

<https://fashionholicsonline.com/%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%9D-%E1%83%9B%E1%83%92%E1%83%90%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%91%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%A8%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%A0/>

საქართველოში მოდის მიმართულებით განათლების საჭიროებასა და გამოწვევებზე

NINO IMERLISHVILI 12/03/2021

მოდის ინდუსტრია, როგორც ერთი დიდი სისტემა, საკუთარ თავში უამრავ კომპონენტს აერთიანებს. პოდიუმზე წარმოდგენილ კოლექციებს გაქილებით დიდი ბექგრაუნდი აქვს, ვიდრე ეს ზედაპირზე ჩანს. დასრულებული დიზაინი ხანგრძლივი შემოქმედებითი და საგანმანათლებლო პროცესის ფინალური ეტაპია. ამის გათვალისწინებით, Fashionholics Online-ის მკითხველისათვის განსაკუთრებით საინტერესო უნდა იყოს ჩვენი ინტერვიუ კულტურის კვლევების დოქტორთან – ნინო მგალობლიშვილთან, რომელიც ამჟამად თბილისის სამხატვრო აკადემიის მოდის დიზაინის მიმართულების ხელმძღვანელია. გარდა ამისა, ნინო მგალობლიშვილი Georgian Fashion Foundation-ის გუნდის წევრიცაა, ახალი უმნიშვნელოვანესი პროექტის, რომლის მისიაც ქართული მოდის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენლების ხელშეწყობაა. რამდენადაც ჩვენი რესპოდენტის კარიერა საქართველოში მოდის მიმართულებით განათლებასა და კვლევას უკავშირდება, ინტერვიუც სწორედ აღნიშნული საკითხის ირგვლივ წარიმართა.

ნ.მ. - განვითარებულ ქვეყნებში დიზაინი ძალზე მოთხოვნადია ბიზნესის სამყაროში და ერთ-ერთი ყველაზე პრესტიჟული და განვითარებადი პროფესიაა. ზოგადად, დიზაინ-განათლებაში მიმდინარე ცვლილებები - ყოველთვის ანარეკლია საზოგადოებაში არსებული ვითარებისა. მოთხოვნილება ამ დარგის სპეციალისტების სპეციალურ მომზადებაზე გაჩნდა XIX-XX ს.ს. გადასაყარზე, როდესაც ტანსაცმლის წარმოებამ მასიური და მასშტაბური ხასიათი მიიღო. ასევე, როდესაც XX-XXI ს.ს მიჯნაზე მსოფლიო ბაზრის კონიუნქტურა საგრძნობლად შეიცვალა, ამ მოვლენამ პირდაპირი გავლენა მოახდინა მოდის პროფესიულ სფეროზეც. კარდინალურად შეიცვალა თვით დიზაინერის პროფესიის მოდელი, რომელიც შემოქმედებაში სრულ თავისუფლებას იძლევა და, შესაბამისად, შეიცვალა დიზაინერის მომზადებაც. უნდა ითქვას, რომ მთელი 20-ე საუკუნის განმავლობაში დიზაინერული განათლების საბაზისო ცოდნად პროპედევტიკა ითვლებოდა - მარტივი შესავალი კურსები, რომლებიც ასწავლიან რთულ ფორმებში მარტივის დანახვას, ნებისმიერი ფორმის სანყის შემადგენელ ელემენტებად დაშლას და ა.შ. მაგრამ დიზაინერული საქმიანობის მეთოდოლოგიური საფუძვლების შემუშავება იწყება 1960-იანების ბოლოდან - 1970-იანი წლების პირველი ნახევრიდან. ასე, მაგალითად, 1960 წლებში აქტუალური გახდა Bauhaus-ისა და ულმის სკოლაში შექმნილი პროგრამები; მთელი 1970-იანი წლები განათლებაზე ტრადიციული მხატვრული დისციპლინების გავლენა მოქმედებდა; 1980-იანებიდან დიზაინი მარკეტინგის ინსტრუმენტი ხდება (უმაღლესი სასწავლებლების

