შემოქმედებითი ინდუსტრიის კვლევის მხარდაჭერა საქართველოში

2021 წლის მარტი

ტომ ფლემინგი / შემოქმედებითი კონსულტაცია

შინაარსი

4 შესავალი

18 კვლევის შედეგად მიღებული გაკვეთილები/ დასკვნები

25 სტრატეგიული მოსაზრებები საქართველოსთვის

34 კვლევისა და მტკიცებულების ჩარჩო პროექტი და სამუშაო პაკეტი საქართველოსთვის

46 დასკვნა და შემდგომი ნაბიჯები

48 დანართი 1:
შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევა და რესურსებისა და საშუალებების „მეფინგი“/აღწერა

51 დანართი 2:
კვლევის სამუშაო პაკეტი

1. შესავალი

ამ მოკლე ანგარიშში მოცემულია შესავალი და მიმოხილულია პროექტი შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევის მხარდაჭერა საქართველოში ეს იყო საპილოტე ინიციატივა 3 კვლევის წინასწარ ჩატარების თაობაზე, რომლის საფუძველზე განისაზღვრებოდა საბაზისო მონაცემები შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის საქართველოში. საქართველოში ბრიტანეთის საბჭოს დახმარებით 2020 წლის დეკემბერში კომპანია „ტომ ფლემინგის შემოქმედებით კონსულტაციას“ (TFCC) დაევალა სსიპ „შემოქმედებით საქართველოსთან“ და განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის სამინისტროსთან თანამშრომლობა, რათა მხარი დაეჭირა კვლევითი პროექტისათვის, რომელიც მიზნად ისახავდა ქვეყანაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებას.

მოხსენებაში მიმოხილულია კვლევის მხარდაჭერის პროექტი და მისი მნიშვნელობა, აგრეთვე საილუსტრაციოდ წარმოდგენილია სამი პროექტი, რომლებიც შეირჩა ღია კონკურსის წესით, საპილოტე

კვლევითი პროექტების ჩასატარებლად. იგი ასევე გვთავაზობს მოკლე ანალიზს ამ პროექტის ძირითადი საგანმანათლებლო შედეგების შესახებ, ასახავს ზოგად რეკომენდაციებს მომავალი მკვლევრებისთვის (მათ შორის, მოცემულია პოლიტიკის შემუშავების პროცესში მისი მნიშვნელობა) და წარმოდგენილია ზოგადი კვლევის ჩარჩო და კვლევითი საშუალებები საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების შესასწავლად. აღნიშნული ხორციელდება იმ იმედით, რომ მთავრობა და მისი პარტნიორები გააგრძელებენ სექტორის მხარდაჭერას, მისთვის პრიორიტეტის მინიჭებას და უახლოეს მომავალში შეიმუშავებენ კოორდინირებულ და ამბიციურ პროგრამას შემოქმედებითი ინდუსტრიების განსავითარებლად.

რატომ არის ეს მნიშვნელოვანი

შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევის მხარდაჭერის პროექტი განხორციელდა მნიშვნელოვან ეტაპზე, ვგულისხმობთ, სახელმწიფო პოლიტიკის ცვლილებას კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისადმი, პროექტს აქვს ამბიციური გეგმები მწარმოებლური შესაძლებლობების გაზრდის, ინოვაციების წახალისებისა და ინკლუზიურობის ზრდის უზრუნველსაყოფად:

- კვლევის მხარდაჭერის პროექტი დაფუძნებულია ბრიტანეთის საბჭოსა და საქართველოს შორის მრავალწლიან თანამშრომლობაზე. ეს შეიძლება შეფასდეს, როგორც UK / GE სეზონის მემკვიდრეობა, რომელმაც გააღრმავა კულტურული ურთიერთობები ახალი თანამშრომლობითი პრაქტიკისა და Wardrop Dialogue 2020-ის დახმარებით, რამაც კიდევ უფრო განამტკიცა გაერთიანებული სამეფოს / საქართველოს ერთგულება თავდაცვის, უსაფრთხოების, ვაჭრობისა და კულტურის სფეროებში პარტნიორობის მიმართ.

- კვლევის მხარდაჭერის პროექტი უდიდეს როლს ასრულებს საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის განვითარების პროცესში, რაც ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი სიახლე იქნება,

განსაკუთრებით იმ ფონზე, რომ ქვეყანა განაგრძობს ურთიერთობების განვითარებას როგორც დასავლეთ ევროპასთან, ასევე მეზობელ ქვეყნებთან შემოქმედებითი პრაქტიკის ძლიერი ქსელების განსამტკიცებლად. იმავდროულად, როდესაც დიდი ბრიტანეთი Brexit-ის წინაშე დგას, მისი ურთიერთობა მთელს ევროპასთან უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე ოდესმე, და ძალიან ძველი კულტურული და სავაჭრო ურთიერთობა საქართველოსთან კვლავ ყურადღების ცენტრშია.

რა თქმა უნდა, კოვიდ-19-ის პანდემიამ და მისმა დრამატულმა ეკონომიკურმა და სოციალურმა გავლენამ გვაიძულა, ბევრ დეტალზე ყურადღება მიგვექცია. დაწყებული სტრუქტურული ცვლილებები უნდა დაჩქარდეს და სისტემური სისუსტეები შემოქმედებით ინდუსტრიებში უნდა შემცირდეს, განსაკუთრებით მიკროსაწარმოებისა და „ფრილანსერებისათვის“. საქართველოს მთავრობის ერთგულება ეროვნული რეფორმების განხორციელების პროგრამებში, რომელიც მიზნად ისახავს ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების მოგვარებას და საშუალო და გრძელვადიანი პერსპექტივების განმტკიცებას, საქართველოს მეტად აძლიერებს, ვიდრე ზოგიერთ სხვა ქვეყანას და დადებითი ტენდენციების მომასწავებელია შემოქმედებითი ინდუსტრიებისათვის, შეასრულოს მთავარი როლი ეკონომიკურ და სოციალურ აღორძინებაში.

მიუხედავად იმისა, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიები საქართველოში ჯერ კიდევ ჩამოყალიბების სტადიაზეა და ფრაგმენტულია, მას აქვს დიდი პოტენციალი უფრო ფართო ეკონომიკური ზრდისა და დივერსიფიკაციისთვის, იმ პირობით, რომ არსებობს სტრუქტურები და მტკიცებულებები, რომლებიც ხელს შეუწყობს პოლიტიკის შემუშავებასა და გადაწყვეტილების მიღებას. ინვესტიციების მოზიდვისა და ქვეყნის საერთაშორისო დონეზე პოპულარიზაციის, ტექნოლოგიური ინოვაციური ეკოსისტემებისა და პოლიტიკის წახალისების მუდმივი მცდელობები, მათ შორის კინოსა და მოდისთვის და CCI-ის განვითარებისათვის ხელშეწყობა, როგორც 2025 წლამდე ეროვნული კულტურის სტრატეგიის რვა პრიორიტეტიდან ერთ-ერთი, შესანიშნავი საფუძველია მშენებლობისათვის.

„ქვეყანაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება, ერთი მხრივ, დაკავშირებულია მონაცემთა და სტატისტიკური კვლევების სიმწირესთან და, მეორე მხრივ, სექტორის წარმომადგენელთა უნარების ნაკლებობასთან, როგორიცაა ორგანიზაციული მენეჯმენტი, კომუნიკაციისა და ბიზნესის უნარები“.

შემოქმედებითი საქართველოს სტრატეგიული გეგმა
2017-2019 წწ.

„შემოქმედებითი ეკონომიკა არ არის ერთი ავტომაგისტრალი, არამედ სხვადასხვა ადგილობრივი ტრაექტორიის/მიმართულების ერთობლიობაა. ამ ბილიკებიდან მრავალი შეგიძლიათ იხილოთ ქალაქებსა და რეგიონებში. აშკარაა, რომ ცოდნის მიღების შემდგომი ზღვარი დამოკიდებულია ადგილობრივ დონეზე ურთიერთქმედების, სპეციფიკისა და პოლიტიკის გააზრებასა და იმაზე, თუ როგორ შეიძლება პრაქტიკულად ხელი შეეწყოს შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარებას თემებში, ქალაქებსა და რეგიონებში“.

