

ლევან ჯუღელი,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს
სახელმწიფო უნივერსიტეტი,
კინო-ტელე ფაკულტეტი, აუდიო-ვიზუალური რეჟისურა
- „ტელერეჟისურის“ სადოქტორო პროგრამის დოქტორანტი,
ხელმძღვანელი: პროფ. ალექსანდრე ვახტანგოვი

კინო-თელე სივრცის თინდენციების სვლილება პანდემიურ და პოსტ-პანდემიურ მსოფლიოში

საკვანძო სიტყვები: ნაკადოვანი სერვისები, ტრადიციული ტელევიზია, კინონდუსტრია, ამერიკის კინოაკადემიის პრემია, ნეტფლიქსი, პანდემია, binge-watching, აუდიოვიზუალური მედია.

2020 წლის დასაწყისი, შესაძლოა, მსოფლიოს ისტორიაში ახალი ეტაპის გენებისად მივიჩნიოთ. სავარაუდოდ, ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკაში დაწყებული კორონავირუსის ფართომასშტაბიანმა გავრცელებამ სრულიად შეცვალა სამყარო და ადამიანები ახალი რეალობის წინაშე დააყენა. საერთაშორისო და ეროვნული რეგულაციებით სახლებში გამოკეტილი მილიონობით ადამიანი სოციალური ინტერაქციის ახალ ფაზაზე გადავიდა, სადაც ადამიანებთან ურთიერთობა მხოლოდ ციფრულ და ვირტუალურ რეალობაში გახდა შესაძლებელი. ძველი წელთაღრიცხვით პირველ საუკუნეში, გაიუს ოქტავიანე ავგუსტუსის მიერ ნათქვამი „პური და სანახაობის“ მნიშვნელობა, ციფრულ ეპოქაში მცხოვრები სოციუმისათვის არასდროს ყოფილა ისეთი რეალისტური, როგორც პანდემიის პერიოდში. შინ გამოკეტილი ადამიანები, თითქოს საზოგადოებიდან გარიყულები აღმოჩნდნენ. მათთვის აქამდე ნაცნობი ცხოვრების სტილის ნაცვლად, მოუხდათ ორ მთავარზე ფოკუსირება, პური - საკვები, რომლის გარეშეც უბრალოდ ვერ ვიცხოვრებთ, სანახაობა, ფილმები, სატელევიზიო სერიალები კი გართობის და დროის გაყვანის მთავარ წყაროდ იქცა. პანდემიის დასაწყისიდანვე, ბევრი გამომცემლობა იუწყებოდა, რომ იზოლაციის პერიოდში, ფილმების და სერიალების ნახვა, მათი განხილვა ტელეფონზე თუ სოციალური მედიის საშუალებით შეგვიქმნიდა საზოგადოებასთან ინტერაქციის კომფორტს. USA Today-ს სტატია არათუ არ გმობს, არამედ განიხილავს Binge-watching-ის

(რამდენიმე სერიის ან სრული სერიალის გადაბმულად ნახვა) სასარგებლო მხარეებს ჩვენი მენტალური ჯანმრთელობისათვის პანდემიის პერიოდში: „იზოლაცია დღეს არის საფრთხისშემცველი თითოეული ჩვენგანისთვის, მაგრამ ეს გასაჭირი ყველასთვის საერთოა. თუ კი თქვენ მიმართავთ Binge-watching-ს და ეს ფაქტი გააძლიერებს თქვენს სოციალურ ინტერაქციას, მისი ჩანაცვლების ნაცვლად, იგი დაგეხმარებათ იზოლაციის სირთულეებთან გამკლავებაში“.¹

მილენიალების დიდი ნაწილისთვის, ტელევიზია უკვე დიდი ხანია გართობის მოძველებულ ფორმად მიიჩნევა. ნაკადოვანი სერვისების, ინტერნეტში არსებული ვიდეო არხების და ვიდეო ჩართვების თაობისთვის, სატელევიზიო სივრცე - რომელიც არჩევანის საშუალებას არ გვაძლევს, ვუყუროთ იმას, რაც ჩვენ გვინდა, და არა იმას, რისი მოწოდებაც სატელევიზიო ბადის შემქმნელებს სურთ, უბრალოდ მიუღებელი გახდა. ეს ყველაფერი უფრო ნათლად გამოიკვეთა პანდემიის პერიოდში, როდესაც ნაკადოვანი სერვისების გამომწერთა რაოდენობა აქამდე არასრულყოფილი ტემპით გაიზარდა.