დისციპლინები ფართოვდება მომხმარებლობის ფსიქოლოგიისა და მარკეტინგის საფუძვლების თეორიული კურსებით), დიზაინის სწავლება საპროექტო სამუშაოებისაკენ იხრება; აუცილებელია ტექნოლოგიების შესწავლა. ზოგადად, დიზაინერთა პროფესიონალური მომზადება პირობითად შეიძლება განისაზღვროს როგორც გადასვლა კონცეფტუალურ, ჰუმანიტარულ, პრობლემატურ მიდგომებისაკენ. დღეს ანალიტიკური აზროვნება, რომელიც დაფუძნებულია უკვე არსებული ინფორმაციის ინტერპრეტაციაზე, აღარ არის საკმარისი. თანამედროვე ფეშენ-განათლება - ეს არის საგანმანათლებლო სტანდარტების აუცილებლობა და საავტორო შემოქმედება საკუთარი ინტერესებისა და თანამედროვე რეალიების გათვალისწინებით. ამიტომ ხარისხობრივი გარდაქმნებისათვის აუცილებელი გახდა დიზაინერული აზროვნების პრინციპულად სხვა ტიპი - სინთეზირებისა და ახალის შექმნის უნარი. შესაბამისად იცვლება ტრადიციული წარმოდგენები დიზაინერთა პროფესიონალური მომზადების შინაარსსა და მიზნებზე.

ნ.ი.- მოდაში განათლების საჭიროებაზე საუბრისას, ხშირად ვაწყდებით მოსაზრებებს იმის თაობაზე, თუ რამდენად არის მოდა, შემოქმედებითი ინდუსტრია ის, რისი სწავლაც შეიძლება. საზოგადოების ნაწილი ფიქრობს, რომ დიზაინერის საქმიანობა თანდაყოლილი ნიჭის შედეგია, რომელშიც განათლება არ თამაშობს დიდ როლს. ამ მოსაზრების კონტრარგუმენტად ჩვენი რესპოდენტი მნიშვნელოვან გარემოებებს უსვამს ხაზს:

ნ.მ. - უდავოდ, „დიზაინერის საქმიანობა შემოქმედებითი პროცესია, რომელიც თანდაყოლილ ნიჭთან არის დაკავშირებული“, მაგრამ პრინციპულად არ ვეთანხმები ამ პოსტულატის მეორე ნაწილს, რომელიც გულისხმობს, რომ „განათლება არც იმდენად მნიშვნელოვანია“. რა თქმა უნდა, ნიჭი იძლევა საწყისს, მოტივაციას. ტალანტი და მონაცემები მართლაც მნიშვნელოვანია, მაგრამ მხოლოდ ნიჭის იმედით დიზაინშიც შეუძლებელია წარმატების მიღწევა. სამყარო ჩვენს ირგვლივ ძალიან სწრაფად იცვლება, სივრცე დამუხტულია ახალ-ახალი ინფორმაციით. დღევანდელ, მაღალი ტექნოლოგიებით გაჯერებულ ციფრულ საუკუნეში აუცილებელია მრავალმხრივი ცოდნა და მუდმივად განახლებად გამოწვევებთან გამკლავება. ამიტომ ჩემი ღრმა რწმენით, წარმატების ერთ-ერთი აუცილებელი საწინდარია ფუნდამენტური ზოგადი განათლება, რომელიც გაძლიერებულია პროფესიონალური პრობლემების, კონცეფტუალიზაციის, იდეების ვიზუალიზაციისა და კომუნიკაციის სწავლებით, საპროექტო სამუშაოებით. დიზაინერული განათლება - ეს არის ჩონჩხი, ფუძე, რომელზეც შემდგომში მრავალი თავისებურება წარმოიქმნება - გუნდური მუშაობა, ბაზრის ანალიზი კონკრეტულ მომხმარებელზე გათვლილი, კომპანიებთან ურთიერთშემოქმედება და მრავალი სხვა აუცილებელი ცოდნა; სპეციალიზირებული განათლება Fashion-ინდუსტრიის მკაცრ კანონებში გარკვევის ინსტრუმენტია. დიზაინერს თუ გადანყვეტილი აქვს საკუთარი წარმოებისა თუ ბრენდის შექმნა და წარმატებული კარიერა აავსოს, მან უნდა მიიღოს განათლება, რადგან საქმიანობის პროცესში აუცილებლად წააწყდება გარკვეულ პრობლემებს ეკონომიკის, იურისპრუდენციისა თუ ფსიქოლოგიის სფეროდან; უნდა ქონდეს წარმოდგენა თანამედროვე სამყაროში fashion-ბიზნესის სპეციფიკური ფუნქციონირების შესახებ. მართალია, XX საუკუნის ბევრ დიდ დიზაინერს არ ჰქონდა სპეციალური განათლება, მაგრამ სტატისტიკა გვიჩვენებს, რომ ჩვენს დროში სპეციალური მომზადების გარეშე ამ სფეროში წარმატების მიღწევა ძალიან რთულია. და თუ თანამედროვე

დიზაინერისათვის აუცილებელია ბიზნეს-აზროვნება, მოდის ინდუსტრიის სირთულეების გააზრება, ეს ნიშნავს, რომ საქართველოში უნდა ჩამოყალიბდეს საკუთარი ძლიერი მოდის ინდუსტრია, რომელიც მოიცავს ყველა სფეროს: განათლებას, წარმოებას, გაყიდვების არხებს და ა.შ., ანუ, ისეთი ინდუსტრია, რომელიც თავად განსაზღვრავს და დააწესებს პროფესიულ მოთხოვნებს დაქირავებული სპეციალისტების ხარისხის მიმართებაში.