იუნესკოს შემოქმედებითი ეკონომიკის 2013 წლის ანგარიში

იუნესკო განსაზღვრავს CCI-ის, როგორც:

„ორგანიზებული საქმიანობის სექტორებს, რომელთა ძირითადი მიზანია კულტურული, მხატვრული ხასიათის ან კულტურულ მემკვიდრეობასთან დაკავშირებული საქონლის, მომსახურებისა და საქმიანობის წარმოება ან გამრავლება, პოპულარიზაცია, გავრცელება და / ან კომერციალიზაცია“.

1.1. შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევის მხარდაჭერის პროექტი – ზოგადი მეთოდი

TFCC-ის როლი შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევის მხარდაჭერის პროექტის განხორციელების პროცესში ხანმოკლე აღმოჩნდა, რადგან შემოიფარგლებოდა საპილოტე პროგრამით „შემოქმედებითი საქართველოსთვის“, ორგანიზაციამ ამავე დროს დაიწყო IFCD-ის მიერ მხარდაჭერილი კვლევითი პროგრამის – Creative Twist – განხორციელება. ჩვენი როლი იყო სახელმძღვანელო მითითებებისა და რჩევების მიწოდება და საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ძირითადი კვლევის ეფექტური მეთოდოლოგიის შემუშავება. ჩვენ ასევე ვმუშაობთ პარტნიორების დასახმარებლად შემდეგი მიმართულებით:

- ცნობიერების ამაღლება კვლევისა და „მეფინგის“ / აღწერის მნიშვნელობის შესახებ, პოლიტიკის შემუშავების, სტრატეგიული დაგეგმვისა და პროექტის მენეჯმენტის ინფორმირების მიზნით;

- სექტორის წარმომადგენლების წახალისება, იმუშაონ საქართველოში ქვესექტორებისა და ზოგადად, შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის საჭიროებებზე დაფუძნებული „მეფინგის“/აღწერის მიმართულებით;

- შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენელთა შესაძლებლობების განვითარებისთვის ხელშეწყობა კვლევისა და „მეფინგის“/აღწერის სტრატეგიის შემუშავების პროცესში;

- შემოქმედებით ინდუსტრიებში კვლევისა და აღნუსხვის მონაცემების გაჩენის დაწყება.

პროექტის ძირითადი არსი მგდომარეობდა სამი კვლევის ჩატარებაში, რომლის დროსაც TFCC-ი უზრუნველყოფს პრაქტიკულ დახმარებასა და ხელმძღვანელობას სამეცნიერო ჯგუფებისათვის, აგრეთვე – რჩევებს პოლიტიკის შესახებ შემოქმედებითი საქართველოს, სამინისტროსა და ბრიტანეთის საბჭოსთვის.

სსიპ „შემოქმედებითმა საქართველომ“ ჩაატარა ღია კონკურსი, რომ-ლის ფარგლებში კულტურის სექტორში არსებულ ორგანიზაციებს კონსორციუმებს განაცხადების შემოტანის შესაძლებლობა მიეცათ

კონკურსი მიზნად ისახავდა:

- საქართველოში CCI-ის სექტორის საჭიროებების ანალიზის ჩატარებას;
- საქართველოს CCI-ის სექტორში არსებული ვითარების შეფასებას;
- კონკრეტული შემოქმედებითი ქვესექტორების განვითარების პერსპექტივების შესწავლას.

შეირჩა სამი სამეცნიერო კონსორციუმი, რომელთაც 2021 წლის იანვარ-მარტში კვლევის განხორციელების მიზნით მიიღეს დაფინანსება. ქვემოთ მოცემულია გამარჯვებული სამი გუნდი და მათი კვლევები:

თანამედროვე ხელოვნების ბაზარი: თანამედროვე ხელოვნების ბაზრის კვლევა საქართველოში.

მკვლევართა ჯგუფი არის თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემიის ინტერდისციპლინარული გუნდი.

კვლევის მიზანი იყო იმის გარკვევა, თუ როგორ რეაგირებენ თანამედროვე ხელოვნების გალერეები თბილისში მომხმარებელთა მოთხოვნებსა და თანამედროვე ხელოვნებისადმი მზარდ ინტერესზე. დაინერგა თვისობრივი კვლევის მიდგომა: ინტერვიუები ცხრა გალერეის მფლობელთან, ასევე, გამოფენების ვიზიტორებისა და თანამედროვე ხელოვნების ნიმუშებით დაინტერესებული ადამიანებისგან შემდგარ სამ ფოკუს ჯგუფთან კოვიდ-19-ის პანდემიის მიზეზით დაწესებული შეზღუდვების გამო, ყველაფერი ონლაინ რეჟიმში ჩატარდა.

ზოგადი დასკვნების თანახმად, ხელოვნების ახლადაღმოცენებულ ბაზარზე აუთვისებელი პოტენციალი არსებობს, ხოლო თანამედროვე გალერეები ძირითადად ხელოვნების დარგის სპეციალისტების ვიწრო წრეზეა ორიენტირებული. კვლევის ანგარიშში მოცემულია არა ერთი რეკომენდაცია გალერეებისთვის, აღნიშნულია, პოტენციური აუდიტორიის ინტერესების გათვალისწინებისა და დარგის პოპულარიზაციის მნიშვნელობა. საგანგებოდაა ხაზგასმული სამთავრობო უწყებების, გალერეებისა და ზოგადად, კულტურის სექტორისადმი მხარდაჭერის აუცილებლობა.

კულტურის აქსელერატორი 2.0.

კვლევითი ჯგუფი – კულტურისა და მენეჯმენტის ლაბორატორია.

კვლევის ფარგლებში შეისწავლეს შემოქმედებითი ინდუსტრიის სექტორში არსებული ასოციაციების / პროფკავშირების / ორგანიზაციების საჭიროებები და განიხილეს საქართველოსთვის შესაფერისი პოტენციური მოდელები / სქემები. კვლევა შეეხო შემოქმედებითი ინდუსტრიის ყველა სექტორს და მოიცავდა შემოქმედებითი ინდუსტრიის 134 ორგანიზაციაში ონლაინ ჩატარებულ გამოკითხვას, სამ ფოკუსჯგუფს 18 მონაწილით და 21 სიღრმისეულ გასაუბრებას.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა შემოქმედებითი ინდუსტრიის მდგრადობისა და ზრდის შემაფერხებელი რამდენიმე დაბრკოლება, რომლებიც შეზღუდულ ფინანსებთან, შეუსაბამო კანონმდებლობასა და შემოქმედებითი სამუშაო სივრცის ნაკლებობასთან ერთად წარმოადგენს საერთო პრობლემას. კვლევამ აჩვენა შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენლობითი ორგანო ან რაიმე სახის ქსელის შექმნის მიზანშეწონილობა. ხაზი გაესვა შემდგომი კვლევის აუცილებლობას, სექტორის საჭიროებების უკეთ გააზრების მიზნით. ეს იყო საპილოტე კვლევა დამატებითი დაფინანსების მოპოვების შემთხვევაში, კვლევის გაგრძელების პერსპექტივით.

საქართველოს ზღვისპირა ქალაქების (ბათუმი, ფოთი) კომერციული და საერთაშორისო პოტენციალი საშემსრულებლო ხელოვნებაში (თეატრები და თეატრალური ფესტივალები).

კვლევითი ჯგუფი – ქართული თეატრის ელექტრონული არქივი.

კვლევის შედეგად დადგინდა შავი ზღვის ორ ქალაქში თეატრალური შემოქმედებითი ინდუსტრიის კომერციული და საერთაშორისო პოტენციალი, რესურსები და არსებული პირობები. კვლევამ მოიცვა კითხვარები და ინტერვიუები თეატრებისა და ფესტივალების შესახებ ბათუმსა და ფოთში; სამთავრობო უწყებების, მათ შორის, აჭარის კულტურის სამინისტროს, აჭარის, ფოთისა და ბათუმის მუნიციპალიტეტების ტურიზმის დეპარტამენტის წარმომადგენლებთან; აგრეთვე, დარგის სხვა პროფესიონალებთან, მათ შორის ხელოვნების მენეჯერებთან, ეკონომისტებთან, მარკეტოლოგებთან, კულტურისა და ტურიზმის ექსპერტებთან, თეატრის მკვლევრებთან, მთავრობის წარმომადგენლებსა და კურატორებთან.

