

**მარგალიტა ზუბაშვილი,**

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს  
სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტი  
ხელმძღვანელი – ხელოვნებათმცოდნეობის დოქტორი,  
პროფესორი, გიორგი ჩართოლანი

**ონლაინ სტრიმინგ პლატფორმების გიგავლენა  
თანამედროვე კინოხელოვნებაში**

**რეზიუმე**

პანდემიის შემდეგ, კინოთეატრების ფიზიკური არსებობა კითხვის ნიშნის ქვეშ დადგა, ონლაინ პლატფორმების მომხმარებლების რაოდენობა კი მთელ მსოფლიოში გაორმაგდა. კინოს დაბადების დღიდან განადგურება ემუქრება – ეს შიში გაჩნდა გასული საუკუნის 20-იან წლებში, როდესაც კინოში ხმა – შემოვიდა, მისი „გაქრობის“ შესახებ. ემინოდათ გასული საუკუნის 50-იან წლებშიც, როდესაც ტელევიზია გაჩნდა და ადამიანებს სახლიდან გაუსვლელად შეეძლოთ ფილმების ნახვა. XX საუკუნის მიწურულს, 90-იან წლებში კი, როდესაც DVD (ციფრული ოპტიკური დისკი) შემოვიდა ბაზარზე, ადამიანებს ფილმების ყიდვა ან ქირაობა უკვე მაღაზიაში შეეძლოთ და თავიანთ სახლებში აწყობდნენ კინოჩვენებებს, ოჯახის წევრებთან და მეგობრებთან ერთად.

საუკუნეების განმავლობაში, ამ დაბრკოლებების მიუხედავად, კინომ გააგრძელა არსებობა და ფუნქციონირება. 2020 წლის გლობალურმა პანდემიამ სერიოზული

საფრთხის ქვეშ დააყენა კინოს და კინოთეატრების არსებობა იმ ფორმით, რა ფორმითაც ის მთელი საუკუნის განმავლობაში არსებობდა. პანდემიის დაწყებიდან ერთ თვეში ონლაინ გამომწერების რაოდენობა ამერიკაში 73%-ით გაიზარდა, ევროპაში – 50%-ით.

წინა საუკუნეში კინოხელოვნებას ადამიანების კულტურულ, სოციალურ და პოლიტიკურ ცხოვრებაზე უდიდესი ზეგავლენა ჰქონდა. კინო, განსაკუთრებით კი ჰოლივუდური კინო, ცხოვრების წესს კარნახობდა ადამიანებს. პირველი და მეორე მსოფლიო ომის დროს კინო ერთ-ერთ მთავარი პროპაგანდისტული იარაღი იყო.

სოციალურმა ქსელებმა, სმარტფონებმა და ციფრულმა ცხოვრებამ, რომელიც შენგან დამოუკიდებლად არსებობს, საიდანაც, არჩევანის მიუხედავად, იღებ მუდმივ ვიზუალურ ინფორმაციას, ადამიანებს დაუკარგა ფილმების ნახვის მოთხოვნილება. რა საჭიროა საომარი ფილმის შესაქმნელად მილიონობით დოლარის და წლე-

ბის შრომის დახარჯვა, როდესაც ადამიანებს პირდაპირ ეთერში შეუძლიათ ნახონ ომის საშინელება სამყაროს ნებისმიერ კუთხეში, სულ რამდენიმე წამში.

თანამედროვე ტექნოლოგიებმა და მოწყობილობებმა ნებისმიერი ასაკის ადამიანებს თავად მისცა საშუალება, გადაიღონ ფილმები, დაამონტაჟონ, ვიზუალური ეფექტები მიანიჭონ და შეცვალონ ხმა. იუთუბის გზამკვლევეების მიხედვით სკოლის მოსწავლეს შეუძლია სპეცეფექტების შექმნა. ბავშვების სათანაშო დრონების ხარისხი რამდენიმე წლის წინანდელი კინოკამერის ხარისხს უტოლდება და ა.შ.

გახდება თუ არა კინო სამუბეუმი ექსპონატი? ამ მოსაზრებას უფრო და უფრო ხშირად გამოთქვამენ ცნობილი რეჟისორები და კინოკრიტიკოსები. ჯერ არ არის საკმარისი დრო გასული იმისათვის, რომ კინოს „განაჩენზე“ ვისაუბროთ, შეიძლება მოვიდეს დრო და ადამიანებს მობეზრდეთ სახლში ჯდომა და ალგორითმების ნაკარნახევი „პლასტმასის“ ფილმების ყურება; ან პირიქით, შეიძლება კინოთეატრი მართლა მუზეუმად გადაიქცეს და მომავლის ახალგაზრდებმა კინოეკრანებზე გასულ ფილმებს სმარტფონებით გადაუღონ და ლაივ რეჟიმში გამოაქვეყნონ სოციალურ ქსელებში. ვინ იცის...

*საკვანძო სიტყვები: კინოინდუსტრია, ნეტფლიქსი, ონლაინ სტრიმერები, მაყურებელი*

2022 წელს, კანის 75-ე კინოფესტივალზე მოხვდი, კინოხელოვნების დაბადებიდან 127 წლის შემდეგ, სადაც კინოს მომავალი მთავარი განხილვის საგანი იყო. კანის კინოფესტივალი, კინოსამყაროს მექა, დღემდე ჯიუტად დგას თავის პრინციპზე – სხვა ფესტივალებისა და ამერიკული ოსკარისგან განსხვავებით, კანის კინოფესტივალზე მონაწილეობის მიღება არ შეუძლია ფილმებს, რომლებიც ონლაინ პლატფორმების დაკვეთითაა შექმნილი, ანუ ფილმები, რომლებიც „ცისფერ ეკრანებზე“ ვერ გამოვა და მაყურებელს მხოლოდ სხვადასხვა ციფრულ მოწყობილობაში შეუძლია მათი ნახვა.