ნ.ი. - რაც შეეხება მოდის განათლების სისტემას ჩვენს ქვეყანაში. ზედაპირზეც კარგად ჩანს, რომ ამ მხრივ უამრავი გამოწვევები არსებობს, თუნდაც, ზოგადად საქართველოში არსებული განათლების სისტემური ხარვეზების გამო, რომლებიც თავის მხრივ, თანამედროვე სამყაროს საჭიროებების არასათანადოდ შეფასებასა და გადააზრებასთან არის კავშირში. თუმცა, ინტერვიუს დროს, საკითხის სიღრმისეულად განხილვამ არსებული პრობლემების გაანალიზების შესაძლებლობა მოგვცა.

ნ.მ. - მთლიანობაში განათლების სფეროში მიმდინარე პროცესები თანაბრად ვრცელდება დიზაინის განათლების სფეროზეც. წლების განმავლობაში საქართველოში რეფორმირების განხორციელების მრავალი გზა სპონტანური იყო, საბოლოო შედეგის მისაღწევად არ ჰქონდა გააზრებული გეგმა და პროგნოზები. Fashion-განათლებაც, როგორც უმაღლესი მხატვრული განათლების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სეგმენტი, ბუნებრივია, საგანმანათლებლო კრიზისის ეპიცენტრშია. ერთ-ერთი უმთავრესი მიზეზი - კრეატიული განათლების კლასიკური პროგრამა უმაღლეს სასწავლებელში უზრუნველყოფს ცოდნის ფართო სპექტრს, მაგრამ იგი არ ითვალისწინებს განვითარებადი ინდუსტრიის მოთხოვნილებათა სწრაფ ცვლადობას; არ არის გაავლისწინებული თანამედროვე ტანსაცმლის წარმოების სეზონური ხასიათი, მისი დინამიზმი და არასტაბილურობა; ასევე არ არის გათვალისწინებული უამრავი პროფესია, რომელიც ემსახურება ამ დარგს: Fashion-მენეჯერები, Fashion-მარკეტოლოგები, Fashion-მერჩენდაიზერები, Fashion-ჟურნალისტები; არ არის შესაბამისი ინფრასტრუქტურა თავისი ყველა შემადგენელი რესურსით და ა.შ. და, რა თქმა უნდა, დიზაინერული განათლების პრობლემები პროპორციულ დამოკიდებულებაშია ასევე მოდის ინდუსტრიის არ არსებობაზე. აქედან წარმოიქმნება უნივერსიტეტის საგანმანათლებლო მიზნებსა და მოდის ბაზრის მოთხოვნებს შორის არსებული შეუსაბამობა. შედეგად, მიუხედავად საინფორმაციო და კულტურული ღიაობის პოზიტიური ტენდენციებისა, კერძოდმათავრებულები არ არიან მარკეტინგზე ორიენტირებულნი. დღეს Fashion-განათლებაში მწვავედ დგას კითხვა: რამდენად წარმატებული და კონკურენტუნარიანები ვიქნებით? რის გაკეთებას შევძლებთ? არანაირ სირთულეს არ წარმოადგენს, დავინახოთ დიდი განსხვავება ქართულსა და ევროპულ საგანმანათლებლო პროცესებს შორის. დასავლეთში დღეს არსებული მოდელი ვითარდებოდა მრავალი ათეული წლის განმავლობაში. საგანმანათლებლო დანესებულებები, რომლებიც მოდის ინდუსტრიას სპეციალისტებით ამარაგებდნენ, ორიენტირებულნი იყვნენ მისი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. საქართველოში ყველაფერი განსხვავებულად იყო ... ამიტომ, როდესაც ვამბობთ, რომ "დიზაინ-განათლება ახალ მოთხოვნებს დღეს ვერ აკმაყოფილებს", ეს განათლებაში ხარვეზები კი არაა, ეს იყო საბჭოთა სისტემის თავისებურებები, რომლებიც არსებობდნენ საბაზრო ეკონომიკისა და კონკურენციის ჩამოყალიბებამდე: არ იყო თავისუფალი ბაზარი, დიზაინერები მუშაობდნენ სხვა პარადიგმაში.