კვლევამ აჩვენა, რომ ბათუმსა და ფოთში თეატრები და ფესტივალები წარმატებით ტარდება საერთაშორისო დონის თანამშრომლობით და ხელი ეწყობა ადგილობრივი წარმოდგენების საზღვარგარეთ

გატანას. ამასთან, ადგილობრივ დონეზე თანამშრომლობა და ურთიერთქმედება უფრო რთულია და თეატრსა და ფესტივალთან დაკავშირებული საქმიანობა უფრო მეტად კომერციალიზებულია. კვლევის დასკვნაში მოცემულია საქართველოს სანაპირო ზოლის თეატრული სექტორის შესაძლებლობების განვითარებასთან დაკავშირებული რამდენიმე რეკომენდაცია, როგორც საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეროვნული განვითარების უფრო ფართო პროგრამის ნაწილი.

TFCC: კვლევითი მიდგომის მხარდაჭერა

TFCC-ი მჭიდროდ თანამშრომლობს სსიპ „შემოქმედებით საქართველოსთან“, ბრიტანეთის საბჭოსა და სამივე კვლევით ჯგუფთან, „შემოქმედებითი საქართველო“ უზრუნველყოფდა სამუშაო შეხვედრების ორგანიზებასა და ინდივიდუალურ მხარდაჭერას თითოეული გუნდისთვის: პროექტის მიმდინარეობის პროცესში გაიმართა შემდეგი შეხვედრები:

- გაცნობითი შეხვედრა კონტექსტური ბრიფინგით, TFCC-ის მიერ წარმოდგენილი იყო შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევის მოკლე მიმოხილვა, ხოლო გამარჯვებული პროექტების მონაწილეებმა

მოკლედ ისაუბრეს თავიანთი კვლევების ძირითად მიმართულებებზე. სამი კვლევითი ჯგუფის მიერ წარმოდგენილ იქნა კვლევის შესავალი.

- კვლევის ადრეულ ეტაპზე TFCC-სა და თითოეულ კვლევით ჯგუფს შორის შედგა 1-2-1 შეხვედრა კვლევის მიდგომების ჩამოყალიბებისა და ანგარიშის მომზადების პროცესში მონაწილეობის მიზნით.

- TFCC-ის მიერ რესურსების და თითოეულ პროექტთან დაკავშირებული შემდგომი კვლევის, ასევე კვლევის ანალიზისა და რედაქტირების ინსტრუმენტების გაზიარებასთან დაკავშირებული საკონსულტაციო შეხვედრები.

- დასკვნითი სესია, რომელზეც კვლევითმა ჯგუფებმა წარმოადგინეს თავიანთი დასკვნები და აღნიშნულ დოკუმენტში TFCC-ი შემოთავაზებულია კვლევის დაგეგმვისა და განხორციელებასთან დაკავშირებული მოსაზრებები და შემდგომი რეკომენდაციები. აქვე მოცემულია წარუმატებული კვლევის რამდენიმე კანდიდატი.

- ეს ანგარიში წარმოადგენს პროექტის მთავარ შედეგს.

2. კვლევის შედეგად მიღებული გაკვეთილები

TFCC-ის ჰქონდა შესაძლებლობა ემუშავა სამ კვლევით ჯგუფთან, ასევე ბრიტანეთის საბჭოსა და „შემოქმედებით საქართველოსთან“. მიუხედავად იმისა, რომ დრო შეზღუდული იყო, მოხერხდა რეგულარული სესიების ჩატარება სამ კვლევით ჯგუფთან და მნიშვნელოვანი წვლილის შეტანა მათი პროექტების დაგეგმარებისა და განვითარების პროცესში. ქვემოთ მოცემულია საკონსულტაციო შეხვედრების შედეგად გამოვლენილი ძირითადი დაკვირვებები, რომლებიც სამივე პროექტს შეესაბამება:

ენერგია, მიზანდასახულობა და სექტორის განვითარების მკაფიოდ გამოხატული სურვილი

თითოეული გუნდი ამჟღავნებდა საქმისადმი თავდადებასა და პროფესიონალიზმს და კვლევის საფუძველზე ცდილობდნენ ცვლილებების განხორციელებას. ინტერვიუებზე ორიენტირებული კვლევა ძალზე მნიშვნელოვანია, შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის სამომავლო განვითარებისთვის პრაქტიკული მნიშვნელობა აქვს.

კვლევის ფარგლებში გამოვლენილი „პრობლემის“ სიცხადე და მტკიცებულებების საშუალებით მიღებული შესაძლებლობები

თითოეული კვლევითი პროექტი ფოკუსირებული იყო მისიაზე, ფოკუსირებული იყო გამოხატულ პრობლემაზე ან სექტორში არსებულ გამოწვევაზე (მაგალითად, ეკონომიკური სარგებლის ნაკლებობა სახელმწიფოს მიერ დაფინანსებულ თეატრალურ სექტორში). აღნიშნულმა მიდგომამ უზრუნველყო კვლევისადმი მკაფიო და მიზანმიმართული მიდგომა. ასევე, შესაძლებელი გახდა კვლევისთვის მომზადებული კითხვების მიზნობრივი დაჯგუფება და შესაბამისი კვლევის მეთოდოლოგიის შემუშავება. აღნიშნული მნიშვნელოვანია იმის გათვალისწინებით, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზოგიერთი კვლევითი პროექტი იძლევა „მისიის გადაადგილების“ საშუალებას განსაზღვრული სფეროს მიღმა.

განცდა, რომ „მთა ძალიან მაღალია ასასვლელად“ – ეს პროექტები მცირე ნაბიჯებს მოიცავს

ამ შედარებით მცირე და მიზანმიმართული კვლევითი პროექტების საფუძველზე გამოვლინდა მონაცემთა და მტკიცებულებათა ნაკლებობა საქართველოში. ზოგჯერ ეს ჰგავდა „წვეთს ოკეანეში“ ან თუ მეტაფორას გამოვიყენებთ, პატარა ნაბიჯებს საქართველოსთვის,

რომელიც მთაზე უნდა ავიდეს, რათა დაამკვიდროს ფუნდამენტური კვლევების მიმართ ყოვლისმომცველი და თანმიმდევრული მიდგომა. ამასთან, პრაგმატული გაგებაც არსებობდა, რომ პარტნიორებმა საიდანღაც უნდა დაიწყონ და ეს სამი კვლევითი პროექტი წარმოადგენს მნიშვნელოვან ეტაპს დარგის სამომავლო განვითარების პროცესში. ძლიერი გუნდმა, სამუშაო ეთიკამ და ვალდებულების შეგრძნებამ „სწორად გაკეთდეს საქმე" შესაძლებელი გახადა კონცენტრიერებული მუშაობა და სასურველი შედეგი. ცხადია, სამომავლოდ კონტექსტისა და კვლევითი არეალის გაფართოების პარსპექტივით.

კოლექტიური შეგნება საბჭოთა კულტურული დაგეგმვის / ინფრა-სტრუქტურის მემკვიდრეობისა და უფრო რთული „თანამედროვე საზოგადოების" მემკვიდრეობის შერწყმის აუცილებლობის შესახებ

ზემოაღნიშნული ქართული შემოქმედებითი ინდუსტრიების უფრო ფართო სტრუქტურული პრობლემის შედეგია: მათი პროფილი და მოდელი ჰიბრიდულია – საბჭოთა ან სახელმწიფოებრივი მიდგომა კულტურის პოლიტიკისადმი (რომელიც მოდიოდა ზემოდან, ხოლო მეწარმეობა იკრძალებოდა) და თანამედროვე რეალობა, რომელიც მოითხოვს შემოსავლის გამომუშავებას, მოქნილ ბიზნესმოდელებს, სოციალური მედიის ფართო გამოყენებას და აუდიტორიის ან

მომხმარებლების მიმართ ღიაობას. საბჭოთა მემკვიდრეობისა და თანამედროვე საქართველოს ეს დაახლოება ქმნის რთულ პირობებს სწორი პოლიტიკის განხორციელებისთვის, მაგრამ ხელს უწყობს რეფორმების შესაძლებლობებს. დიდწილად, საქართველო გზაჯვარედინზეა და შემოქმედებით ინდუსტრიებს შეუძლია უზრუნველყოს დინამიური და საინტერესო მომავლისკენ სვლა.