პანდემიის შემდეგ, კინოთეატრების ფიზიკური არსებობა კითხვის ნიშნის ქვეშ დადგა, ონლაინ პლატფორმების მომხმარებლების რაოდენობა კი მთელ მსოფლიოში გაორმაგდა. ონლაინ პლატფორმები პირდაპირი გზით ანადგურებს კინოინდუსტრიას, როგორც ხელოვნებას. ასევე ბიზნესს. მილიონობით კინოპრო-

ფესიონალი კი ნელ-ნელა თავის ფუნქციას კარგავს. ეს იმდენად მტკივნეული საკითხია დღევანდელი კინოსთვის, რომ წელს, კანის 76-ე კინოფესტივალზე, გაიმართა დოკუმენტური ფილმის – CHAMBRE 999 („ოთახი 999“-ის პრემიერა. ფილმი სასტუმროს ნომერშია გადაღებული, ფილმის რეჟისორი – ლუბნა პლეიოუსტი, თანამედროვე კინოს ცნობილ რეჟისორებთან პირისპირ საუბარში აღნიშნავს კინოს მომავალს, ფილმის მთავარი შეკითხვა პირდაპირ ეხმიანება ჩემი კვლევის საგანს – „კინო არის ენა, რომელიც მალე გაქრება? კინო არის ხელოვნების ფორმა, რომელიც კვდება?“.<sup>1</sup>

ერთ-ერთ სტატიამ<sup>2</sup> ვკითხულობთ, რომ რეჟისორების უმეტესობა ფილმის „ოთახი 999“ მიმართ პესიმისტურად არის განწყობილი, თუმცა მსგავსი დისკუსიების დროს ბევრი კინოპროფესიონალის აზრით, კინოს დაბადების დღიდან განადგურება ემუქრება – ეს შიში გაჩნდა გასული საუკუნის 20-იან წლებში, როდესაც კინოში გახმოვანება (ხმა) შემოვიდა. კინოს „გაქრობის“ ეშინოდათ გასული საუკუნის 50-იან წლებშიც, როდესაც ტელევიზია გაჩნდა და ადამიანებს სახლიდან გაუსვლელად შეეძლოთ ფილმების ნახვა. XX საუკუნის მიწურულს, 90-იან წლებში კი, DVD (ციფრული ოპტიკური დისკი) გამოჩნდა ბაზარზე, ადამიანებს ფილმების ყიდვა ან ქირაობა უკვე მაღაზიაში შეეძლოთ და თავიანთ სახლებში აწყობდნენ კინოჩვენებებს ოჯახის წევრებთან და მეგობრებთან ერთად. თუმცა, რომ არა DVD-ის მაღაზიაში მუშაობის გამოცდილება, კინოსამყაროს არ ეყოლებოდა თანამედროვეობის ერთ-ერთი ყველაზე გავლენიანი რეჟისორი – კვენტინ ტარანტინო.

საუკუნეების განმავლობაში, ამ დაბრკოლებების მიუხედავად, კინომ გააგრძელა არსებობა და ფუნქციონირება. 2020 წლის გლობალურმა პანდემიამ სერიოზული საფრთხის ქვეშ დააყენა კინოს და კინოთეატრების არსებობა იმ ფორმით, რა ფორმითაც ის მთელი საუკუნის განმავლობაში არსებობდა. პანდემიის დაწყებიდან ერთ თვეში ონლაინ გამომწერების რაოდენობა ამერიკაში 73%-ით გაიზარდა, ევროპაში – 50%-ით.<sup>3</sup>

წინა საუკუნეში კინოხელოვნებას ადამიანების კულტურულ, სოციალურ და პოლიტიკურ ცხოვრებაზე უდიდესი ზეგავლენა

<sup>1</sup> MK2 Films Catalogue – Room 999.

<sup>2</sup> Macnab, Playoust, Room 999.

<sup>3</sup> How Covid-19 is changing online streaming behavior globally.

ჰქონდა. კინო, განსაკუთრებით კი ჰოლივუდური კინო, ცხოვრების წესს კარნახობდა ადამიანებს. პირველი და მეორე მსოფლიო ომის დროს კინო ერთ-ერთ მთავარი პროპაგანდისტული იარაღი იყო.<sup>4</sup>

კინოს ზეგავლენის მთავარი მიზეზი ალბათ ის არის, რომ კინოს ადამიანებისთვის არ ჰქონდა მხოლოდ გასართობი ფუნქცია, ის იყო იმ დროისთვის ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი მედიასაშუალება. ბეჭდური მედიის და რადიოსგან განსხვავებით, კინო ფლობდა მაგიურ შესაძლებლობას, ადამიანებისთვის ეჩვენებინა მოდელირებული რეალობა, მაღალი მხატვრული ხერხებით. წარმოიდგინეთ ადამიანი, რომელიც გაზეთში კითხულობს ათასობით ჯარისკაცის ტრაგიკული დაღუპვის ამბავს, ან იმავე ამბავს დიქტორის მონოტონური ხმით ისმენს რადიოდან და წარმოიდგინეთ ადამიანი, რომელიც დიდ ეკრანზე უყურებს ოსტატურად გადაღებულ, დამონტაჟებულ, ტრაგიკული მუსიკით გაფორმებულ და მსახიობების მიერ ოსტატურად შესრულებულ თუნდაც ერთი ჯარისკაცის, ადამიანის დაღუპვას.<sup>5</sup>

სამწუხაროდ, იგივე შეიძლება ითქვას ჩვენს თანამედროვეობაზეც – როდესაც ყოველდღიურად ვეცნობით სტატისტიკას თუ რამდენი ბავშვი დაიღუპა უკრაინაში საომარი მოქმედებების შედეგად, წამიერად გული გვიწუხდება, მაგრამ თუკი სადმე ვიდეოს წავაწყდებით, სადაც დაჭრილი, დაშავებული და დასისხლიანებული ბავშვები ჩანან, ეს კადრები ჩვენზე დიდ ზეგავლენას ახდენს და ნანახის თავიდან ამოგდება შეუძლებელია.

