტუტით თავის მოწონება, ასევე ნაკლებად ხაზგასმულია ქართველების რწმენის სიძლიერე, რაც შესაძლებელია იმით აიხსნას რომ გიდები ქართველების მხრიდან ნაკლებ მოწონებას მოელიან. ეს მაიკლ ჰერცფელდის მიერ კულტურული ინტიმურობის კონტექსტში გამოყოფილი კულტურის იმ საამაყო და სამარცხვინო ასპექტებთანაა კავშირში, რაზეც თეორიულ ნაწილში ვსაუბრობდი.

*„ახლა, ქართული სუფრაო რომ გავიძახით, კარგია, მაგრამ უნორმო სმა რომ გვახასიათებს ამ სუფრაზე, ეს ქართველმა ძალიან კარგად იცის, და თამადის საქციელიც ხანდახან მოსაწონი რომ არაა, არც ეგ ესწავლებათ, ამიტომ ამაზე განსაკუთრებით ყურადღების გამახვილება არ გამოვა“ (ნ.ლ., 26 წლის, გიდი).* გიდების სიღრმისეული ინტერვიუებიდან მოყვანილი ეს ციტატა ნიმუშია მაიკლ ჰერცფელდის მიერ კულტურული ინტიმურობის განხილვისას შემოტანილი დისემიის ცნებასთან. უცხოელ სტუმრებთან გიდი ცდილობს ქართული სუფრა დადებითი კუთხით წარმოაჩინოს და დამალოს ის, რაც ერის წევრებს შორის უხერხულობის და სირცხვილის განცდას იწვევს.

*„ქართველების შემთხვევაში ქალიშვილობის ინსტიტუტით არ ღირს თავის მოწონება, იციან ამ ტრადიციის წყალობით რამდენი ადამიანი და ოჯახია გაუბედურებული გარშემო“ (ბ.მ., 24 წლის, გიდი).* ქართველი გიდის სიღრმისეული ინტერვიუდან მოყვანილი ეს ფრაზა ასევე მაგალითია ჰერცფელდის მიერ გამოყოფილი კულტურული ინტიმურობის ერთ-ერთი საკვანძო მარკერის - უხერხულობის.

ჩემი კვლევის ინტერესს წარმოადგენს ის საკითხიც, თვითონ რამდენად საამაყოდ მიაჩნიათ გიდებს იმ ტრადიციების არსებობა, რომელთა წარდგენასაც ტურისტების წინაშე ახდენენ. ამ საკითხის განხილვაც ასევე მჭიდრო კავშირშია მაიკლ ჰერცფელდის

მიერ კულტურული ინტიმურობის კონტექსტში შემოტანილ დისემიის ცნებასთან და კულტურის საამაყო და სამარცხვინო ასპექტებთან.

როგორც აღმოჩნდა, ქართული ტრადიციების ზოგიერთი მახასიათებელი გიდების მხრიდან განსაკუთრებულ მოწონებას არ იმსახურებს და ეს მახასიათებლები ძირითადად ემთხვევა იმათ, რომლებიც მიჩქმალულია სტუმრებთან პრეზენტაციის დროსაც. მაგალითად: ქართული სუფრა, ქალიშვილობის ინსტიტუტი. არ ეთანხმებიან იმ აზრს, რომ ქართველებს ერთად დგომა და ბრძოლა ახასიათებთ: *„იმ უცხოელებს კი ვუთხარი, ერთად დგომით შემოვინახეთ ეს ტაძრები და რწმენა-თქო, მაგრამ მე ხომ ვიცი, რანაირი ერთად დგომაც ვიცი, რამდენიც ჩვენ მოძმის სისხლი დაგვიღვრია...“* (ნ.კ., 57 წლის, გიდი).

როგორც უკვე აღვნიშნე, გიდებისთვის უხერხულობის განცდას წარმოადგენს თამადის ინსტიტუტი, მათი თქმით, ეს უკვე დრომოჭმული ტრადიციაა და განახლებას საჭიროებს. მათ მოწონებას არ იმსახურებს ასევე ღვინის გადამეტებული მიღება, სადღეგრძელოების დიდი რაოდენობა, რომლის დალევაც, მათივე თქმით, სუფრის წევრების დიდ უმრავლესობას შესაძლოა არც უნდოდეს, მაგრამ თამადის ინსტიტუტის „რეპრესიული“ ბუნების გამო ამის გაკეთება მაინც უწევთ.