ნაკადოვანი სერვისების ისტორია უკვე თითქმის ორ ათწლეულს ითვლის. მისი ფუნქციონირება ძირითადად დამოკიდებულია ინტერნეტზე და მსოფლიოს სხვადასხვა წერტილში განლაგებულ სერვერებზე, სადაც განთავსებულია ის აუდიოვიზუალური მასალები, რომლებიც მომხმარებელს მიეწოდება. ეს სისტემა ერთი შეხედვით საკმაოდ მარტივად ფუნქციონირებს - არის ერთგვარი ვიდეო ბაზა, სადაც დროის ნებისმიერ მონაკვეთში შეგვიძლია იმ ფილმის, სატელევიზიო სერიის, თუ რეალითი შოუს ნახვა, რომელიც ჩვენთვის საინტერესოა. ტრადიციული სატელევიზიო სერვისებისგან განსხვავებით, რომელიც სტანდარტულ სატელევიზიო ბადეს გვთავაზობს, სადაც პროგრამები დროის სხვადასხვა მონაკვეთზეა გადანაწილებული, ნაკადოვანი სერვისები გვაწვდის შედარებით უფრო დემოკრატიულ სისტემას, სადაც მომხმარებლები თავად აკეთებენ არჩევანს თუ რას და როდის ნახავენ. ნაკადოვანი სერვისების წარმომადგენლები არიან ისეთი გიგანტური კომპანიები, როგორებიცაა: ნეტფლიქსი (Netflix), ამაზონ პრაიმ ვიდეო (Amazon Prime Video), იუთუბი (YouTube), ეფლ ტივი (Apple Tv), ჰულუ (Hulu), ეიჩბიო მაქსი (HBO Max) და ა.შ. სერვისის ეს მომწო-

¹ Pierce-Grove, Binge-watching and pandemic, 2020.

დებლები, პრე-პანდემიურ საზოგადოებაში, უკვე მნიშვნელოვან როლს ასრულებდნენ ადამიანების ცხოვრებაში, თუმცა პანდემიის პერიოდში იგი იქცა ერთგვარ ფენომენად და ყოველდღიურობის განუყოფელ ნაწილად. ებრაელი ფილოსოფოსი და ისტორიკოსი იუვალ ნოა ჰარარი CBS-თან ინტერვიუში ნაკადოვანი მედიის და მისი ალგორითმების გავლენაზე მკაფიოდ დასძენს : „ნეტფლიქსი გვეუბნება რას ვუყუროთ, ამაზონი - რა შევიძინოთ. შესაძლებელია 10, 20 ან 30 წლის შემდეგ, ასეთივე ალგორითმებზე დამყარებული სისტემებმა გვიკარნახოს - რა ვისწავლოთ უნივერსიტეტში, სად ვიმუშაოთ, ვისზე დავქორწინდეთ და ისიც კი - ვის მივცეთ ხმა არჩევნებში“.¹