სოციალურმა ქსელები, სმარტფონები და ციფრული ცხოვრება (რომელიც შენგან დამოუკიდებლად, შენი არჩევანის მიუხედავად) გვაწვდის მუდმივ ვიზუალურ ინფორმაციას, აღნიშნული კი ადამიანებს უკარგავს ფილმების ნახვის მოთხოვნილებას. რა საჭიროა საომარი ფილმის შესაქმნელად მილიონობით დოლარის და წლების შრომის დახარჯვა, როდესაც ადამიანებს პირდაპირ ეთერში შეუძლიათ ნახონ ომის საშინელება სამყაროს ნებისმიერ კუთხეში, სულ რამდენიმე წამში.

დროის ფაქტორს ძალიან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება კინოს როლის შესუსტებაში, თანამედროვე სამყაროში ადამიანებს ენა-

<sup>4</sup> The Propaganda Film - How Cinema Can Change The World.

<sup>5</sup> Boris' Death from The Cranes Are Flying – 1957.

ნებათ საკუთარი ცხოვრების 2-3 საათი იმისთვის, რომ ფილმი ნახონ, როდესაც შეიძლება დღის განმავლობაში, სოციალური ქსელების „სქროლვაში“ და უშინაარსო ვიდეოების (Reels) ნახვაში ბევრად მეტი დრო დახარჯონ.

დროის არქონასთან ერთად, ადამიანებს უჭირთ კონცენტრაცია, სმარტფონებზე მათი დამოკიდებულების სტატისტიკა უფრო და უფრო იმატებს, ტერმინიც კი გაჩნდა ფსიქოლოგიაში – [ნომოფობია](#). იმდენად დიდი ადგილი უჭირავს სოციალურ ქსელებს ადამიანების ცხოვრებაში, რომ მათგან რამდენიმე საათი გათიშვა და ფილმის ნახვა შეუძლებელი ხდება. *„ყველაფერი თითქოს შენს წინააღმდეგ მოქმედებს: გადახვევის ღილაკი ჭედავს, საპირფარეშო გეძახის, სამზარეულო გაცდუნებს. შიგადაშიგ ტელეფონზე შეტყობინებები მოვდის, ზარები შემოდის, ტიკ-ტოკი, ინფორმაცია. კიდევ რა ფილმში თამაშობს ეს მსახიობი? მოდი დავვუვლოთ. მოდი ტრეილერი ვნახოთ. მოდი მეგობარს მივწეროთ. ახლა დედა რეკავს და ა.შ. და ა.შ. ალარაფერს ვამბობ მომტირალ ბავშვებზე, ძაღლების ყეფაზე, მეზობლების ხმაურზე, და მრავალფუნქციურ ალექსაზე. როდესაც ისევ გახსენდება რომ ფილმს უყურებდი, უკვე ძილის დრო მოდის. ფილმის ნახვას ხვალ გააგრძელებ.“* (ჯეისონ კეჰე WIRED-თვის).<sup>6</sup>

მოკლედ რომ ვთქვათ, სოციალურმა ქსელებმა და სმარტფონებმა ადამიანებს ფილმების ნახვის მოთხოვნილება დაუკარგა, სერიალებმა კი – ჩაანაცვლა.

კინოს, როგორც ერთ-ერთი მთავარი მედია საშუალების, როლი თანდათან ტელევიზიამ შეასუსტა. განსაკუთრებით კი ომის შემდგომ პერიოდში, როდესაც ადამიანებს თავიანთ სახლში ჩუსტებით ჯდომა და კონსერვის ქილის სატელევიზიო რეკლამის ყურება უფრო დიდ სიამოვნებას ჰგვრიდა, ვიდრე დიდ ეკრანზე ეპიკური კინოსურათის ნახვა ადამიანებით სავსე დარბაზში. ეს იყო ომგამოვლილი ადამიანების ეგრეთწოდებული ისკეიპიზმი, იგივე არასასურველი რეალობიდან გაქცევა.

[ისკეიპიზმი](#) – ამ ტერმინს თანამედროვე სამყაროში სულ უფრო და უფრო ხშირად შეხვდებით და მოისმენთ. 21-ე საუკუნეში ინტერნეტმა და ზღვა ინფორმაციამ ადამიანებში მუდმივი შფოთვის შეგრძნება გაამძაფრა. ადამიანებს სულ უფრო და უფრო უჩნდე-

<sup>6</sup> Kehe, Nobody Knows.

ბათ რეალობიდან, ყოველდღიურობიდან გაქცევის სურვილი და ამით აიხსნება Tik-Tok-ის არანორმალური პოპულარობა, რომელზეც მილიონობით უშინაარსო ვიდეო იდება და ადამიანებს ეხმარება ტვინის გათიშვაში.

ისკეიპიზმის ფუნქციას ადრე ადამიანებისთვის კინო ასრულებდა, ჰოლივუდი, კინო ქარხანა, ყველა ჟანრის ფილმს აწარმოებდა ყველანაირი მაცურებლისთვის: კომედია, დეტექტივი, სამეცნიერო ფანტასტიკა, ვესტერნი და ასე შემდეგ, ფილმები, რომლებიც ადამიანებს რამდენიმე საათით ითრევდნენ თავიანთ სამყაროში და ავიწყებდნენ რეალობას.

გასული საუკუნის 90-იან წლებში განსაკუთრებით პოპულარული გახდა რომანტიკული კომედიები და ეგრეთ წოდებული საოჯახო ფილმები („თქვენთვის წერილია“, „ლამაზმანი“, „დედინაცვალი“, „მარტო სახლში“). ეს ფილმები იყო ერთი შეხედვით უბრალო ადამიანებზე და ყოველდღიურ ცხოვრებაზე, მსუბუქი დრამატიზმით და იუმორით გაკეთებული ფილმები, სადაც ადამიანები თავიანთ თავს ან საკუთარ ახლობლებს ამოიცნობდნენ.