ნ.ი. - საქართველოში მოდის მიმართულებით განათლებაზე საუბრისას, აუცილებელია აღინიშნოს ახალი მიდგომებისა და მეთოდოლოგიის გათვალისწინებით შემუშავებული ცალკეული პროგრამებიც. ნინო მგალობლიშვილთან საუბრისას შევეხეთ საინტერესო საგანმანათლებლო პროექტს, სახელწოდებით “ალტერნატიული დისკურსი”, რომელიც საკმაოდ წარმატებული აღმოჩნდა.

ნ.მ. - 90-იანი წლებიდან საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბება ახალი ტიპის სპეციალისტის მომზადებას მოითხოვს. საკითხი, თუ რა მიმართულებით განვითარდება უახლოეს მომავალში ქართული დიზაინ-განათლება საქართველოში წამოიჭრა მთელი სიმწვავეთ. ამიტომ დღეს ჩვენი პედაგოგიური საქმიანობა მიმართულია სამამულო უმაღლესი სკოლის გამოცდილების კრიტიკული გააზრებისაკენ, შეძლებისდაგვარ ცვლილებებისაკენ და იმყოფება საერთაშორისო გამოცდილების შესწავლის მუდმივ რეჟიმში. ცალსახაა, რომ დასავლეთის საგანმანათლებლო პროცესის მდიდარი გამოცდილების გათვალისწინებით, აუცილებელია განათლების განვითარების ძირითადი მიმართულებების განსაზღვრა, თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენება, განათლების მჭიდროდ დაკავშირება მოდურ პრაქტიკასთან; საჭიროა განათლების ისეთ ფორმაზე გადასვლა, რომელიც ემყარება თანამედროვე ეკონომიკურ, სამრეწველო, ტექნოლოგიურ და ესთეტიკურ ცოდნას, პრობლემებს, სიტუაციებს. შესაბამისად, სასწავლო გეგმა უნდა შეიცავდეს ბიზნეს დისციპლინების ერთობლიობას, დაწყებული მარკეტინგიდან, დამთავრებული მერჩენდაიზინგით, ასორტიმენტის შემუშავებით, კოლექციის წარმოებითა და მენარმეობის საფუძვლებითაც კი, პიარის ცოდნით და ა.შ. ჩემთვის უდავოა, რომ, მიჰყვება რა თავის განვითარებაში დასავლურ მოდელებს, საქართველოს შეუძლია და უნდა გამოიყენოს ეს გამოცდილება. უნდა შემუშავდეს ისეთი კვალიფიკაციის ნაციონალური სტრუქტურა, რომელიც შესაბამისობაში იქნება უმაღლესი განათლების ევროპულ-ამერიკული სივრცის კვალიფიკაციის ძირითად სტრუქტურასთან. მანამდის კი ჩვენ ვიმყოფებით მექანიზმებისა და ინტეგრაციის მეთოდების განუწყვეტლივ ძიებაში, ვცდილობთ დამოუკიდებლად განვსაზღვროთ მეთოდოლოგიური პრინციპები და საგანმანათლებლო მოდელი. ამ მხრივ, გარკვეულ ინტერესს წარმოადგენს ჩვენს მიერ შემუშავებული დიზაინის სწავლების კონცეფცია, კონცეფცია ითვალისწინებს დისციპლინათაშორისი კავშირებს, სტუდენტთა საგანმანათლებლო საქმიანობას განიხილავს როგორც ცოდნის, უნარებისა და თვისებების შეძლებისდაგვარად დამოუკიდებლად ძიებას სიტუაციის, ზესიტუაციის და შემოქმედებითი აქტივობის გათვალისწინებით. როდესაც ამ კონტექსტში ვსაუბრობთ, არ შეიძლება არ ვთქვა, რომ არსებული დაბრკოლების, ბარიერის და თუნდაც ირგვლივ გარკვეული ნეგატიური გარემოს არსებობისას, ძალიან რთულია შეინარჩუნო მოტივაცია და მონაწილეობის სიმაღლეზე იყო, თუმცა დასახული მიზნის მიღწევაში გვეხმარება საბოლოო შედეგზე ორიენტირება და ჩვენი შინაგანი ჟინი. ამ რთულ სიტუაციაშიც კი, რომელშიც ქართული Fashion-განათლებაა, ჩვენ მოდის დიზაინის მიმართულებამ, შეძლებისდაგვარად, ვცდილობთ არსებული სტანდარტების ჩარჩოს გაფართოება პროგრამების განახლებით, საავტორო პროგრამების და ახალი სასწავლო დისციპლინების შემოღებით - მერჩენდაიზინგი, ციფრული, საკომუნიკაციო, ბიზნეს ტექნოლოგიები, მოდის ფსიქოლოგია და ა.შ. აქედან ნაწილი უკვე აპრობირებულია შესაბამის სპეციალობებზე, ნაწილის აპრობირება ამ სემესტრიდანაა დაგეგმილი... ვფიქრობთ, საინტერესო და ეფექტურია დიპლომის ახალ ვერსიით დაცვა (სტუდენტური