ნაკადოვანი სერვისების ფუნქციონირებასთან ერთად, მნიშვნელოვანია განვიხილოთ მისი ბიზნეს მოდელი. ამ სერვისების უმრავლესობა გამომწერთა სისტემაზე დამოკიდებული. მომხმარებელი იხდის ყოველთვიურ გამოწერის ქირას, რის შედეგადაც, მათთვის ხელმისაწვდომი ხდება ის მონაცემთა ბაზა, რომელიც ამა თუ იმ სერვისს სხვადასხვა ქვეყანაში აქვს განლაგებული. მონაცემთა ბაზა ძირითადად ორი ტიპის კონტენტს შეიცავს. პირველი - შექმნილი პროდუქცია, რომელზეც ნაკადოვანი სერვისების მომწოდებლები, გარკვეული დროით ფლობენ ამ კონტენტზე საავტორო უფლებას და შეუძლიათ მათ ბაზაში განათავსონ. მეორე კი გახლავთ ის ფილმები, სერიალები, რომლებსაც თვითონვე ქმნიან და საავტორო უფლებას განუსაზღვრელი ვადით ფლობენ. თვითწარმოების და შექმნილი კონტენტის რაოდენობის მხრივ, დღეისათვის ლიდერობენ შემდეგი კორპორაციები: ნეტფლიქსი (Netflix), HBO Max და ამაზონ პრაიმ ვიდეო (Amazon Prime Video).²

კორონავირუსით გამოწვეული პანდემიის დასაწყისიდანვე, მას შემდეგ, რაც სხვადასხვა ქვეყანამ შემოიღო ეგრეთ წოდებული „ლოქდაუნის“ და კომენდანტის საათის რეგულაციები, ნაკადოვანი სერვისების გამომწერთა რაოდენობამ რეკორდულ მაჩვენებელს მიაღწია. ნეტფლიქსის გამოქვეყნებული მონაცემების მიხედვით, მხოლოდ 2020 წელს, მათი სერვისის გამომწერთა რაოდენობა 167-დან 203 მილიონამდე, თითქმის 36 მილიონით გაიზარდა, რაც კომპანიის ისტორიაში, წლიური ზრდის ყველაზე სწრაფი მაჩვენებელია.

¹ Harari, CBS interview, 2021.

² Adalian, War of the streaming services, 2021.

ბელია.¹

გადამხდელ-გამომწერთა ბრდის ასეთმა სწრაფმა მაჩვენებელმა, რა თქმა უნდა, საგრძნობლად გაზარდა კომპანიის ფინანსური შემოსავალი, რამაც ნათელი გახადა ის ფაქტი, რომ ნეტფლიქსს უნდა ეწარმოებინა მეტი კონტენტი მომხმარებელთა რაოდენობის შესანარჩუნებლად და კიდევ უფრო მეტად გასაზრდელად. მიუხედავად იმ ფაქტისა, რომ კინო და ტელე ინდუსტრიაში თითქმის ყველა წარმოება შეჩერდა პანდემიის გამო, ნაკადოვანმა სერვისებმა მოახერხეს მოდელის ისე ცვლილება, რომ შეძლებოდათ გადაეღოთ ახალი ფილმები და სერიალები, ნაკლები შტატის (გადამღები ჯგუფის და დასის) თანამონაწილეობით.

პანდემიის პერიოდში, ფილმწარმოების ერთ-ერთ ყველაზე საინტერესო ნამუშევრად, პროდიუსინგის თვალსაზრისით, შეიძლება მივიჩნიოთ ნეტფლიქსის „მალკომი და მერი“ (Malcolm & Marie, Sam Levinson, 2021). მიუხედავად იმისა, რომ ფილმის არტისტული ღირებულება შეიძლება დისკუსიის თემა გახდეს, ლოქდაუნის პერიოდში ფილმის წარმოება ნამდვილად გამბედავი ნაბიჯი იყო. „მალკომის და მერის“ გადაღება 2020 წლის ივნისში დაიწყო და მხოლოდ 15 დღე გაგრძელდა. ფილმში მხოლოდ ორი მსახიობი მონაწილეობს, ამერიკის კინოგილდიის პროტოკოლით, გადასაღებ მოედანზე მხოლოდ 12 ადამიანი დაიშვებოდა ერთდროულად. პრე-პროდუქციის პერიოდში, გადაღების დაწყებამდე ორი კვირით ადრე, გადასაღებ მოედანზე მომუშავე ყველა ადამიანს მოუწია კარანტინის გავლა, პროდუქციის დროს კი არცერთ წევრს არ ჰქონდა ლოკაციის დატოვების უფლება. ასევე მუდმივად ტარდებოდა გადამღები ჯგუფის ტესტირება და ტემპერატურის მონიტორინგი.