21-ე საუკუნის დასაწყისში, სატელევიზიო სერიალების პოპულარობის ზრდასთან ერთად, ფილმებმა ნელ-ნელა დაკარგეს ისკეიპიზმის და ყოველდღიურობის ამსახველის ფუნქცია, რასაც სოციალური ქსელების არსებობამაც შეუწყო ხელი. ახალგამოსულ სერიალებზე სწრაფად ვრცელდებოდა ინფორმაცია, იდება რეიტინგები. ფილმებისგან განსხვავებით, სერიალები დროში გაწელილად გამოდის და მაცურებლებს მუდმივად უტოვებს აზარტის შეგრძნებას. ინტერნეტ სივრცე მოიცვა „სპოილერებმა“, კომენტარებმა, ფოტოებმა, ვიდეო ამონარიდებმა, „მემეებმა“. სერიალების ბუმი გარკვეულ სახალხო თამაშს დაემსგავსა – ვინ უფრო მეტ სერიალს ნახავდა, ვინ მიხვდებოდა შემქმნელების ჩანაფიქრს, რატომ უთხრა ეს ერთმა პერსონაჟმა მეორეს და ა.შ. ამას დაერთო ახალი კულტურის – „იუთუბერების“ შექმნა, რომლებიც ამა თუ იმ თემაზე, განსაკუთრებით კი პოპულარულ ტელესერიალებზე, დებდნენ მოკლე ვიდეოებს და მაცურებლებს უზიარებდნენ თავიანთ აზრებს სერიალის ამა თუ იმ სეზონსა და ეპიზოდზე. მსგავსს ვიდეოებს იუთუბზე მილიონობით ნახვა აქვს.<sup>7</sup>

<sup>7</sup>How Game of Thrones Should Have Ended.

გარდა იმისა, რომ ადამიანებს უკვე სახლიდან გაუსვლელად შეეძლოთ მოეძებნათ არა მხოლოდ სასურველი ჟანრული სერი-  
ალები, არამედ პირდაპირ პირადი ინტერესების ან პროფესიის  
მიხედვითაც, მილიონობით სერიალში აუცილებლად შეხვდებით  
სერიალებს — ექიმებზე, პოლიციელებზე, ბანკირებზე, კლერკებზე,  
ხელოსნებზე, მსახიობებზე და ა.შ., აღარაფერს ვამბობ დიასახლი-  
სებზე და მათ ყოველდღიურ პრობლემებზე შექმნილ სიუჟეტებზე.

ამასთან ერთად სერიალების შემქმნელებს ამბიციები გაუჩნ-  
დათ, მათი პროდუქტი ხარისხობრივად კინოს გასტოლებოდა, ამი-  
ტომ სულ უფრო და უფრო მეტი ცნობილი რეჟისორი, ოპერატორი,  
მხატვარი და, რაც მთავარია, მსახიობი უერთდებოდა სერიალებს,  
ისეთი დიდი მსახიობებიც კი, როგორც მერილ სტრიპია. ალბათ  
დიდმა სახელებმაც დაინახეს, რომ მაყურებელი ოსკარებზე მეტად  
[ემის](#) ჯილდოების თვლაზე გადავიდა. ხშირად მოისმენთ ფრაზებს  
— „ძალიან მაგარი სერიალია, კინოს ჰგავს“, „სერიალები ბევრად  
ჯობია ფილმებს“ და ა.შ.

კინოთეატრების შემოსავლებს თუ დააკვირდებით, ყველაზე  
მეტი გაყიდვა „მარველის“ კომიქსებს აქვს. ამ ფილმების პოპულა-  
რობის ბევრი მიზეზი არსებობს — „მარველის სამყარო“ გასული სა-  
უკუნის 60-იანი წლებიდან შეიქმნა, ჯერ კომიქსების სახით, შემდეგ  
ანიმაციური ფილმების და 21-ე საუკუნის დასაწყისში სრულმეტრა-  
ჟიანი მხატვრული ფილმები მოჰყვა. გარდა იმისა, რომ სუპერგ-  
მირებზე ფილმები საუკეთესო საშუალებაა ისკეიპიმისთვის, ათ-  
წლეულების მანძილზე ჩამოყალიბდნენ სუპერგმირები, რომელ-  
თა სახელები ალბათ უკვე ადამიანების კოლექტიურ ცნობიერშია  
გამჯდარი. ულევია მარველის გმირების და მათი ისტორიების რა-  
ოდენობა. ამიტომ მაყურებელმა ბუსტად იცის, რომ ფილმის ნახ-  
ვის შემდეგ რაღაც ახალს და სანახაობრივს ნახავს. ამ ფილმების  
პოპულარობას ხელს უწყობს ცნობილი და მაღალანაზღაურებადი  
მსახიობების, ვარსკვლავების ტანდემიც.

როგორც ზემოთ აღვნიშნე, ეს არის დღეს ყველაზე პოპულა-  
რული ფილმები, რომელთა სანახავადაც მაყურებლები კინოდარ-  
ბაზეებში მიდიან, რაც უკვე ძალიან დიდი იშვიათობაა, ჩამოთვ-  
ლილი მიზეზების გამო. ამ ფილმების ნახვის დროს, მე პირადად,  
როგორც პროფესიონალი, სერიალების ძალიან დიდ ზეგავლენას  
ვხედავ, ამ ფილმების შინაარსი სერიალების პრინციპით არის აგე-

ბული – გაგრძელება იქნება... რადგან მარველის ფილმები თითქმის ყოველწლიურად გამოდის. ყველა სცენა და კადრი თითქოს მაყურებლისთვის წინასწარვეა შექმნილი ონლაინ სივრცეში გადასაპორტირებლად – გიფებად, მემეებად და ტიკ-ტოკის ტრებად.

სამწუხაროდ, თანამედროვე ჰოლივუდის ფილმები, არამხოლოდ მარველის ნაწარმი, ესთეტიკურად ძალიან დაემსგავსა სერიალებს – მონტაჟით, მსახიობების თამაშის მანერით, ზედაპირული დიალოგებით და კლიშური გამოსახულებით. ავტორებს თითქოს ეშინიათ ამბის მოყოლის, ეშინიათ, სოციალური ქსელების სქროლვის სისწრაფეს შეჩვეულ ადამიანებს თვალი და გონება არ მოუდუნდეთ და ფილმებში ისეთ გაპრიალებულ სანახაობას და ისეთი სწრაფი მონტაჟის ხერხებს იყენებენ, მაყურებელი ვერც კი ასწრებს ფილმის აღქმას.