პროექტით გაფორმებული სარეკლამო კამპანიებით, ბიზნეს-პრაქტიკოსების ჟიური, ბიზნეს კამპანიების ჩართულობა წამახალისებელი პრიზებით) ... შემუშავების პროცესში ჩვენ ვეყრდნობოდით იმ ქვეყნების საერთაშორისო გამოცდილებას, რომლებშიც დიზაინერულმა, შემოქმედებითმა განათლებამ მიაღწია გარკვეულ წარმატებებს. ასევე ვითვალისწინებთ, რომ საგანმანათლებლო პროცესში საკუთარი თავისებურებების გათვალისწინება გაგვიადვილებს ოპტიმიზაციის ახალი უნარების და მიდგომების შემუშავებას. აქვე უნდა დავაზუსტო, რომ სასწავლო პროცესის ახალი დისციპლინებით გამდიდრება არ მიმდინარეობს მხატვრული უნარების განვითარების უგულველყოფისა და მხატვრული დისციპლინების სწავლების შესუსტების ფონზე. ინტერვიუს ფორმატი არ მაძლევს საშუალებას ვისაუბრო კონკრეტულად იმ პედაგოგიურ საქმიანობაზე, რასაც ვახორციელებთ სახელმწიფო სტანდარტების პირობებში, რომლის გარღვევასაც ჩვენ ვცდილობთ. მაგრამ ძალიან გვეამაყება და არ შემიძლია არ აღვნიშნო ძალზე აუცილებელი, საპილოტო პროექტი „ალტერნატიული დისკურსი“, რომელიც ორიენტირებულია დიზაინერების მომზადების შესაბამისობაზე მოდის ბაზრის საჭიროებებზე. ამ პროექტის ჩარჩოში შეიქმნა კოლაბორაცია ქართული მოდის ბიზნესის ლიდერებთან. ზურა მგალობლიშვილი, თამუნა ინგოროყვა, გიორგი შალაშვილი, ეტა ბექაია, სიმონ მაჩაბელი, გუგა კოტეტიშვილი, Ewst Elena, რუსა ჯანაშია, სალომე მიქაშავიძე, დათუნა სულიკაშვილი, გიორგი ჩემინავა... - ეს არასრული ჩამონათვალია, ვინც, მაღლიერებით უნდა ითქვას, თავისი ლექციათა კურსებით და პროექტებით სრულიად უანგაროდ უზიარებენ საკუთარ გამოცდილებას ჩვენს სტუდენტებს. ასევე მინდა აღვნიშნო RIA KEBURIA Gallery მიერ დაფინანსებული რეზიდენტურა, ჯულიან რობერტსისა და გურამ წიბახაშვილის მოწვევა საავტორო სალექციო კურსებით... . იმედს ვიტოვებთ, ვიდრე შემუშავდება სრულიად ახალი, საბაზრო ურთიერთობებზე გათვლილი სასწავლო პროგრამები, დღევანდელი ჩვენი სტრატეგიის განხორციელება თავისი საპილოტე პროგრამებით, რომლებიც ადგილობრივ და საერთაშორისო სპეციალისტებს მიჰყავთ, ქართულ დიზაინ-განათლებას საერთაშორისო საგანმანათლებლო სივრცესკენ გაუსხნის გზას.

ნ.ი. - როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მოდაში განათლების ხარვეზები პირდაპირ კავშირშია თანამედროვე მოდის იდუტრიის მდგომარეობასთან. საქართველოში ინდუსტრიის გამოწვევების განხილვისას, ერთი მნიშვნელოვანი დეტალი გამოიკვეთა – სამწუხაროდ, სახელმწიფო ეკონომიკური და კულტურული განვითარების პროცესში, მოდას სათანადო სტრატეგიულ მოცემულობად არ აღიქვამს. შესაბამისად, სირთულეების გამოწვევების დიდი ნაწილიც, სწორედ ამ ინდუსტრიის შესაძლებლობების დაუფასებლობიდან მომდინარეობს. იმისათვის, რომ მოდა განვითარდეს, აუცილებელია ეს გამოწვევები შესაბამისი მასშტაბებით შეფასდეს და მისი გადაჭრის გზებზე მსჯელობა დაიწყოს.