პანდემიის დასაწყისში, საინტერესო პროექტებს გვთავაზობდა არა მხოლოდ ნაკადოვანი სერვისები, არამედ ტრადიციული ტელევიზიაც. თუმცა მათი მასშტაბები ნაკლებად ფართო აღმოჩნდა. პანდემიის დროს ამავე თემატიკაზე, ტელეწარმოების პიონერ მაგალითად, შეგვიძლია მივიჩნიოთ ტელეკომპანია გლობოს (Globo) პროექტი „სიყვარული არის ილბალი“ (Amor e Sorte, Patricia Pedrosa, Andrucha Waddington, 2020). ეს მინისერიალი მხოლოდ ოთხ სერიას შეიცავს. გლობომ გადაწყვიტა, ცნობილი მსახიობების ოჯახისთვის შეეთავაზებინა გადასაღები ალტურვილობა და დახმა-

¹ Netflix database - <https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/default.aspx> (03/04/2022).

რებოდა მათ, თავად განევითარებინათ ერთ საათიანი პროექტის სცენარი, თუ როგორ უმკლავდებიან ოჯახის წევრები, პანდემიის პერიოდში 24-საათიან თანაცხოვრებას. ამ მინისერიალმა უდიდესი ყურადღება დაიმსახურა მაყურებლისაგან, რადგან მათ ტელე-ეკრანებზე შეეძლოთ ეხილათ ცნობილი ადამიანების პანდემიური ცხოვრების დღიურები და გაეგლოთ პარალელები საკუთარ რეალობასთან.

2020 წელი ნაკლებად ნაყოფიერი აღმოჩნდა ტრადიციული კინონიდუსტრიისათვის. კინოკომპანიების უმრავლესობას მოუხდა შეეჩერებინა ყველა პროექტი, რომლებიც განვითარების ან უკვე გადაღების ფაზაში იმყოფებოდა. მაგალითისთვის, გილერმო დელტოროს, თითქმის დასრულებამდე მიყვანილი „კომმარების ხეივანის“ (Nightmare Alley, Guillermo Del Toro, 2021) გადაღება, 2020 წლის მარტიდან ნოემბრამდე, 8 თვით შეჩერდა. საინტერესოდ შეიძლება მოგვეჩვენოს ის ფაქტი, რომ კინო და ტელეკომპანიების წარმოების დროებით პარალიზებას შეიძლება მივაწეროთ უჩვეულო მოვლენა - 2021 წლის კინო და ტელეინდუსტრიის პრემიების სიაში, ნომინანტთა რაოდენობის მხრივ, ლიდერობდა ნაკადოვანი სერვისის მომწოდებელი კომპანიები.

2017 წლის 18 მაისი, კანის კინოფესტივალზე ფილმ „ოკჯას“ (Okja, Bong Joon Ho, 2017) პრემიერაზე ნეტფლიქსის ლოგოს გამოჩენისას, მაყურებელმა შეძახილით - „ბუუუუ“ ნეტფლიქსის ფესტივალზე დასწრება გააპროტესტა.¹

2018 წლის 8 სექტემბერს, ნეტფლიქსის წარმოებული „რომა“ (Roma, Alfonso Cuarón, 2018) იგებს ოქროს ლომს ვენეციის კინოფესტივალზე.² 2022 წლის 9 დეკემბერს, ოქროს გლობუსის დაჯილდოების ცერემონიაზე საუკეთესო ფილმის დრამის კატეგორიაში გამარჯვებულად ცხადდება ასევე ნეტფლიქსის პროდუქცია - „ძაღლის ძალა“ (The Power of the Dog, Jane Campion, 2021).³