*„ნეტფლიქსის ექსუნთს ჩემს მეუღლესთან ერთად ვიზიარებ, ჩვენ განსხვავებულ პროფილებს ვიყენებთ, ამის მიუხედავად, პროფილები ერთმანეთში იხლართება, რადგან ჩვენ ხშირად ერთად ვუყურებთ ნეტფლიქსს. ჩემი პერსონალური ინფორმაციის ნახვის შემდეგ, როენა ფილდინგმა, Miss IG Geeks -ის დირექტორმა, თანადადმუძნებელმა და კონფიდენციალურობის კონსულტანტმა, თქვა, რომ მას შეეძლო ჩემი ინფორმაციით გამოეთვალა, რომ მე კაცთან მაქვს ურთიერთობა, ჩვენი ფინანსური შესაძლებლობა განესაზღვრა იმ მოწყობილობის მიხედვით, რომელსაც ვიყენებთ, ჩვენი რწმენები, ფასეულობები და კულტურული წარსული დაედგინა იმის მიხედვით, თუ რა კონტენტს ვნახულობდით ნეტფლიქსზე. მას შეეძლო ჩემი საცხოვრებელი სახლის მისამართის დადგენა ჩემი ინტერნეტ მისამართის მიხედვით.“ – წერს კეიტ ოფლაერტი WIRED-თვის).<sup>8</sup>*

*„ნეტფლიქსზე მომხმარებლის ინფორმაციის გადამუშავება ასევე მოიცავს ანალიზს – რა ნახე და როდის ნახე, სად დააპუზე, სად გამორთე, რა მოწყობილობით ნახულობდი სტრიმს და სად იყავი ამ დროს. „ნებისმიერი ეს ინფორმაცია რაღაცას ამბობს შენს შესახებ“, – აღნიშნავს პეტ ვოლში, კონფიდენციალურობის კონსულტანტი, – „რეკომენდაციების შემოთავაზებასთან ერთად, ნეტფლიქსი ამ ინფორმაციას იყენებს იმის დასადგენადაც, თუ რატომ შეწყვიტა მაყურებელმა ფილმის ან სერიალის ყურება,*

<sup>8</sup> All the Ways.



შემდეგ კი ცდილობს მიღებული ინფორმაცია პროდუქტის გასაუმჯობესებლად გამოიყენოს“.<sup>9</sup>

ჰოლივუდის კრიზისთან ერთად, ნეტფლიქსის ძალაუფლება დღითიდღე უფრო იზრდება, ამის გამომწვევი მიზეზი მხოლოდ პანდემია და კინოთეატრების კრიზისი არ არის. ნეტფლიქსის მომხმარებლების რაოდენობა 220 მილიონს აღწევს, რაც იმას ნიშნავს, რომ ნეტფლიქსს წვდომა აქვს მილიონობით ადამიანის პირად ინფორმაციაზე, რის მიხედვითაც შეუძლია გამოთვალოს/გამოიცნოს, რისი ნახვა შეიძლება მოუხდეს მაყურებელს.<sup>10</sup>

ამიტომ არის, რომ ნეტფლიქსის პროდუქტი უკვე გაჭრილი ვაშლებივით ჰგავს ერთმანეთს, ერთი შეხედვით ყველაფერი მაღალი ხარისხითაა შექმნილი – კარგი გამოსახულება, მხატვრობა, საინტერესო იდეა, კარგი მსახიობები. ყოველი ახალი დეტექტივის ნახვის დროს შეგრძნება გრჩება, რომ ეს ფილმი უკვე ნანახი გაქვს და არაფერს ახალს არ გაძლევს და ემოციურ ზემოქმედებას შემუსავებული ფორმულები ვერ ახერხებენ. ეს იყო ერთ-ერთი მთავარი თემა კანის კინოფესტივალზე ჩასული პროფესიონალებისთვის. ისინი თვლიდნენ, რომ ფორმულებითა და ალგორითმებით გამოთვლილი ფილმები ვერ იქნება ნამდვილი ხელოვნება და შემოქმედება, რომ ალგორითმი ვერასდროს დაბადებს ისეთ რეჟისორებს, რომლებმაც შექმნეს კინოს ისტორია.

გახდება თუ არა კინო სამუზეუმო ექსპონატი? ამ მოსაზრებას უფრო და უფრო ხშირად გამოთქვამენ ცნობილი რეჟისორები და კინოკრიტიკოსები. „ზრდასრულ ამერიკელების 2/3 თვლის რომ მათ ურჩევნიათ ფილმების გამოსვლას ონლაინ სტრიმერებზე დაელოდონ, ვიდრე კინოში წავიდნენ“ – ეს IndieWire-ის ახალი სტატიის სათაურია. სტატია ამერიკული კვლევითი ორგანიზაციის Harris X – ის უახლეს გამოკვლევას ეყრდნობა.<sup>11</sup>

„კონკურენცია გრძელდება სტრიმინგ სერვისებსა და ჰოლივუდის მანქანას შორის. მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენ ჯერ კიდევ ვხედავთ ერთგულ კინომაყურებლებს ფილმების „ბოქს ოფისზე“ (შემოსავალი) დაყრდნობით, ჩვენი კვლევა აჩვენებს, რომ 3-დან 2 მაყურებელი ამჯობინებს ფილმების სახლში ონლაინ ნახვას. შეიძლება კინოინდუსტრიას ამ მაჩვენებლებით ბევრი წინააღმდეგობა

<sup>9</sup> Same, All the Ways.

<sup>10</sup> Privacy in , Consumer.

<sup>11</sup> Two-Thirds , Adults.

ექმნება, მაგრამ იზრდება მაყურებლის მოთხოვნა ახალ კონტენტზე. ნახევარზე მეტი მომხმარებელი ამბობს, რომ ისინი ფილმებს კვირაში 2-3 ჯერ უყურებენ სახლში რაც 7-ჯერ აღემატება კინოში წამსვლელთა რაოდენობას. რომლებიც წელიწადში რამდენჯერმე თუ ახერხებენ კინოში წასვლას“. – ალი ბრედი, Harris X - ის ვიცე პრეზიდენტი.