ინფორმირებულობა იმის შესახებ, რომ ხარისხიანი ნედლეულის ნაკლებობა იწვევს მცირე ნიმუშებით პირველად მონაცემებზე ზედმეტ დამოკიდებულებას

ეს პროექტები ვერ დაეყრდნებოდნენ წინა კვლევის მონაცემებსა და მტკიცებულებებს ან ვერ მოახდენდნენ არსებული საწყისი პირობების ინტერპრეტაციას. ისინი მხოლოდ ახალ ჩარევებს გულისხმობდნენ, რამაც განაპირობა მათი მოქმედების სფეროს შეზღუდვა. თუმცა, ამავე დროს გააჩინა მუხტი კვლევების შემდგომი გაგრძელებისათვის. ამჟამად მთავარი გამოწვევაა კვლევების შედეგად მიღებული გამოცდილების სამომავლო გამოყენება, „წერტილების“ დაკავშირება და, ზოგადად, უფრო თანმიმდევრული ჩარჩოს ჩამოყალიბებას.

შეინიშნება ტენდენცია მხოლოდ არასაკმარისი მაგალითებისა და სუსტი საბაზისო მონაცემების არსებობის შემთხვევაში, მტკიცებულებების ხელმისაწვდომობამდე, გამოქვეყნებულ იქნეს კვლევითი დასკვნები და „წინასწარი დასკვნა“ წარმოდგენილი იყოს მტკიცებულებად.

ზემოთ აღნიშნული დაკვირვების შესაბამისად, მტკიცებულებათა უფრო ფართო ლანდშაფტის არარსებობის გამო, კვლევითი პროექტები ვერ დაუკავშირდებოდა ცოდნის სხვა სფეროებს და ამიტომ მხოლოდ შეგროვებულ პირველად მტკიცებულებებზე იქნებოდა დამოკიდებული. ზოგჯერ ამას მივყავართ „წინსწრების“ ტენდენციამდე და მონაცემების წაკითხვამდე, რაც თავიდან მოსალოდნელი იყო. ასეთ შემთხვევებში, TFCC-ის რჩევა მდგომარეობს შემდგომი კვლევისა და ანალიზის ჩატარებაში, რათა შესაძლებელი გახდეს იმის გადამოწმება, რამდენად ემყარება კვლევის შედეგები რეალურ მტკიცებულებებს/მონაცემებს.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა ზოგიერთი საწყისი ტექნიკური ასპექტი, რომელთა უმეტესობა უშუალოდ განხილულია ამ ანგარიშის მე-4 ნაწილში: კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოები და საშუალებების ერთობლიობა:

მსგავსი ტიპის კვლევების იშვიათობის გამო კონსულტანტებს გაუჭირდათ საკუთარი როლის „კვლევის სუბიექტების“ – აღქმა. აღნიშნულმა გარემოებამ ზოგიერთ შემთხვევაში გაართულა კვლევაში მონაწილეობის სტიმულირება და იმის გარკვევა, თუ როგორ შეიძლებოდა კვლევას გავლენა მოეხდინა პოლიტიკასა და ინვესტიციებზე. საჭიროა გარკვეული სამუშაოს ჩატარება კვლევით სუბიექტებს შორის „კვლევითი წიგნიერების“ უნარების გასაუმჯობესებლად და მკვლევარებისთვის „კომერციული სარგებლის“ გასაზრდელად. ამასთან, ამ სფეროში კვლევის არარსებობის ერთ-ერთი დადებითი მომენტი იმაში მდგომარეობს, რომ მხოლოდ მცირე რაოდენობით კონსულტანტი „იტანჯება“ კონსულტაციების შედეგად გამოწვეული „დაღლილობის შეგრძნებისგან“.

ზოგიერთ ტექნიკურ მიმართულებას დამატებითი ტრენინგი და ხელმძღვანელობა სჭირდება – მაგალითად, ისეთებს, როგორებიცაა: კვლევის დიზაინი (თანმიმდევრობა, შეკითხვის სტილი და ციტირება); შესაბამისი ლექსიკისა და დიზაინის გამოყენება (კვლევის ინსტრუმენტების მიმზიდველობის გაზრდის მიზნით); და მონაცემების / შედეგების ნათლად და ლაკონურად წარმოდგენა.

მკაფიო ხედვა, რაზე უნდა გავამახვილოთ ყურადღება შემდეგ ჯერზე

ამ სამმა კვლევითმა პროექტმა ახალი ცოდნა მოგვცა, მაგრამ ამავე დროს გამოავლინა პრობლემები, რომლებიც სისტემურ ხასიათისაა. გამოიკვეთა შემოქმედებითი ინდუსტრიის ყოვლისმომცველი ჩარჩოს საჭიროება და სექტორში კვლევითი კომპეტენციებისა და შესაძლებლობების განვითარების მნიშვნელობა. აქვე საგულისხმოა ყურადღება გამახვილდეს კონკრეტულ სფეროებში სიღრმისეულ კვლევებზე. კარგი იქნება, თუ თითოეული კვლევითი ჯგუფი განსაზღვრავს კვლევითი საჭიროებების პრიორიტეტულ სიას. ეს სასარგებლო გამოცდილება იქნება შემდეგი ნაბიჯის დასაგეგმად.

3. სტრატეგიული მოსაზრებები საქართველოსთვის

მიუხედავად იმისა, რომ TFCC-ის როლი შედარებით მცირე და ხანმოკლე იყო, ამ მცდელობამ ხელი შეუწყო საქართველოს შემოქმედებით ეკონომიკაში არსებული მდგომარეობისა და პროფილის გააზრებას. მან ნათელი მოჰფინა სექტორის პოტენციალს, რომელსაც შეუძლია დაეყრდნოს განსხვავებულ კულტურასა და ენას, გამოიყენოს გეოგრაფიული მდგომარეობა, რომელიც აერთიანებს მნიშვნელოვან ქვეყნებსა და რეგიონებს ყველა მიმართულებით და უზრუნველყოს დასაქმებისა და მდგრადი ზრდის შესაძლებლობები უფრო მეტად თავდაჯერებული, ღია და ციფრულად წიგნიერი მოსახლეობისათვის.

ამასთან, ჩვენმა მუშაობამ ნათელი მოჰფინა სერიოზულ საკითხებსაც. პრობლემები კიდევ უფრო გაამძაფრა კოვიდ-19-მა. მისმა გავრცელებამ მეტი ფასი შემატა საქართველოსთვის მასშტაბური და ამბიციური შემოქმედებითი ეკონომიკური პროგრამის შექმნის საკითხს, რომელმაც შეიძლება გამოიწვიოს აღდგენის პროცესი და ხელი

შეუწყოს ამ ფანტასტიკური ქვეყნის ნათელ და ენერგიულ მომავალს. ქვემოთ მოცემულია თავდაპირველი სტრატეგიული მოსაზრებები მთავრობის, სსპ „შემოქმედებითი საქართველოსა“ და სამოქალაქო საზოგადოების პარტნიორებისათვის.

ა. კვლევისა და მტკიცებულებების სტრუქტურა:

გამოიკვლიეთ საფუძვლები, სანამ არ არის გვიან. საქართველოში არ არსებობს შეთანხმებული მონაცემთა / მტკიცებულებების სისტემა, რაც ნიშნავს სისტემური მიდგომის არარსებობას. სტრუქტურის გარეშე, თითოეული კვლევა იქნება უფრო მეტად ფრაგმენტული, ვიდრე საერთო სისტემის ფარგლებში მიღებული გადაწყვეტილების ნაწილი. წარმოდგენილი დოკუმენტის მე-4 ნაწილში საუბარია ძირითად ჩარჩოზე, რომელიც მოითხოვს მნიშვნელოვან განვითარებას თანმიმდევრული და ეფექტური კვლევითი პროგრამის წამოწყების მიზნით, რომელსაც უნდა დაერთოს მონაცემთა შეგროვების (მრეწველობის და პროფესიული კლასიფიკაციის კოდების) რეფორმა; შესაძლებლობებისა და გამოცდილების გაძლიერება შემოქმედებით ინდუსტრიებში, უმაღლესი განათლების მიმწოდებლების ჩათვლით, კვლევების ჩასატარებლად.

ბ. საჭიროა დაიწყოს ერთიანი საბაზისო ნუსხების შედგენა.

ეს აუცილებელია იმის უზრუნველსაყოფად, რომ მონაცემები შეგროვდეს ქვესექტორების, გეოგრაფიული რეგიონების, სექტორული პროდუქტიულობისა და საჭიროებების მიხედვით. მაგალითად, ამომწურავი საბაზისო კვლევა მოიცავს შემდეგს:

- შემოქმედებითი დასაქმება – ნომერი პლუს დემოგრაფიული პროფილი;
- ადგილმდებარეობა – ბიზნესი და ბაზრები;
- ტიპოლოგია – მაგ. ქვესექტორი;
- ძირითადი ბაზრები – დაწყებული ადგილობრივით, დამთავრებული გლობალურით;
- მშპ;
- მთლიანი დამატებული ღირებულება (GVA);
- უნარები და განათლება – უზრუნველყოფა და საჭიროებები;

ეკოსისტემა – ძირითადი ინფრასტრუქტურა წარმოებისა და მოხმარებისთვის;

რეგულირება და ინვესტიციები – არსებული ლანდშაფტის მიმოხილვა.