ნაკადოვანი სერვისების პროდუქციის დაწინაურების ტენდენცია შეინიშნება 2021 წლის ამერიკის კინოაკადემიის დაჯილდოების ნომინანტებს შორისაც. პირველ ორ ადგილზე, ამ შემთხვევაშიც, ლიდერობენ ნაკადოვანი სერვისის წარმომადგენლები. მხოლოდ ორი ნაკადოვანი სერვისის კომპანიის - ნეტფლიქსისა და ამაზონ-

¹ Mumford, Netflix at Cannes Film Festival, 2017.

² Rapold, „Roma“ wins at Venice Film Festival, 2018.

³ Lee, Netflix's The Power of the Dog, 2022.

ნის ნომინაციების საერთო რაოდენობა, რომელიც 47-ს შეადგენს, თითქმის უტოლდება დანარჩენი 8 კინოკომპანიის ნომინაციების საერთო რაოდენობას. ერთი მხრივ, ეს უდიდესი პროგრესი ნეტ-ფლიქსისათვის, შესაძლოა პანდემიის დასაწყისს მივაწეროთ. გამომდინარე იქიდან, რომ 2020 წელს, პანდემიის გამო, მსოფლიოს მასშტაბით დახურული იყო კინოდარბაზების დიდი ნაწილი, კინოსტუდიების უმრავლესობამ გადაწყვიტა პრემიერის თარიღის გადაწევა, რაც მათ ამერიკის კინოაკადემიის დაჯილდოებაში მონაწილეობის მიღების შესაძლებლობას უკარგავდა. მაგრამ, ასევე უნდა აღინიშნოს ის ვარაუდიც, რომ ტრადიციული კინემატოგრაფი და ტელევიზია ყოველდღიურად კარგავს მაყურებელს, რომლისთვისაც უფრო მიმზიდველია გამართივებული ფორმა, გასართობი საშუალებების სანახავად.

დღეისათვის ნაკადოვანი სერვისების მოხმარება, შესაძლებელია ტელევიზორის, კომპიუტერის, პლანშეტების და სმარტფონების საშუალებითაც. როდესაც კინოკომპანიების მიერ კინოთეატრებში გამოფენილი ფილმების ნახვა, უამრავ პროცედურასთან ასოცირდება, ახალგაზრდების უმრავლესობა ირჩევს საკუთარი კომფორტის ზონაში, თუნდაც ბევრად უფრო მცირე ეკრანზე იხილოს მათთვის საინტერესო ნამუშევარი.

ტენდენციები კინო-ტელე ხელოვნებაში ისეთივე სწრაფი ტემპით იცვლება, როგორც მოდის, ტექნოლოგიების და სხვა მრავალ ინდუსტრიაში. ჩვენ არ გვაქვს იმის შესაძლებლობა განვჭვრიტოთ, თუ როგორ განვითარდება სამომავლოდ აუდიოვიზუალურ სფეროში ტენდენციები და ახალი ტრენდები. ასევე ვერ ვიტყვით, რომ ერთ დღეს ტრადიციულ ტელევიზიას და კინემატოგრაფიას ისეთივე ბედი ელის, როგორც ტელეგრაფს, ფაქსს და სხვა უამრავ ფაქტობრივად გამქრალ ტექნოლოგიას, რომელიც წარსულში ინოვაციურად მიიჩნეოდა. გამომდინარე იმ მოცემულობებიდან, რომ კინო და ტელეინდუსტრიის რაღაც დროით შეჩერებამ დიდი ზიანი მიაყენა ამ სფეროებს, როგორც ბიზნესს, და უფრო მეტად წასწია წინ ნაკადოვანი სერვისების პოპულარობა, სავარაუდოა ის ფაქტი, რომ მათი მომხმარებელთა რაოდენობა კიდევ უფრო გაიზრდება. შესაძლოა კინემატოგრაფმა და ტელევიზიამ მოახერხოს გამოცოცხლება, ან სრულიად გაქრეს, ეს მხოლოდ ჰიპოთეზის ფორმატში შეგვიძლია განვაცხადოთ. მაგრამ ბოლო წლებში განვითარებული მოვლენების მიხედვით, თამამად შეგვიძლია