არ ეთანხმებიან იმ აზრსაც, რომ საქართველოში ქალის პატივისცემის ტრადიცია არსებობს. *„რომელი ქალის პატივისცემის ტრადიციაზეა საუბარი, რამდენი მოკლული ქალია სახეზე და რამდენი ძალადობის მსხვერპლი გოგო დადის ქუჩაში, მაგრამ ხომ გესმით, ჩამოსული სტუმრისთვის ამისი თქმა სახარბიელო არ არის“* (ხ.მ., 24 წლის, გიდი).

როგორც ზემოთ აღვნიშნე, სიღრმისეული ინტერვიუს პროცესში ერთ-ერთი გიდი ამბობდა, რომ ქართველები განსაკუთრებული მორწმუნეობით გამოირჩევიან, რომ ყოველ შაბათ-კვირას დადიან ეკლესიაში, აბარებენ აღსარებას და ეზიარებიან. მოგვიანებით კი იგივე გიდი ამბობს: *„მე პირადად იშვიათად დავდივარ, კი მწამს ღმერთის და ვიწერ პირჯვარს, მაგრამ ვერ ვიტყვი, ყოველ შაბათ-კვირას ეკლესიაში ვარ და მუხლებს ვიყვლეფავ მეთქი, ვისაც საჭიროდ მიაჩნია, კი დადის“* (ნ.ზ., 61 წლის, გიდი). ამ კონკრეტულ შემთხვევაში შესაძლოა საქმე კულტურის ელემენტის

სამარცხვინო ასპექტთან არ გვაქვს, რომელიც უხერხულობის განცდას უკავშირდება, თუმცა რესპონდენტი „აღიარებს“, რომ არ ცხოვრობს აქტიური მორწმუნის ცხოვრებით, რასაც მანამდე მთელ ერს მიაწერდა და საამაყო თვისებად წარადგენდა.

საბოლოოდ აღვნიშნავ, რომ ზემოთქმულის თანახმად, არსებობს ერის წევრების მიერ გამოყოფილი მახასიათებლები, რომლებიც მათ მიმზიდველად ეჩვენებათ საერთაშორისო ასპარეზზე თავის დასამკვიდრებლად (Marat. 2009). ქართველი ერის მიერ გამოყოფილ ამგვარ მახასიათებლებად შეგვიძლია მივიჩნიოთ ისინი, რომელთაც გიდები წარადგენენ უცხოელ სტუმრებთან პრეზენტაციისას: სტუმართმოყვარეობა, ტრადიციულობა, რელიგიურობა და სხვა.

## დასკვნა

დასკვნის სახით უნდა ითქვას, რომ კვლევის ძირითადი მოლოდინები და საკვლევო ამოცანების შესაბამისი ჰიპოთეზები გამართლდა. დაკვირვების და სიღრმისეული ინტერვიუს მეთოდით კვლევამ აჩვენა, რომ ქართველი გიდები ახდენენ იმ ეროვნული მახასიათებლების, ტრადიციების და ფაქტების ხაზგასმას, რომლებიც, შესაძლოა გამოგონილიცაა (Hobsbawm. 1983), თუმცა მათი აზრით, საერთაშორისო ასპარეზზე საქართველოსთვის დადებითი იმიჯის შექმნას უწყობს ხელს. ამ მიზნის მისაღწევად მუზეუმში მომუშავე გიდები ცდილობენ, საქართველოს უძველესი და მდიდარი კულტურის მქონე ქვეყნის იმიჯი დაუმკვიდრონ, კონკრეტულ ტურისტულ ობიექტებზე (გელათსა და სვეტიცხოველში) მომუშავე გიდებს ეფექტურად და სასურველად საქართველოს უძველესი მართლმადიდებელი ქვეყნის კუთხით წარდგენა მიაჩნიათ, ხოლო ტურისტული სააგენტოების გიდებისთვის ქართული ტრადიციები მნიშვნელობს და მათი დისკურსი ქვეყნისთვის ამ იმიჯის დამკვიდრებას ემსახურება. სამივე მათგანს აერთიანებს სიძველეზე ხაზგასმა, რაც ტრადიციის გამოგონებისთვისაა დამახასიათებელი. ნარატივებში ხაზგასმული ეროვნული ასპექტების სხვადასხვაობა შეიძლება ავხსნათ იმით, რომ მუზეუმს და რელიგიურ თუ კულტურულ ძეგლებს სხვადასხვა სპეციფიკა და დანიშნულება აქვთ, სწორედ ეს განაპირობებს გიდების მიერ საქართველოს სხვადასხვა კუთხით და მახასიათებლით წარდგენასაც.