გამოკითხვის შედეგები:

კინოთეატრში ფილმის ნახვის უპირატესობები:

- ფილმის დიდ ეკრანზე ნახვის გამოცდილება: 59%
- ხმის სისტემის ხარისხი: 47%
- სახლში ფილმის ნახვისას ყურადღება გეფანტება: 39%
- ფილმს ექსკლუზიურად უჩვენებენ კინოთეატრებში: 30%
- ახალი ტექნოლოგიები 3D და IMAX-ი რომელიც უნიკალურ გამოცდილებას იძლევა მაყურებლისთვის: 30%
- მაყურებლებთან ერთად ყურების გამოცდილება: 26%
- პრემიერაზე ან სპეციალურ ჩვენებაზე დასწრება: 25%
- ნოსტალგია: 24%

კინოთეატრში ფილმის ნახვის უარყოფითი მხარეები:

- ბილეთის და ფასი და სხვა ხარჯები (პოპკორნი და გაზიანი სასმელი): 53%
- სახლში ყურების კომფორტი: 42%
- სანიტარია და ჰიგიენა (კოვიდის შემდეგ გაჩენილი შიში): 40%
- ფილმის „დაბაზების“ და „გადახვევის“ შეუძლებლობა (მათ შორის საპირფარეოში ვერ გასვლის შეუძლებლობა): 22%
- გამოკითხულთა უდიდეს ნაწილს უბრალოდ „არ აინტერესებს“: 22%
- მაყურებლები ხელს გიშლიან ფილმის ნახვაში: 19%
- მოუხერხებელია კინოთეატრამდე მისვლა (დრო და დისტანცია, ადგილმდებარეობა, საცობები, პარკინგი): 15%
- კინოთეატრში სანახავი ფილმების არჩევანი უფრო მწირია, ვიდრე სტრიმერებზე: 13%
- შეზღუდული ხელმისაწვდომობა (ბილეთების) ან მოუხერხებელი ჩვენების დრო: 11%
- ადგილის ამორჩევის შეზღუდვა: 8%

კინო, როგორც ზემოთ აღვნიშნე, კარგავს ძალას, როგორც მასეებზე ზემოქმედების იარაღი. ზოგადად, კლასიკური გაგებით, კინო, რომელიც შექმნილია ცისფერ ეკრანებზე სანახავად, კარგავს თავის ფუნქციას, სახალხო სანახაობის ფუნქციას. კინოში სიარულის კულტურა ქრება ადამიანების დღის წესრიგიდან. კინოში წასვლა ოპერაში წასვლას დაემსგავსა, კინოფესტივალები კი, სადაც „სხვა კინოს“ უჩვენებენ, უფრო და უფრო ჩაკეტილი ხდება კინომოყვარულებისთვის.

აღბათ ხშირად გსმენიათ ტერმინი „საფესტივალო კინო“, რას ნიშნავს საფესტივალო კინო? საფესტივალო კინო არის ფილმები, რომლებსაც კინოფესტივალებზე უჩვენებენ? თუ ფილმები, რომლებიც მასებზე არ არის გათვლილი და მხოლოდ კინომოყვარულებისთვის იქმნება?

მე ვიტყვოდი, საფესტივალო კინო არის ფილმები, რომლებიც არ არის შექმნილი მოგებისთვის, ანუ არ არის კომერციული, რომლებიც სახელმწიფო და საერთაშორისო ფონდების მიერ ფინანსდება და ფილმები, რომლებიც კინოს, როგორც კულტურის და ხელოვნების დარგის განვითარებას ემსახურება.

ასეთი ფილმების ნახვის შანსი „უბრალო მაყურებლისთვის“ უფრო და უფრო მცირე ხდება. როდესაც ნანა ექვთიმიშვილის ფილმი „ჩემი ბედნიერი ოჯახი“ (რომლის გადაღებებზე მეც ვმუშაობდი) ნეტფლიქსმა შეიძინა. ყველას გვეგონა, რომ ეს ფილმის უდიდესი წარმატება იყო და ფილმს უამრავი მაყურებელი ნახავდა მსოფლიოს მასშტაბით. ნელ-ნელა გაირკვა, რომ ნეტფლიქსი ეგრეთწოდებულ

საფესტივალო ან თუ გნებავთ არტ-ჰაუს ფილმების უფლებებს განუსაზღვრელი ვადით ყიდულობს, ანუ ფილმი, როგორც ნაწარმოები, აღარ ეკუთვნის მის შემქმნელებს. ფილმის შექმნიდან, ნეტფლიქსი მსგავს ფილმებს 1-2 კვირის განმავლობაში სთავაზობს მაყურებელს, ამის შემდეგ ფილმი სამუდამოდ ინაცვლებს ციფრულ სერვერზე, როგორც საბჭოთა დროს ამბობდნენ, „თაროზე ინახება“ და იმის შანსი, რომ ნეტფლიქსის პერსონალური ინფორმაციის გადამამუშავებელი ალგორითმი ისევ ამოაგდებს, თითქმის არ არსებობს.

კინოწარმოება ავტომატურად არის მიბმული კინოგაქირავებასთან, ეს არის პროცესების წრიული ჯაჭვი. კინოთეატრებისადმი

ინტერესის კლებამ ფილმების დაფინანსების შანსებიც შეამცირა. ავიღოთ აღმოსავლეთ ევროპის ნებისმიერი ქვეყანა - სლოვაკეთი ან თუნდაც საქართველო. ნეტფლიქსის მომხმარებლისთვის, რომელიც თითქმის აღარ დადის კინოში, ან თუ მიდის მხოლოდ ბლოკბასტერების სანახავად, პროგრამაში ჩართული აღმოსავლეთ ევროპული სოციალური კინო აღარ არის საინტერესო. შესაბამისად, ასეთ ფილმებს აღარც დისტრიბუტორები ყიდულობენ და აღარც კინოთეატრები და ტელევიზიები. ერთადერთი შანსი იმისთვის, რომ მსგავსი საავტორო ფილმები შეიქმნას, არის ფონდები, პირველ რიგში რეგიონული და შემდეგ საერთაშორისო ფონდები, ფონდები, რომლებიც აფინანსებენ ფილმებს იმის ალბათობით, რომ ეს ფილმები შეიძლება მაყურებლამდე ვერ მივიდეს და თუ გაუმართლებს, მხოლოდ რამდენიმე საშუალო დონის ევროპულ ფესტივალზე შეიძლება ნახონ.