ნ.მ. - მიუხედავად გარკვეული წინსვლისა, გვინევს კონსტატირება, რომ ქართული მოდა ჯერ კიდევ რჩება ქართული ბაზრის უკანა პლანზე, ვინაიდან უცხოურ მეტოქეებთან კონკრეტული უპირატესობა არა აქვს. დღეისათვის ჯერ კიდევ რთულია განსაზღვრო ქართული მოდის მდგომარეობა საერთაშორისო კრიტერიუმების თვალსაზრისით.

მიუხედავად მოდური პროცესის გააქტიურებისა, მოდის ინდუსტრია არ არსებობს. ეს მწვავე დისკუსიებისა და ცალკე საუბრის თემაა. ხშირად მითქვამს, და ახლაც გავიმეორებ, რომ მოდის ინდუსტრიის არსებობისათვის მნიშვნელოვანია სახელმწიფო სტრატეგიის ჩამოყალიბება და ფინანსური მხარდაჭერა. მითუმეტეს, რომ,

ეკონომიკური ეფექტურობის თვალსაზრისით, Fashion-ინდუსტრიის განვითარება ძალზე მომგებიანია სახელმწიფოსათვის. სამწუხაროდ, ეს პრობლემა დღემდე მოუგვარებელია.

პრაქტიკულად განვითარებელია ინფრასტრუქტურაც. მსუბუქი მრეწველობა, რომელიც ერთ-ერთი წამყვანი დარგი იყო საბჭოთა საქართველოში, დიდი ხანია აღარ არსებობს. არ არის ქსოვილების წარმოება, განუვითარებელია სარეკლამო კომპანიები, სუსტია რიტეილერები. ქართველ დიზაინერთა შემოსავალი, ძირითადად, მწირია. დიზაინერები პრაქტიკულად ნულოვანი სასტარტო მდგომარეობიდან ეწერებიან ახალ რეალობაში და იძენენ არსებობის გამოცდილებას მოდის ბაზრის მიერ შემოთავაზებული გარემოებების შესაბამისად. აუცილებელია სასტარტო დაბანდებები სახელმწიფოს მხრიდან, სახელმწიფოს მხრიდან კი, როგორც ვთქვი, რაიმე რეალური მოქმედება მოდის ინდუსტრიის მიმართ არ ხორციელდება. დამწყებ ქართველ დიზაინერებს უხდებათ სამუშაოს დანყება ტექნოლოგიების გარეშე. ისინი თვითონ „იგონებენ ველოსიპედს“, წერგავენ საკუთარ ბიზნესს – ფორმულებს პრაქტიკაში, მოქმედებენ ცდებისა და შეცდომების მეთოდით, რათა შესაბამისობაში აღმოჩნდნენ იმ წესებთან, რომლებითაც ყალიბდება ბაზარი საქართველოში. და მაინც, ყველა სეზონზე კოლექციების შექმნა თანადროულ საქართველოში არამომგებიანი საქმეა. ლაპარაკიც არ არის მასობრივ წარმოებაზე ან მსხვილ ბრენდებზე. პრობლემას ასევე წარმოადგენს დასავლური ტექნოლოგიების შეუთავსებლობა ქართულ რეალიტეტთან, მათი ადაპტაცია ქართული ბიზნეს-კონტექსტისადმი; არ არის კარგი საბაჟო და საგადასახადო ბაზა, დიზაინერებს არ აქვთ შეღავათიანი კრედიტების აღების შესაძლებლობა თავიანთი ბიზნესის განვითარებისათვის; საქმიან სამყაროში და სახელმწიფო დონეზე მოდას საქართველოში არ აღიქვამენ, როგორც ბიზნესს. მოდის ბიზნესი ინვესტორებისათვის კონკურენტუნარიანი და მიმზიდველი რომ გახდეს, უპირველესად საჭიროა ფინანსური და საგადასახადო სტიმულები, უდავოა, რომ ინვესტიციების ჩადება ხარისხიან სამამულო შემოქმედებითი პროდუქციის შექმნაში უნდა იყოს სახელმწიფოს პრეროგატივა ან სამამულო ბიზნესმენტთა კერძო ინიციატივა. როცა მთავრობა ზრუნავს მაღალი მოდის, როგორც საბიუჯეტო შემოსავლის წყაროს, განვითარებაზე, მაშინ მოგებაშია ბიუჯეტიც და დარგიც. ამდენად, აღნიშნულ პერიოდში სახეზეა ფინანსირების ტოტალური ნაკლებობა, პროფესიონალური კადრების დეფიციტი, სათანადო სამართლებრივი ბაზისა და მასტიმულირებელი საგადასახადო პოლიტიკის არარსებობა. საქართველოში ბიზნესი ძირითადად დაკავებულია პოლიტიკითა და საკუთრების გადანაწილებით, ამიტომ მოდით ის ნაკლებად ინტერესდება. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში არიან კარგი დიზაინერები და არსებობს ახალი იდეებიც, მაინც ჯერ კიდევ არ მუშაობს ბიზნეს-მოდელები, რომლებსაც კარგი ნიმუშები შეუძლიათ აქციონ საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენტუნარიან კონვეიერულ წარმოებად. საერთო სიტუაცია, რომელიც დამახასიათებელია ამ პერიოდის საქართველოსთვის, ასეთია: დარჩენილი პროფესიონალების სიმცირე, პროფესიონალური მენეჯმენტის, ანყობილი თანამედროვე წარმოებისა და მკაფიოდ მოქმედი სისტემის არარსებობა. ჯერჯერობით ქართული საზოგადოება არის ტენდენციების მომხმარებელი და არა – მათი შემქმნელი.