გ. ეროვნული მონაცემთა ბაზის / ქსელის მოდელი სამუშაო ნიმუშზე წვდომის უზრუნველსაყოფად.

სსიპ „შემოქმედებით საქართველოს“ გააჩნია კარგი შესაძლებლობები ამ სექტორისთვის ეროვნული ქსელისა და მონაცემთა ბაზის შესაქმნელად. ამით შესაძლებელია საფუძველი ჩაეყაროს შემოქ-მედებითი ინდუსტრიების გაცვლის პლატფორმას B2B ურთი-ერთობების გასაუმჯობესებლად. აგრეთვე, შესაძლებელია სამო-მავლო კვლევითი საქმიანობისადმი ხელშეწყობა, ადვილად ხელმისაწვდომი მოდელის სახით.

დ. სამეცნიერო-კვლევითი პროექტები, რომლებიც მიზნად ისახავს ცოდნის მიღებას CCI-ის კეთილდღეობის პირდაპირი მხარდაჭერით.

ჩატარებული სამი სამეცნიერო პროექტი მართალია ცხადყოფს, რომ კვლევა მნიშვნელოვანია, მაგრამ კვლევა, რომელიც კავშირებს ამყარებს და ზრდის შემოქმედებითი ინდუსტრიების სანდოობას, განსაკუთრებით ეფექტურია. კვლევის პოზიციონირება, როგორც გაცვლისა და თანამშრომლობის პროცესის ნაწილი, ხელს შეუწყობს ურთიერთობების დამყარებას, რაც, თავის მხრივ, სექტორს განვითარების საშუალებას აძლევს. აქ ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულებაა კვლევა ადგილობრივ დონეზე, მაგალითად, შემოქ-მედებითი კლასტერული სტრატეგია ქალაქებისთვის ან სოფლად კონკრეტული რეგიონისთვის.

ე. საბიუჯეტო ორგანიზაციების ტრანსფორმაციის პროგრამა – მოქნილი პორტფელის მიმართულებით სავაჭრო-სამრეწველო პალატის ორგანიზაციებისა და საწარმოებისასთვის.

საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიის სექტორის საფუძველია მთავრობის მიერ მართული / მთავრობის მიერ დაფინანსებული ორგანიზაციების პორტფელი. მიუხედავად იმისა, რომ მნიშვნელოვანი ძალისხმევა იქნა გატარებული მათი დაფინანსების, ოპერირებისა

და მართვის მოდელის რეფორმირებისათვის, ჯერ კიდევ ბევრია გასაკეთებელი. საჭიროა დაჩქარდეს რეფორმა და ორგანიზაციები გახდეს უფრო ღია, მოქნილი და შესაბამისად, აქტუალური. აღნიშნულ პროცესს ფინანსური მხარდაჭერა სჭირდება და აუცილებლად მოითხოვს გარკვეული დონის ძალისხმევას. ამასთან, ქართული შემოქმედებითი ინდუსტრიის კეთილდღეობისათვის ამ ძალისხმევის გაღება აუცილებელია. პრინციპულად მნიშვნელოვანია ჩამოყალიბდეს ცვლილებების თეორია მოქმედი კვლევითი პროგრამისთვის, რომელიც გამოიწვევს ინსტიტუციონალურ რეფორ-მას და განახლებას.

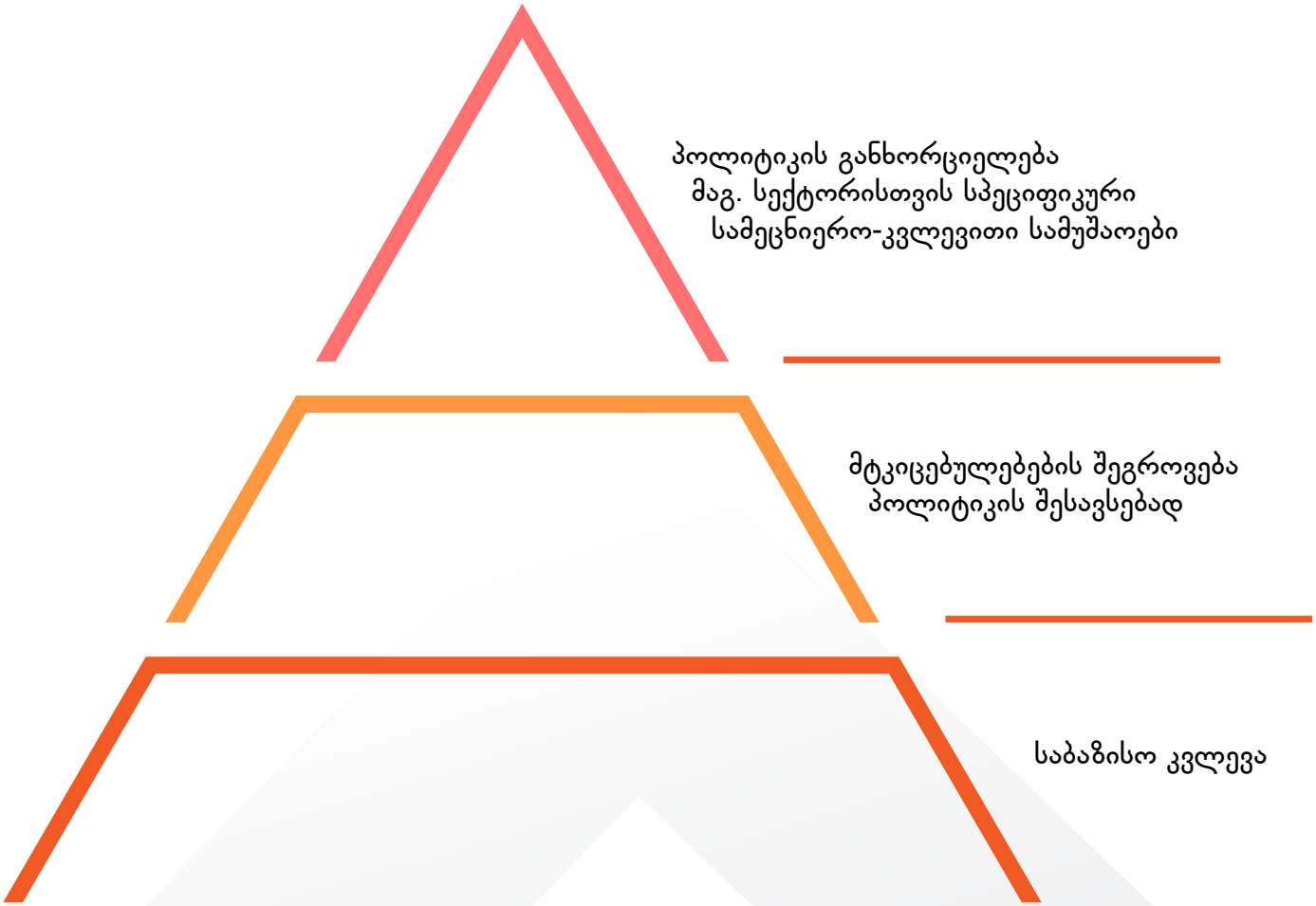
3. შემოქმედებითი ეკონომიკის სტრატეგია,ფაქტობრივ მონაცემებზე დაფუძნებული განვითარების პროგრამა და სექტორის ჩართულობა.

ზემოაღნიშნული საქმიანობა წარმოადგენს სამშენებლო აგურს საქართველოში უფრო ფართომასშტაბიანი და ამბიციური მიდგომის ასაშენებლად. ეს აუცილებელია გრძელვადიანი ხედვის უზრუნველსაყოფად და ცვლილებებისთვის ხელოვნების განვითარებისთვის არამდგრადობისა და გაურკვევლობის ეპოქაში. მთავრობამ უნდა უზრუნველყოს სექტორის განვითარების ფართომასშტაბიანი პროგრამის შემუშავება, რომელიც გამყარდება

კვლევითი მიმართულების განვითარებით. შედგომი ათწლეულების განმავლობაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების თავალსაზრისით აღნიშნულს უდიდესი მნიშვნელობა ექნება.

