

კინო, როგორც პიარის ინსტრუმენტი - როგორ აყალიბებდა მე-20
საუკუნის ქართული ფილმები კულტურულ იდენტობას

მარიამ ბერიშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებრივი ურთიერთობების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გიორგი მახარაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი

2025

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი - “კინო, როგორც პიარის ინსტრუმენტი - როგორ აყალიბებდა მე-20 საუკუნის ქართული ფილმები კულტურულ იდენტობას” წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესის შესაბამისად.

მარიამ ბერიშვილი

18.06.2025

მადლობა

მადლობას ვუხდით ჩემს კვლევაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს შეტანილი წვლილისთვის.

განსაკუთრებული მადლობა მინდა, გადავუხადო ჩემი სამაგისტრო ნაშრომის სამეცნიერო ხელმძღვანელს, გიორგი მახარაძეს, მითითებებისთვის, გვერდში დგომისა და კვლევის განხორციელების პროცესში გაწეული დახმარებისთვის.

აბსტრაქტი

თანამედროვე მსოფლიოში არაერთი საკომუნიკაციო ინსტრუმენტი არსებობს. 21-ე საუკუნეში კინო კიდევ უფრო მეტად გამოიყენება ადამიანებთან საკომუნიკაციოდ. ფილმებს საზოგადოებაზე ზემოქმედების ფუნქცია გააჩნია. ეფექტური ინსტრუმენტია სასურველი გზავნილების გადასაცემად, არაპირდაპირი გზით. თანამედროვე ეპოქაში კი ფილმებს პროდუქტის განთავსების ჭრილშიც საკმაოდ წარმატებულად იყენებენ. კვლევის ჩატარების მთავარი მიზანი არის, კინოს ფენომენის შესწავლა ადამიანებზე ზეგავლენის მოხდენის ჭრილში, რათა პიარ სპეციალისტებმა და არა მარტო, უფრო მეტად გაითვალისწინონ კინოს პოტენციალი.

ნაშრომის საკვლევი თემა ეხება მეოცე საუკუნის ქართულ ფილმებს, როგორც კულტურულ ფენომენს, რომელიც სცდებოდა მხოლოდ ხელოვნების სფეროს და მონაწილეობდა საზოგადოების ფორმირებაში. მეოცე საუკუნის ფილმები მონაწილეობდა ადამიანების ღირებულებების ჩამოყალიბებაში და ამგვარად ქმნიდა კულტურულ იდენტობას. ქართული კინო ნაკლებადაა გამოკვლეული, როგორც პიარის ინსტრუმენტი და ადამიანებზე ზემოქმედების ერთ-ერთი წყარო. კვლევის საგანია, ქართული ფილმები, რომლებიც ცნობიერად თუ ქვეცნობიერად მონაწილეობდა კულტურული იდენტობის ჩამოყალიბებაში. კვლევის მიზანია, გაარკვიოს ქართული კინოს საზოგადოებაზე ზემოქმედების არეალი, როგორ ახდენდა გავლენას მეოცე საუკუნის ქართული კინო კულტურული იდენტობის ჩამოყალიბებაში და როგორ ცვლიდა საზოგადოებრივ ღირებულებებს.

კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, ჩატარდა ორეტაპიანი კვლევა. რაც ითვალისწინებს, პირველ ეტაპზე რაოდენობრივი კვლევის ჩატარებას, ონლაინ გამოკითხვის მეშვეობით შედგა ნახევრადსტრუქტურირებული კითხვარი. რაოდენობრივი კითხვარის საშუალებით გამოიკითხა 122 ადამიანი. საქართველოში

მცხოვრები ქალები და მამაკაცები, ასაკობრივი ზღვარი არ დაწესებულა. ხოლო უფრო ღრმა პასუხების მისაღებად, თვისებრივი კვლევის ფარგლებში, ფენომენოლოგიური დიზაინით, ჩატარდა სიღრმისეული ინტერვიუები (n=8) შედარებით ასაკოვან ადამიანებთან, 40+ ასაკის წარმომადგენლებთან, რომლებიც მოესწრნენ ფილმების გამოსვლას და აღნიშნულ ფილმებზე აღიზარდნენ.

მიღებული შედეგების საფუძველზე, სამაგისტრო ნაშრომში არსებული ინფორმაცია დაეხმარება ადამიანებს, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ქართული კინოს გამოკვლევით, კინომცოდნეებისთვის, ქართველი პიარ სპეციალისტებისთვის, რომლებიც კინოზე, როგორც პიარის ერთ-ერთ ინსტრუმენტზე გაამახვილებენ ყურადღებას. არსებული ინფორმაცია საშუალებას იძლევა შეიქმნას თეორიული ჩარჩო, სამომავლოდ სწორი კვლევის საწარმოებლად.

ამგვარად, კვლევის შედეგების მიხედვით გამოიკვეთა, რომ მეოცე საუკუნის ფილმები საზოგადოებაზე ახდენდა როგორც ემოციურ ზემოქმედებას, ისე ღირებულებით ჭრილშიც მოქმედებდა. ვინაიდან წინარე კვლევა ეხება მეოცე საუკუნის ქართულ ფილმებს და მათ გავლენას საზოგადოებაზე, სამომავლოდ სწორი იქნება გამოიკვლიონ თანამედროვე ქართული კინო და საზოგადოებასთან ურთიერთობა. თანამედროვე კინო საქართველოს ბრენდინგის ჭრილშიც შესაძლოა განხილულ იქნას.

საკვანძო სიტყვები: ქართული კინო, კინო და კულტურული იდენტობა, კინო პიარის ინსტრუმენტის ჭრილში, გავლენის მოხდენა საზოგადოებაზე.

Abstract

In the modern world, there are numerous communication tools. In the 21st century, cinema has become an even more widely used medium for communication with audiences. Films possess the ability to influence society and serve as an effective instrument for delivering desired messages in an indirect manner. In the contemporary era, films are also successfully used as a platform for product placement.

This research explores Georgian films of the 20th century as a cultural phenomenon that goes beyond the realm of art and participates in shaping society. The films of this era contributed to the formation of individual and collective values, thus playing a role in the construction of cultural identity. Georgian cinema has been insufficiently studied as a tool of public relations and as a means of influencing people; therefore, this study investigates how Georgian films—consciously or unconsciously—took part in shaping cultural identity.

The aim of the research is to examine the impact Georgian cinema had on society—how it contributed to the formation of cultural identity and how it influenced societal values in the 20th century.

In accordance with the research objectives, a two-stage methodology was applied. At the first stage, a quantitative study was conducted through an online semi-structured questionnaire. A total of 122 individuals residing in Georgia—both women and men of varying ages—participated in the survey. In order to gain deeper insights, a qualitative study was also conducted using a phenomenological research design. In-depth interviews were held with individuals aged 40 and above who had first-hand experience of the films when they were released and who grew up with them.

Based on the findings, the results of this thesis may be valuable for those interested in Georgian cinema—film scholars, public relations professionals, and researchers focusing on cinema as a PR instrument. The data may serve as a foundation for developing a theoretical framework for future research.

Thus, the results of the study reveal that 20th-century Georgian films had both emotional and value-based influence on the public. As this research focuses on the impact of 20th-century cinema, future studies might investigate contemporary Georgian films and their interaction with society. Furthermore, modern Georgian cinema could also be explored from the perspective of national branding.

Key words: Film as a PR tool, Georgian cinema and Collective memory, cinema's influence on society.