ამიტომ ჩნდება კითხვა, რა აზრი აქვს ფილმებს, თუკი მათ მაყურებელი ვერ ნახავს? ანუ ფილმები, რომლებსაც შეიძლება შემოქმედებითი ღირებულება ჰქონდეს, მხოლოდ პროფესიონალებისთვის იქნება ხელმისაწვდომი პრესტიჟულ ფესტივალებზე? არის საშიშროება, რომ კინო გადაიქცეს თანამედროვე ხელოვნების ნიმუშად, რომელიც გამოიფინება ფესტივალებზე, როგორც მუზეუმებში?

შეიქმნება თუ არა ისეთი უკვდავი შედეგები, რომლებსაც მთელი მსოფლიო დღემდე აღფრთოვანებით უყურებს? მაგალითად, ბილი უაილდერის „ჯამში მხოლოდ ქალიშვილები არიან“.

თანამედროვე სამყაროში დრო უფრო და უფრო სწრაფად გადის, ტექნოლოგიები დღითიდღე ვითარდება და იცვლება. ადამიანებისთვის კინო აღარ არის მიუწვდომელი და მაგიური სამყარო. თანამედროვე მაყურებელს უამრავი ინფორმაცია აქვს, მათ უკვე იციან, როგორ იქმნება ფილმები, რა ხერხებით, იცნობენ გადაღებების შიდა სამზარეულოს, მსახიობები ლაივ რეჟიმში ერთვებიან გადასაღები მოედნიდან. ჰოლივუდის ფილმების სარეკლამო კამპანიებზე იმდენი თანხა იხარჯება, რომ ადამიანებს აღარ აქვთ მოულოდნელობის ეფექტი ფილმის ნახვის შემდეგ.

თანამედროვე ტექნოლოგიებმა და მოწყობილობებმა ნებისმიერი ასაკის ადამიანებს თავად მისცა საშუალება, გადაიღონ ფილმები, დაამონტაჟონ, შეექმნან ვიზუალური ეფექტები, შეცვა-

---

---

ლონ ხმა. იუთუბის გზამკვლევეების მიხედვით სკოლის მოსწავლეს შეუძლია სპეცფექტების შექმნა. ბავშვების სათამაშო დრონების ხარისხი რამდენიმე წლის წინანდელი კინოკამერის ხარისხს უტოლდება და ა.შ.

ჯერ არ არის საკმარისი დრო გასული იმისათვის, რომ კინოს „განაჩენზე“ ვისაუბროთ, შეიძლება მოვიდეს დრო და ადამიანებს მოხებრდეთ სახლში ჯდომა და ალგორითმების ნაკარნახევი „პლასტმასის“ ფილმების ყურება; ან პირიქით, შეიძლება კინოთეატრი მართლა მუზეუმად გადაიქცეს და მომავლის ახალგაზრდებმა კინოეკრანებზე გასულ ფილმებს სმარტფონებით გადაუღონ და ლაივ რეჟიმში გამოაქვეყნონ სოციალურ ქსელებში. ვინ იცის...

#### ბიბლიოგრაფია:

- MK2 Films Catalogue – Room 999 – 2023 - <https://mk2films.com/en/film/situation/>
- Cannes Classics: Room 999 by Lubna Playoust by Geoffrey Macnab -18 May 2023 - <https://businessdoceurope.com/cannes-classics-room-999-by-lubna-playoust/>
- How Covid-19 is changing online streaming behavior globally by Research & Editorial -Mar 27, 2020 - <https://npaw.com/blog/how-covid-19-is-changing-online-streaming-behavior-globally/>
- The Propaganda Film - How Cinema Can Change The World, ივნისი, 2017 <https://www.youtube.com/watch?v=dhhRegzk1HE>
- Boris' Death from The Cranes Are Flying – 1957 - <https://www.youtube.com/watch?v=B3qCd3xLTp0>
- Nobody Knows How to Watch Movies Anymore, by Jason Kehe, WIRED, 15 ივნისი, 2022 - <https://www.wired.com/story/no-one-knows-how-to-watch-movies/>
- How Game of Thrones Should Have Ended - მაისი, 2019 - <https://www.youtube.com/watch?v=G0mncE14nVU>
- All the Ways Netflix Tracks You and What You Watch, by Kate O’Flaherty, ოქტომბერი, 2021 - <https://www.wired.co.uk/article/netflix-data-tracking-privacy>

- [Privacy in the EU and US: Consumer experiences across three global platforms – Pat Walshe](https://eu.boell.org/sites/default/files/2019-12/TACD-HBS-report-Final.pdf?dimension1=zora2019) - Heinrich-Böll-Stiftung Brussels European Union and the Transatlantic Consumer Dialogue (TACD), London, England, [გადამოწმებულია] 2019; <https://eu.boell.org/sites/default/files/2019-12/TACD-HBS-report-Final.pdf?dimension1=zora2019>
- All the Ways Netflix Tracks You and What You Watch, by Kate O’Flaherty, [გადამოწმებულია] ოქტომბერი, 2024; <https://www.wired.co.uk/article/netflix-data-tracking-privacy>
- Two-Thirds of U.S. Adults Would Rather Wait to Watch Movies on Streaming, [გადამოწმებულია] მარტი, 2024; <https://www.indiewire.com/news/analysis/movies-on-streaming-not-in-theaters-1234964413/>

## FILM STUDIES

Margalita Zubashvili,  
Shota Rustaveli Theater and Cinema State University of Georgia  
Ph.D. Student  
Supervisor – Doctor of Arts, Professor Giorgi Chartolani

### THE INFLUENCE OF ONLINE STREAMING PLATFORMS ON MODERN CINEMA

**Keywords:** *film industry, Netflix, online streamers, viewers*

#### Abstract

„Two-thirds of U.S. Adults Would Rather Wait to Watch Movies on Streaming“ A new poll by HarrisX, exclusive to IndieWire, found that 34 percent of U.S. adults prefer to watch movies in theaters, which means a solid two-thirds would rather wait for them to be released on streaming.