როგორც ქვემოთ მოცემულ 1-ელ დიაგრამაზეა ნაჩვენები, საქართველო ამჟამად თავისი საბაზისო პირობების შემუშავების საწყის სტადიაზეა. ჩასატარებელია ბევრი სამუშაო „მთის მწვერვალზე“ ასასვლელად, სადაც დეტალური მონაცემები და ფაქტები შექმნის საფუძველს შემოქმედებითი ეკონომიკისათვის, სამომავლო განვითარებისთვის პროცესი დაეფუძნება ზოგადი ტენდენციების გათვალისწინებას, პროგნოზირებას, ინოვაციებს.

დიაგრამა 1.
მტკიცებულებათა შეგროვება, ინფორმირება და პოლიტიკის განხორციელება შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარებისათვის



„შემოქმედებითი ინდუსტრიები გამოირჩევა სიახლისადმი მიდრეკილებით ...ის არა მხოლოდ თვითონ არის სიახლეთა დამნერგავი, არამედ ინოვაციების მნიშვნელოვანი მამოძრავებელიცაა. [რადგან] ის ხელს უწყობს სხვა სექტორების განვითარებას“ (ევროკავშირის ანგარიში კონკურენტუნარიანობაზე)“.

საქართველოსთვის შემოქმედებითი ინდუსტრიები აერთიანებს შიდა კულტურულ პრაქტიკას, ჩვენს ღრმა კულტურულ მოგონებებს, ასევე თანამედროვე ინოვაციებსა და წარმოებას. შემოქმედებითი ინდუსტრიის ცენტრშია „შემოქმედების ძირითადი სფეროები“, როგორებიცაა პოეზია, ზეპირი ტრადიცია, სიმღერა, მხატვრობა. ვინაიდან ეს საქმიანობა მიზნად ისახავს აუდიტორიასთან დაკავშირებას წარმოების, გავრცელებისა და გაყიდვის მიზნებისათვის, ის გავლენას ახდენს ეკონომიკის დანარჩენ სფეროებზე. საქართველოს მდიდარი კულტურული ტრადიცია, რომელიც ხელოვნების სხვადასხვა სფეროს საფუძველია, შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისითვის მნიშვნელოვან პოტენციალს წარმოადგენს.

ამ ანგარიშის შემდეგ ნაწილში მოცემულია კვლევის ზოგადი ჩარჩო და ინსტრუმენტების ერთობლიობა, რომელთა საშუალებითაც შესაძლებელია შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარების პროგრამის წამოწყება.

4. კვლევისა და მტკიცებულებების სისტემისა და ინსტრუმენტთა ერთობლიობის პროექტი საქართველოსთვის

ქვემოთ მოცემული ცხრილი გამოიყენება როგორც ზოგადი ჩარჩო და ინსტრუმენტთა ერთობლიობა საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიებისათვის. მისი მიზანია სამომავლო კვლევების წარმართვა. აღნიშნული სერიოზული გამოცდისა და შემდგომი განვითარების საწინდარია, ვინაიდან სექტორის განვითარების სტრატეგიული მიდგომა, ჩამოყალიბების პროცესი მზარდი ტენდენციით გამოირჩევა.

ქვემოთ მოცემულ დიაგრამაზე მოცემულია სახელმძღვანელო მითითებები პირველადი ნუსხების შედგენისა და კვლევისთვის, რათა დაიწყოს შემოქმედებითი ინდუსტრიის საფუძვლის შექმნა საქართველოში. 1-ლი დანართის მოკლე ჩამონათვალში მოცემულია ინსტრუმენტთა ერთობლიობა პრაქტიკული რჩევებით, ასევე – საუკეთესო პრაქტიკის სახელმძღვანელოები კვლევის სხვადასხვა მეთოდების აღწერითა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის საჭირო სხვადასხვა მიდგომები მაგალითებითურთ.

საქართ-ველოს CCI-ის სექტორები	CCI-ის სექტორული აღწერა, ზრდა და განვითარება	ნიჭიერების განვითარება: განათლება და უნარები	CCI-ის პოლიტიკა და ინფრასტრუქ-ტურა	თანმდევი შედეგები – მაგ. ტურიზმი, მეცნიერება და კეთილდღეობის სხვა საკითხები	საერთაშორისო-კულტურული კავშირები და ექსპორტი
CCI-ის ყველა სექტორი	1-ლი წელი – დადგენილია საბაზისო საფუძველი პრიორიტეტული სექტორებისთვის/ CCI-ს ყველა სექტორისთვის. გამოიყენება NAVE Rev 2-ი-ს მონაცემები. ადგილმდება-რეობა, ნომერი, საწარმოები, დასაქმების დონე, GVA? *(იხილეთ ნუსხების მაგალითები სამუშაო პაკეტში)* 1-ლი წელი – მონაცემთა ბაზის შექმნა კულტურული ორგანიზაციების, შემოქმედებითი საწარმოებისა და ფრილანსერების შესახებ. გამოკითხეთ ბიზნესი მომარაგების ჯაჭვების, უნარების საჭიროებების, ზრდის ბარიერების დასადგენად *(იხილეთ გამოკითხვის სწორად დაგეგმვის წესები სამუშაწო პაკეტში)*		საპილოტე კვლევა: კულტურის აქსელერატორი 2. ადრეული კვლევა სექტორული ორგანოების საჭიროებათა შესახებ. გამოკვეთა თუ არა კვლევამ არსებული სექტორული ინფრასტრუქტურა და მათი ფუნქცია? 1-ლი წელი პოლიტიკისა და სექტორის წარმომად-გენლობის ნუსხები. *(იხილეთ ბრაზილიის შემოქმედებითი ეკონომიკის მაგალითი სამუშაო პაკეტში)*	ციფრული და შემოქმედებითი სამუშაოების აღნუსხვა სხვა სექტორებში, როგორიცაა მეცნიერება, ინჟინერია და წარმოება. *(იხილეთ ნუსხები შემოქმედებითი ინდუსტრიების ფარგლებს გარეთ სამუშაო პაკეტში)*	

საქართ-ველოს CCI-ის სექტორები	CCI-ის სექტორული აღწერა, ზრდა და განვითარება	ნიჭიერების განვითარება: განათლება და უნარები	CCI-ის პოლიტიკა და ინფრასტრუქ-ტურა	თანმდევი შედეგები – მაგ. ტურიზმი, მეცნიერება და კეთილდღეობის სხვა საკითხები	საერთაშორისო-კულტურული კავშირები და ექსპორტი
რეკლამირება	საბაზისო ნუსხების ნაწილი				
არქიტექტურა	საბაზისო ნუსხების ნაწილი				
განათლება ხელოვნებასა და კულტურაში		უმაღლესი და ტექნიკური განათლების ნუსხები სექტორების მიხედვით, განვითარების გზებისა და ინდუსტრიასთან კავშირების შესწავლა			
კულტურული მემკვიდრეობა: მუზეუმები; ბიბლიოთეკები; ისტორიული ნაგებობები, ობიექტები; პარკები, ბაღები, გასართობი ობიექტები	საბაზისო ნუსხების ნაწილი	კვლევა უნარების, სწავლის, შესაძლებ-ლობების განვი-თარებისა და საერთაშორისო გაცვლის შესაძლებ-ლობების დასადგენად.		კულტურული ტურიზმის კვლევა	

საქართ-ველოს CCI-ის სექტორები	CCI-ის სექტორული აღწერა, ზრდა და განვითარება	ნიჭიერების განვითარება: განათლება და უნარები	CCI-ის პოლიტიკა და ინფრასტრუქ-ტურა	თანმდევი შედეგები – მაგ. ტურიზმი, მეცნიერება და კეთილდღეობის სხვა საკითხები	საერთაშორისო-კულტურული კავშირები და ექსპორტი
დიზაინი და მოდა	1-ლი წელი – ძირითადი სექტორები, როგორიცაა მოდა, შეიძლება პილოტირებული იყოს საბაზისო ხაზების ფართო სპექტრისა და უფრო ღრმა კვლევებისთვის, როგორიცაა ბიზნესის გამოკვლევები განვითარების საჭიროებების დასადგენად.	1-ლი წელი – პრიორიტეტული სექტორებისათვის საბაზისო დონის დადგენა, უნარ-ჩვევებისა და განათლების აღნუსხვა, მაგ. მოდის სექტორისათვის.			რუქების, მოდისა და დიზაინის სტანდარტების ექსპორტი
ციფრული ტექნოლოგიები	საბაზისო აღნუსხვის ნაწილი		ყურადღება გაამახვილეთ პრიორიტეტულ სექტორზე, როგორიცაა სამუშაო ადგილების ციფრული ასახვა CCI-ის ფარგლებს გარეთ. *(იხილეთ ნუსხა შემოქმედებითი ინდუსტრიების ფარგლებს გარეთ სამუშაო პაკეტში)*		
ფილმი და ვიდეო – კინო, ვიდეო და სატელევიზიო წარმოება	საბაზისო აღნუსხვის ნაწილი				აღწერა და კრიტერიუმი, ფილმის და ვიდეო შინაარსის/ საერთშორისო თანაწარმოების ექსპორტი
ლიტერა-ტურა და გამომცემ-ლობა	საბაზისო აღნუსხვის ნაწილი				