ვთქვათ, რომ ნაკადოვანმა სერვისებმა მტკიცედ შემოაბიჯა ჩვენს ცხოვრებაში და იგი მიზნად ისახავს – გახდეს ჩვენი რეალობის განუყოფელი ნაწილი.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- Benjamin Lee, Golden Globes: The Power of the Dog and Succession win at celebrity-free ceremony, The Guardian, Jan 2022 <https://www.theguardian.com/film/2022/jan/10/golden-globes-the-power-of-the-dog-and-succession-win-at-celebrity-free-ceremony>
- Gwilym Mumford, Cannes apologises after technical problems and booing disrupts Netflix film Okja, The Guardian, May 2017 <https://www.theguardian.com/film/2017/may/19/cannes-apologises-after-technical-problems-booing-disrupts-netflix-film-okja>
- Jose Gabriel Navarro, Film studios with the most Academy Award nominations in the United States in 2021, Statista, Aug 2021 <https://www.statista.com/statistics/681263/oscars-nominations-per-film-studio/>
- Josef Adalian, Who is winning the platform wars?, Vulture – New York Magazine, Jun 2021 <https://www.vulture.com/2021/06/who-is-winning-the-streaming-platform-wars.html>
- Nicolas Rapold, Alfonso Cuarón Wins Best Film in Venice for ‘ROMA’, New York Times, Sep 2018 <https://www.nytimes.com/2018/09/08/movies/alfonso-cuaron-named-best-director-in-venice-for-roma.html>
- Yuval Noah Harari, CBS: Yuval Harari warns humans will be “hacked” if artificial intelligence is not globally regulated, აშშ, 2021 <https://www.cbsnews.com/news/yuval-harari-sapiens-60-minutes-2021-10-29/>

Levan Jugeli,

Ph.D. student at the Shota Rustaveli Theatre and Film Georgia
State University,
Faculty of Film and TV,
Leader – Prof. A.Vakhtangov

NEW TENDENCIES AND CHANGES IN TELEVISION AND FILM INDUSTRY IN PANDEMIC AND POST-PANDEMIC WORLD

Summary

In 2020, the beginning of a pandemic due to COVID 19 completely changed most people's lives around the globe. The year 2020 turned out incredibly shocking for the population worldwide.

Millions of people under lockdown in four walls had to get into the habit of new forms of living. Changing norms in social interaction and restrictions on going out and living „Life in Normal“ obtained more significance to home entertainment providers.

Hence, in 2020 Netflix saw its highest increase rate of subscribers. The indicator of Netflix subscribers raised by 21.5 %. The rapid increase of subscribers brought new challenges to this streaming service provider. On the one hand, Netflix had to find ways to finance and start new projects to make its new and faithful old subscribers stick with them while numerous other streaming services emerged. On the other hand, they had to deal with the circumstance that it was practically impossible to offer a safe working environment to its cast and crew members under pandemic lockdown.

A small number of television shows and films produced and released during the first year of the pandemic brought the huge audience together, as there was a lack of new releases available, and higher demand from the people, that had more and more free time to binge-watch several episodes or films during the day.

Furthermore, as cinemas were closed during the lockdowns in 2020 and film releases were postponed for an undetermined period, streaming services grew their number of users and saw more

opportunities to raise their popularity and accomplishments at film festivals and award ceremonies.

My article “New Tendencies and Changes in Television and Cinema in Pandemic and Post-Pandemic World” addresses alterations that happened in the entertainment industry during the pandemic. The article will comprehend the foreseeable future of the traditional television and film industry, as well as streaming services.