ნ.ი. - ისეთი სფერო, როგორიც მოდაა, არცერთ ქვეყანაში არ ვითარდება ინერციით და ამ მხრივ გამონაკლისი არც საქართველოა. თუკი გადავხედავთ ისტორიულ გამოცდილებას, კარგად დავინახავთ, რომ რიგ შემთხვევებში, მოდა სწორედ ის მექანიზმი აღმოჩნდა, რამაც გლობალური მოდის ცენტრის სტატუსით ქვეყანა

ეკონომიკური აღმავლობის გზაზე დააყენა. იქამდე, სანამ ამას შესაბამისი ინსტიტუციები საფუძვლიანად გაიაზრებენ, უნდა აღინიშნოს, რომ ამ სფეროში მოღვაწე სხვადასხვა პროფესიონალის ინიციატივით და დაუღალავი მცდელობით, დღეს ქართული მოდა მსოფლიო მოდის რუკაზე უკვე გამოკვეთილად ჩანს – ამ სტატუსს კი შენარჩუნება და პოზიციების გამყარება სჭირდ

ნ.მ. - 20-ე საუკუნის საქართველოში მოდა წარმოადგენდა ერთგვარ უძრავ სუბსტანციას, რომლის ძირითადი სტანდარტი აღინიშნებოდა შემდეგნაირად - „თითოეული როგორც ყველა“. სხვა სურათია დღეს. ჩვენს ცხოვრებაში მკვიდრდება დასავლური სტერეოტიპები და ქცევის სტილი. მართალია, ყველაფერი იმ სქემით მიმდინარეობს, რომელიც, მაგალითად, ფრანგულმა მოდამ უფრო გამარტივებულ ვარიანტში ათეული წლების წინ გაიარა, მაგრამ, ჩემი აზრით, ქართულ მოდას ბრწყინვალე მომავალი აქვს. და ამ თეზას გარკვეული წინაპირობები განსაზღვრავენ: ღიაობა სხვადასხვა ზემოქმედებების მიმართ, კლიმატურ და რეგიონალურ თავისებურებებთან შესატყვისობა; მრავალეროვნული სახელმწიფოს ტრადიციების გათვალისწინება; გამოცდილების გადამუშავების შემოქმედებითი ხასიათი და ა.შ. უფრო კონკრეტული რომ ვიყო, ჩამოვთვლი: კონკურენტუნარიანი ახალგაზრდა დიზაინერთა სიმრავლე; არაერთი სხვადასხვა ტიპის Fashion-პროექტები.

მინდა აღვნიშნო Mercedes-Benz Fashion Week და TBILISI“Be Next“-ი, რომელნიც უკვე წლებია ტარდება და, უდავოდ, ხელს უწყობენ ქართული მოდის დიზაინის წარმატებულ განვითარებას; ამასთან, ჩვენ გვყავს საკმაოდ გამოცდილი ნიჭიერი დიზაინერები, უკვე აღიარებული ქართული საზოგადოების მიერ; დღეს ქართველი დიზაინერები სერიოზულად უდგებიან თავიანთ პროფესიას, ვიდრე ადრე და ჩვენებსაც პროფესიონალებისთვის მართავენ და არა მხოლოდ მეგობრების თავშეყრისთვის. ჩნდება უფრო მეტი დამოუკიდებელი მარკა, რომელთა პროდუქციაც საერთაშორისო რეზონანსს იძენს. როგორც პრაქტიკამ გვიჩვენა, სირთულეებისა და გადაულახავი წინააღმდეგობების მიუხედავად, ქართველმა დიზაინერებმა შეძლეს თავისი ბრენდის შექმნა და განვითარება, საკუთარი მასობრივი მყიდველის პოვნა და ბიზნესის პრინციპულად ახალ დონეზე აყვანა; აგრეთვე გვყავს დიზაინერები, რომელთა შემოქმედება უფრო ევროპაშია ცნობილი, ვიდრე საქართველოში; უფრო მეტიც, ამ დიზაინერებმა ევროპაში შექმნეს საკუთარი წარმატებული ბრენდი და მათ საავტორო ტანსაცმელს ირგებენ საერთაშორისო არენაზე აღიარებული ცნობადი სახეები; ძალზე მნიშვნელოვანია არსებული ახალი იდეების სიუხვე, გამოუყენებელი ისტორიული ბაზა, მრავალწახნაგოვანი ქართული კულტურა; გამოჩნდა მომხმარებელთა ახალი კატეგორია საკმარისი შესაძლებლობებითა და კარგი გემოვნებით, უნარით შეათვასოს ნაკეთობების სტილი და ხარისხი... აი არასრული ჩამონათვალი ქართული მოდის მომავლის განმსაზღვრელი ფაქტორებისა. ამ პროცესებში შეუთასებელია სოფო ჭყონიას საქმიანობა.