The competition continues between streaming services and the Hollywood engine. „While we still see evidence of loyal moviegoers in recent box office numbers, our study shows that 2 in 3 movie watchers prefer to stream movies at home“ – Alli Brady, VP at HarrisX, told IndieWire. „Despite this causing some upheaval for the industry, it also means that the demand for content is only increasing – nearly half of consumers say they stream movies weekly, more than 7 times as frequently as those who do so in theaters“.

Brady’s pollsters also found that 30 percent of us stream a movie two or more times per week – the same percentage of respondents said they go to movie theaters „a few times a year“.

Poll Results:

Advantages of watching a movie in a cinema:

- The experience of watching a movie on the big screen: 59%
- The quality of surround-sound systems: 47%
- Escaping from „distractions“ at home was important to them. 39%
- The movie is exclusively shown in theaters. 30%
- Advanced viewing technologies such as 3D, IMAX, etc.: 30%
- The experience of watching a movie with an audience.: 26%
- To watch a movie premiere or special screening: 25%
- Nostalgia: 24%

Disadvantages of watching a movie in a cinema:

- Cost of movie tickets: 53%
- Cost of concessions: 42%
- Comfort of viewing at home versus in a theater: 40%
- Concerns over sanitation and hygiene: 23%
- Inability to pause the movie or take a break: 22%
- They're just straight-up „uninterested“ 22%
- Distractions from other members of the audience: 19%
- Inconvenient travel (travel time to the theater, traffic, parking, etc.): 15%
- Selection of films showing: 13%
- Inconvenient theater locations: 13%
- Limited availability of or inconvenient show times: 11%
- Seat selection: 8%

How TV series change the function and purpose of the film industry

The role of cinema as one of the main media instruments was gradually weakened by television. Especially in the post-war period, when people found it more fun to sit in their slippers and watch TV commercials than to see an epic movie on a big screen in a hall full



of people, it was so-called escapism for the people who experienced war.

Escapism – you will meet and hear this term more and more often in the modern world. In the 21st century, the internet and the ocean of information have made people feel constantly anxious. People increasingly want to escape from reality, from everyday life, and this explains the abnormal popularity of TikTok, where millions of meaningless videos are posted and help people turn off their brains.

The function of escapism used to be performed by cinema for people. Hollywood, as the film factory, produced films of all genres for all audiences: comedy, detective, science fiction, western, etc., films that dragged people into their world for a few hours and made them forget about reality.

In the 90s of the last century, romantic comedies became especially popular, as did the so-called family movies („You’ve Got Mail“, „Pretty Woman“, „Stepmother“, „Home Alone“, etc.). These films were seemingly about ordinary people and everyday life, films made with light drama and humor where people recognized themselves or their loved ones.

At the beginning of the 20th century, with the rise in popularity of television series, movies gradually lost their function of escapism – presenting „everyday life“, which was also facilitated by the existence of social networks. Information and ratings on newly released TV series spread quickly. Unlike movies, TV series are released over a long period and leave the viewers with a constant feeling of excitement. Online space was covered by spoilers, comments, photos, video clips, and memes. The boom of serials was something like a game for certain people – who would watch more TV series, who would understand the intention of the creators, why one character said this to another, etc. This was accompanied by the creation of a new culture: YouTubers, who posted short videos on this or that topic, especially on popular TV series, and shared with viewers their thoughts on this or that season and episode of the series. Similar videos have millions of views on YouTube.

Without leaving home, people could already reach not only desired genre series but also search for them according to their

interests or profession. Already in thousands of TV series, you will surely meet ones about doctors, policemen, bankers, clerks, craftsmen, actors, etc., not to mention TV series about housewives and their daily problems.

At the same time, the creators of the series had ambitions to make their product equal to the quality of cinema, so more and more famous directors, cameramen, artists, and, most importantly, actors joined the series, even such big actors as Meryl Streep. Perhaps the „Stars“ realized that the audience switched to counting the Emmy awards more than the Oscars. You will often hear the phrases, „It’s a very cool TV series; it’s like a movie“, „TV series are much better than movies“, etc.

If you look at the revenues of the cinemas, the films based on the Marvel comics have the highest box office. There are many reasons for the popularity of these films: the „Marvel Universe“ was created in the 1960s of the last century, first in the form of comics, then animated films, and at the beginning of the 21st century, full-length feature films followed. In addition to superhero movies being the ultimate escapism, new superheroes have emerged over the decades, whose names are already ingrained in people’s collective consciousness. The number of Marvel heroes and their stories are incredible. Therefore, the audience knows for sure that after watching the film, they will see something new and spectacular. The popularity of these films is also supported by the tandem of famous and highly-paid actors and stars.

Unfortunately, modern Hollywood movies, not just Marvel productions, have become very similar to TV series aesthetically - in editing, acting, superficial dialogue, and clip art. The authors seem to be afraid of telling the story; they are afraid that the eyes and minds of people accustomed to the speed of scrolling through social networks will not be relaxed, and in the films they use such polished spectacles and such fast editing techniques that the audience cannot even catch up with the film. Every scene and shot seems to be pre-made for the audience to be transported online - as gifs, memes, and TikTok clips. These films are built on the principle of the series - there will be sequels - because Marvel films are released almost every year.

But not enough time has passed yet to talk about the „doom“ of cinema. The time may come when people are tired of sitting at home and watching „plastic“ movies dictated by algorithms. Or, on the contrary, movie theaters can turn into museums, and the young people of the future will take pictures of the films shown on the cinema screen with their smartphones and publish them live on social networks. Who knows...