საქართ-ველოს CCI-ის სექტორები	CCI-ის სექტორული აღწერა, ზრდა და განვითარება	ნიჭიერების განვითარება: განათლება და უნარები	CCI-ის პოლიტიკა და ინფრასტრუქ-ტურა	თანმდევი შედეგები – მაგ. ტურიზმი, მეცნიერება და კეთილდღეობის სხვა საკითხები	საერთაშორისო-კულტურული კავშირები და ექსპორტი
მედია და გაუწყებლობა	საბაზისო ნუსხის ნაწილი				
მუსიკა	1-ლი წელი – ძირითადი სექტორები, როგორიცაა მუსიკა, შეიძლება იყოს საპილოტე უფრო ფართო საბაზისო აღნუსხვისთვის				
საშემსრულებლო ხელოვნება	საპილოტე კვლევა: თეატ-რისა და ფესტივალების კომერცი-ალიზაცია შავი ზღვის სანა-პიროზე საბაზისო აღნუსხვის ნაწილი	1-ლი წელი – პრიორიტეტული სექტორებისათვის საბაზისო დონის დადგენა, უნარ-ჩვევებისა და განათლების აღნუსხვა, მაგ. საშემსრულებლო ხელოვნე-ბისათვის.		კულტურული ტურიზმის კვლევა	
ვიზუალური ხელოვნება	საპილოტე კვლევა: თანამედროვე ხელოვნების ბაზარი საბაზისო აღნუსხვის ნაწილი				
მნიშვნელოვანი ინდუს-ტრიები ადგილობ-რივი კონტექსტისთვის: ხელობა / გასტრონომია და კულინარია	საბაზისო აღნუსხვის ნაწილი				

5. დასკვნა და შემდეგი ნაბიჯები

საქართველოში, ისევე როგორც სხვაგან, შემოქმედებითი ინდუსტრიები ეკოსისტემის მსგავსად მოქმედებს. ის სთავაზობს ხელსაყრელ წრეს მდგრადი განვითარებისათვის და წარმოადგენს განახლებად რესურსს, რომელიც შექმნილია ქართველი ხალხის იდენტობაზე, იდეებსა და ინოვაციებზე დაყრდნობით, მაგრამ სფერო არასაკმარისად არის შესწავლილი და შესაბამისად, სათანადოდ შეფასებული არ არის. ამ მცირემასშტაბიანმა დავალებამ გამოავლინა უფრო თანმიმდევრული და ყოვლისმომცველი მიდგომის მიზანშეწონილობა საქართველოს შემოქმედებითი ეკონომიკის შემდგომი კვლევებისთვის. ამ ეტაპზე მნიშვნელოვანია შეიქმნას სისტემური მოქმედების გეგმა, რათა სწორი პოლიტიკის შემუშავებისა და თანამშრომლობის შედეგად შესაძლებელი გახდეს სამომავლო კვლევითი რეკომენდაციების შესრულება.

მიზნის მისაღწევად აუცილებელია შესაძლებლობებისა და კომპეტენციის გაზრდა კვლევისა და ანალიზის პროცესში; აგრეთვე, ექსპერიმენტულ მოქმედებათა თანამედროვე პროგრამის შექმნა, რომელიც ხელს შეუწყობს ცოდნის დაგროვებასა და პარტნიორული ურთიერთობების განმტკიცებას.

TFCC-ის სახელით მადლობას ვუხდით სსიპ „შემოქმედებით საქართველოს“, ბრიტანეთის საბჭოს, განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის სამინიტროს და სამ კვლევით ჯგუფს. ჩვენ მოუთმენლად ველით თქვენთან თანამშრომლობის გაგრძელებას, საქართველოსთვის მნიშვნელოვან გარდამავალ ეტაპზე.

დანართი 1.
შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და ნუსხების შედგენის რესურსები და ინსტრუმენტები

შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევა და აღნუსხვა

ქვემოთ მოცემულ ანგარიშებში ასახულია შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და მეთოდოლოგიის მაგალითები. ყურადღება გამახვილებულია შემოქმედებითი ინდუსტრიების აღნუსხვის სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავებაზე.

<u>ეკონომიკური შეფასებები შემოქმედებითი და კულტურული ინდუსტრიისათვის</u> ქვესექტორები, მათ შორის მეთოდოლოგიური შენიშვნები იმის შესახებ, თუ როგორ განისაზღვრება თითოეული სექტორი და რა სახის მონაცემებია შეტანილი. ანგარიში ემყარება დიდი ბრიტანეთის მთავრობის სამრეწველო სტანდარტებს. დიდი

ბრიტანეთის კულტურის, მედიისა და სპორტის დეპარტამენტი (DCMS). საბაზისო ნუსხებისკენ : ფილიპინების ორი ქალაქის ისტორია. ეს ანგარიში ასახავს წარმატებული შემოქმედებითი ეკონომიკის მთავარ სამშენებლო მასალას – საიმედო სექტორული ხაზის შემუშავებას, რომლის საფუძველზე შეიძლება დეტალური მონაცემებისა და ინფორმაციის შეგროვება და სექტორის ეფექტური კონსულტირება და ჩართულობა. კულტურისა და ხელოვნების ეროვნულ კომისიასთან (NCCA) და ბრიტანეთის საბჭოსთან არსებული ტომ ფლემინგის შემოქმედებითი კონსულტაცია.

ბრაზილიის შემოქმედებითი ეკონომიკა. საწყისი საბაზისო კვლევა, რომელიც ერთიანებს შეზღუდულ არსებულ მონაცემებს, პოლიტიკასა და სტრატეგიებს ბრაზილიის შემოქმედებითი ეკონომიკის პოზიციისა და გაგების შესაქმნელად. ბრიტანეთის საბჭოსთან არსებული ტომ ფლემინგის შემოქმედებითი კონსულტაცია, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-ისთან (SEBRAE) პარტნიორობით.

კუალა-ლუმპურის კულტურული და შემოქმედებითი ეკონომიკა. ეს ანგარიში წარმოადგენს კუალა-ლუმპურის კულტურული და შემოქმედებითი ეკონომიკის თვალსაჩინო ანალიზს და მისი

გლობალურად აღიარებულ შემოქმედებით ქალაქად გარდასახვის მიზნით შემოთავაზებულ სამოქმედო გეგმას, რომელიც ხელს უწყობს ზრდას და მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს მალაიზიის ეკონომიკაში. ანგარიშში საუბარია შემოქმედებითი ეკონომიკის შესახებ მონაცემთა ნაკლებობის ჯერ კიდევ არსებულ პრობლემაზე. ანგარიშში მოცემული ინფორმაცია მოპოვებულია საჯაროდ ხელმისაწვდომი მასალებისა და კულტურული მომსახურების მიმწოდებლების ორი გამოკითხვის შედეგად მიღებული მონაცემებისგან. მალაიზიის კულტურული ეკონომიკის განვითარების სააგენტოსთან (CENDANA) არსებული ტომ ფლემინგის შემოქმედებითი კონსულტაცია.

<u>შემოქმედებითი ინდუსტრიების ფარგლებს მიღმა: დიდი ბრიტანეთის შემოქმედებითი ეკონომიკის აღწერა.</u> Nesta-ს მიერ მომზადებული ანგარიში ასახავს მეთოდოლოგიას და ზომავს დიდი ბრიტანეთის შემოქმედებით პროფესიებს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ფარგლებს გარეთ. კვლევაში გამოვლენილია უფრო მეტი შემოქმედებითი პროფესია შემოქმედებითი ინდუსტრიის ფარგლებს გარეთ, ვიდრე თავად შემოქმედებითი ინდუსტრიის შიგნით, რაც ხაზს უსვამს ეკონომიკის საერთო ღირებულებას მთლიანად ეკონომიკისთვის.