გამართლდა ჰიპოთეზა იმის შესახებაც, რომ იარსებებდა განსხვავებები ქართველი და უცხოელი დამთვალიერებლებისთვის ქვეყნის წარდგენის თავისებურებებს შორის. ამ შემთხვევაშიც, არსებულ განსხვავებებს რამდენიმე მიზეზი განაპირობებს, მათ შორის კულტურული ობიექტების სპეციფიკაც (მუზეუმი, საეკლესიო ნაგებობა, თავისუფალი ტური). დისკურსულ დონეზე არსებული განსხვავებების მიზეზად შეგვიძლია მივიჩნიოთ გიდების მოლოდინები დამთვალიერებლების საპასუხო რეაქციებთან დაკავშირებით. კონკრეტულ ტურისტულ სააგენტოებში დასაქმებული გიდები ქართველი დამთვალიერებლების შემთხვევაში, ცალკეული ტრადიციების თუ კულტურული მახასიათებლების (სუფრის ტრადიცია, ქალის პატივისცემა) ხაზგასმისგან თავს იკავებენ, მაშინ როდესაც უცხოელ სტუმრებთან, პირიქით, განსაკუთრებულად აღნიშნავენ, რაც დისემიის არსს უკავშირდება, კერძოდ გარკვეულ

კოდირებულ დაძაბულობას, რომელიც არსებობს ერის წევრების ოფიციალურ თვითპრეზენტაციას და კოლექტივის კონფიდენციალურ თვითრეფლექსიას შორის (Herzfeld. 2005. 2<sup>nd</sup> edition). ამასთან კავშირშია გიდების ოფიციალური დისკურსის და მათი პიროვნული თანხმობის საკითხიც. გარკვეულ ტრადიციებზე გიდები ოფიციალურ დისკურსებში სიამაყით საუბრობენ, თუმცა სიღრმისეულ ინტერვიუებში ამავე ტრადიციის სამარცხვინო ასპექტებს უსვამენ ხაზს და უხერხულობას განიცდიან.

საბოლოოდ, შესაჯამებლად ვიტყვი, რომ კვლევამ ცხადყო გიდების უმნიშვნელოვანესი როლი ქართველობის პერფორმანსის საკითხში. გიდების პრეზენტაციებზე მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული, რა ინფორმაცია ექნებათ ვიზიტორებს ქვეყნის ეროვნული მახასიათებლების შესახებ.

## ბიბლიოგრაფია:

1. Billig M. (1995). *Banal Nationalism*. London: SAGE Publications.
2. ჩიქოვანი, ნ., ჩხაიძე, ი., წერეთელი, ი., მაცაბერიძე, დ., კაკიტელაშვილი, ქ. (2013). *იდეოლოგიის ნარატივები საქართველოში: მრავალეთნიკური ქართველი ერის სათავეებთან (1860-1918)*. თბილისი.
3. Herzfeld M. (2005. 2<sup>nd</sup> edition). *Cultural Intimacy. Social Poetics in the Nation-State*. New York: Routledge.
4. Hobsbawm E.J. (1992). *Ethnicity and Nationalism in Europe Today*. *Anthropology Today*. Vol. 8, No. 1 (Feb., 1992), pp. 3-8.
5. Hobsbawm E.J., Ranger T. (1983). *The Invention of Tradition*. University Press. Cambridge.
6. Hutchinson J. (2013) *Cultural Nationalism*. The Oxford Handbook of the History of Nationalism.
7. Marat E. (2009). Nation Branding in Central Asia: A New Campaign to Present Ideas about the State and the Nation. *EUROPE-ASIA STUDIES*. Vol. 61, No. 7.
8. Tilmans K., Winter J., Vree F. V. (2010). *Performing the Past: Memory, History, and Identity in Modern Europe*. Amsterdam University press.
9. თევზაძე გ. (2009). *განჯადობა. ხუთი ესე თანამედროვე საქართველოს შესახებ. „ქართველი ერის დაბადება“*. თბილისი
10. Weiss R. (1995). *Learning from Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies*. New York.
11. Woodward K. (1997). Concepts of Identity and Difference. *Identity and Difference*. London, Sage.
12. Zerubavel E. (2004). *Time Maps, Collective Memory and the Social Shape of the Past*. Chicago&London.

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University  
Faculty of Social and Political Sciences

Salome Davitashvili

Performance of Georgianness: Guides' Presentation of Georgia to  
Foreign Guests

Sociology of Culture and Media

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master in Sociology of Culture and Media

Thesis supervisors: Lia Tsuladze,

PhD in Sociology, Associate Professor at Tbilisi State University

Amiran Berdzenishvili

PhD in Philosophy, Professor at Tbilisi State University

Tbilisi

2017