რა თქმა უნდა, არსებობს სირთულეებიც, ზოგჯერ ამ ეტაპზე გადაულახავიც

ნ.ი. - როგორც შესავალში აღვნიშნეთ, სხვა წამყვან პროფესიონალებთან ერთად, ნინო მაგალობლიშვილი Georgian Fashion Foundation-ის გუნდის წევრია და აქტიურად არის ყველა იმ მნიშვნელოვან და იმედისმომცემ ინიციატივებში ჩართული, რომელმაც ქართულ მოდის ინდუსტრიას ახალი და ძალზედ საჭირო ბიძგი უნდა მისცეს. სწორედ ამიტომ, ინტერვიუს დასასრულს, იმ პროექტებზე ვისაუბრეთ, რომლებიც უახლოეს მომავალში ქართული მოდის ინდუსტრიის ერთ-ერთი ძირითადი მამოძრავებელი

ბირთვი იქნება. ცხადია ჩვენი ყურადღება მომავალშიც მნიშვნელოვნად ფოკუსირდება მასზე.

ნ.მ. - პანდემიის დაწყებამდე საქართველოს მოდის ინდუსტრიის განვითარებას მნიშვნელოვანი პერსპექტივები ჰქონდა - სტაბილური წინსვლა და შედეგები, საერთაშორისო ბაზრებზე მოთხოვნა, ონლაინ-ვაჭრობის ბუმი, გაყიდვების დამატებითი პროგნოზი. მაგრამ COVID-19 კრიზისმა საქართველოს მოდისა და ხელოვნების ინდუსტრიის განვითარებაც შეაფერხა. ინდუსტრიის განვითარებას ძლიერი საფრთხე ემუქრება და მხარდაჭერის გარეშე, მრავალი ნიჭიერი დიზაინერი ბიზნესის მიღმა შეიძლება დარჩეს. ამის საპასუხოდ სტარტი აიღო საერთაშორისო ორგანიზაციამ Art & Culture Center-Factory, ინდუსტრიების ნიჭიერი მოთამაშეების გლობალური აღიარების პლატფორმა, რომლის დამფუძნებელი და ორგანიზატორია სოფიო ჭყონია. ცენტრის მისიაა მხარში ამოუდგეს და ხელი შეუწყოს ყველა ხელოვანს, მიაღწიონ შემოქმედებით წარმატებას საერთაშორისო ასპარეზზე.

Art & Culture Center-Factory მოიცავს ასევე საგანმანათლებლო ცენტრს, რომლის მიზანია კულტურული და საგანმანათლებლო ინტეგრაციის იდეების განსახორციელებლად ურთიერთთანამშრომლობის ხელშეწყობა; კულტურის, ხელოვნებისა და დიზაინის შესახებ ცოდნის გაღრმავება და გავრცელება; მხატვრულ დისციპლინათა შორის - სახელოვნობოდან მოდის დიზაინამდე - ურთიერთკავშირების ხელშეწყობა და გამყარება. ამ ცენტრის წიაღში დაფუძნდა Georgian Fashion Foundation-ი - რომელიც თავის მისიად აცხადებს საქართველოს მოდის, ხელოვნებისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების საქმიანობის გაძლიერებას და მხარდაჭერას. დღეს საქართველოშიც გაჩნდა ძალიან დიდი იმედი და რეალური შესაძლებლობა შეიქმნას საერთაშორისო მნიშვნელობის გამორჩეული პროგრამა, რომელიც უზრუნველყოფს fashion - პროფესიაში ღრმად წვდომას/ათვისებას და საერთაშორისო მოდის სივრცეში საქართველოს ღირსეულ პოზიციონირებას.