დანართი 2:
კვლევის სამუშაო პაკეტი

კვლევის ამ მონაკვეთში მოცემულია შემაჯამებელი სამუშაო პაკეტი და კვლევის დაგეგმვისა და ჩატარების სწრაფი სახელმძღვანელო.

1. ეფექტური კვლევის დაგეგმვა

განსაზღვრეთ თქვენი კვლევის სფერო

საკვანძო პუნქტები, რომლებიც გასათვალისწინებელია კვლევის დაგეგმვისა და შემუშავებისას:

- რაზეა ორიენტირებული თქვენი კვლევა? რის გარკვევას ცდილობთ?
- რამდენ დროს და რესურსს ფლობთ? ეს განსაზღვრავს, თუ რამდენად ღრმად შეგიძლიათ ჩაატაროთ თქვენი კვლევა და კვლევის რა ინსტრუმენტები უნდა გამოიყენოთ.

გაჩერდით და იფიქრეთ. ხომ არ იღებთ ნაჩქარევ გადაწყვეტილებას თქვენი კვლევის საჭიროების ძირითადი მტკიცებულებების დადგენის გარეშე?

ვინ არის თქვენი კვლევის აუდიტორია? შეიძლება განსხვავებული აუდიტორია იყოს. გაითვალისწინეთ, რამდენად საჭიროა შერჩეული ჯგუფების ჩართვა კონსულტირების პროცესში ან რამდენად მიზანშეწონილია მათთვის კვლევის შესახებ უახლესი ინფორმაციის მიწოდა? ვის დააინტერესებს თქვენი დასკვნები? ვინ და როგორ განახორციელებს რეკომენდაციებს?

იქ, სადაც არსებული კვლევებისა და მონაცემების ნაკლებობაა, მაგალითად, საქართველოს შემოქმედებით და კულტურულ ინდუსტრიებში, მეორადი მონაცემები შეიძლება მწირი იყოს, ამიტომ თქვენი კვლევა, სავარაუდოდ, ძირითადი მონაცემების შეგროვებაზე იმუშავებს.

შეძლებისდაგვარად, გადახედეთ ლიტერატურას და კვლევებს საქართველოს ფარგლებს გარეთ, კვლევის კონტექსტის შესაქმნელად.

თქვენი კვლევის დაგეგმვა

გასაგებად განსაზღვრეთ თქვენი ძირითადი საკვლევი საკითხი და შემდეგ შეიმუშავეთ დამატებითი კითხვების კომპლექტი.

ვინ იქნება ჩართული? თუ თქვენ აგროვებთ პირველად მონაცემებს, ვისთან დაგჭირდებათ კონსულტირება? შეგიძლიათ დაუკავშირდეთ ადამიანებს ან მოიპოვოთ ინფორმაცია, რომელიც უშუალოდ გჭირდებათ, ან გჭირდებათ სხვადასხვა დონის კონსულტანტების დახმარებით? მაგალითად, თუ გსურთ იცოდეთ, რა ტიპის მხარდაჭერა სჭირდებათ მხატვრებს თავიანთი კარიერის განსავითარებლად, იქნებ უნდა გაესაუბროთ გალერეების მფლობელებს, რათა გაიგოთ მათი პოზიცია მხატვართა საჭიროებებზე, თუმცა, ამავე დროს გალერეები მხატვრებთან კომუნიკაციაში შეიძლება დაგეხმაროთ

შედეგების სანდოობისა და საიმედოობის უზრუნველყოფა:
მოიფიქრეთ შერეული მეთოდოლოგიური მიდგომა, რომლის საშ-უალებითაც შეძლებთ შედეგების სამკუთხედებად დაყოფას, რაც უზრუნველყოფს თქვენი შედეგების სანდოობასა და საიმედოობას, სხვადასხვა თვალსაზრისით და სხვადასხვა წყაროს გადამოწმებით.

მეთოდებით შეძლებთ რაოდენობრივი და თვისებრივი მონაცემების შეგროვებას.

რაოდენობრივი მეთოდები მოიცავს შემდეგს:

- გამოკითხვები – დახურული მრავალჯერადი არჩევანის კითხვები და ქულები;
- სისტემური დაკვირვება – ადამიანების, ორგანიზაციების, მოქმედებების დათვლა;
- მეორადი მონაცემები – მაგალითად, სოციალური მედიის ანალიტიკა, მონაცემები მოსახლეობის შესახებ

თვისობრივი მეთოდები მოიცავს შემდეგს:

- გასაუბრებები;
- ფოკუს-ჯგუფები;
- ღია კითხვები გამოკითხვებში;
- თემატური კვლევა;
- საუბრები სოციალურ მედიაში.

რისკები და გამოწვევები: მას შემდეგ, რაც შეარჩევთ მეთოდოლოგიას, გაითვალისწინეთ რა რისკები და გამოწვევები შეიძლება წარმოიშვას თქვენი კვლევის ჩატარებისას და როგორ შეძლებთ მათ დაძლევას.

თქვენი კვლევის ინსტრუმენტების შემუშავება და კვლევის განხორციელება

(კვლევის ძირითადი მეთოდების შესახებ მოკლე პრაქტიკული სახელმძღვანელო მოცემულია მე-2 ნაწილში).

კომუნიკაცია და ადამიანების წახალისება კვლევაში მონაწილეობის მისაღებად: კომუნიკაცია გასაგებად აწარმოეთ. გააცანით კვლევის პროცესში ჩართულ პირებს, რას სწავლობთ და რატომ. აჩვნეთ კვლევის მიზნობრიობა, გამოკვეთეთ მათი პოზიციების მნიშვნელოვნება, რათა ინტერესით ჩაერთონ და გაგიზიარონ თავიანთი მოსაზრებები. აზრები მნიშვნელოვანია.

ეთიკა: სთხოვეთ ადამიანებს, დათანხმდნენ, რომ მონაწილეობა მიიღონ ნებისმიერ კვლევაში, ნუ აიძულებთ ამის გაკეთებას. დაიცავით პირადი მონაცემები, მხოლოდ მათი თანხმობის შემთხვევაში გაამჟღავნეთ მათი ვინაობა ნებისმიერ ანგარიშში.

ძალა: ყოველთვის შეგნებით და მგრძნობიარედ მოეკიდეთ იმას, თუ როგორ მოქმედებს ძალა კვლევის დროს – კერძოდ, ყოველთვის აკონტროლეთ რესპონდენტმა კითხვის დასმისას თავი უხერხულად

არ იგრძნოს. გქონდეთ ინფორმაცია სქესზე, ასაკზე, სექსუალობასა და სხვა საკითხებზე, სადაც უთანასწორობა და ექსპლუატაცია ფართოდ გავრცელებული პრობლემებია. შეეცადეთ იყოთ კრიტიკულები საკუთარი თავის მიმართ: დაუკვირდი: გაუცნობიერებლად მიკერძოებული ან ტენდენციური ხომ არ ხარ? როგორ შეძლებ შენმა დამოკიდებულებებმა უარყოფითი გავლენა არ მოახდინოს კვლევის ობიექტურობაზე?

ანალიზი

როდესაც შეარჩევთ კვლევის მეთოდებს, დაფიქრდით შეგროვებული მონაცემების ანალიზის სტრატეგიაზე. თუ თქვენს გუნდში არ მოიძებნება შესაბამისი ინსტრუმენტები და უნარები, საიმედო შედეგების მიღება გაგირთულდებათ.

მონაცემთა რაოდენობრივი ანალიზი

ონლაინგამოკითხვის ბევრ პლატფორმას აქვს ჩამონტაჟებული ინსტრუმენტები, რომლებიც გამოსადეგია თქვენი გამოკითხვის ფარგლებში მიღებული პასუხების ანალიზისთვის.

ანალიზი ასევე შეიძლება შესრულდეს ცხრილების და რაოდენობრივი მონაცემების პროგრამის გამოყენებით, როგორიცაა SPSS.

თქვენი მონაცემების ანალიზი საშუალებას მოგცემთ, წარმოადგინოთ რამდენიმე აღწერითი სტატისტიკა. ეს მოიცავს შემდეგს:

საშუალო: რიცხვითი მნიშვნელობების რიცხვითი საშუალო მაჩვენებელი

შუა: რიცხვითი მნიშვნელობების სიმრავლის შუა წერტილი.

რეჟიმი: ყველაზე გავრცელებული მნიშვნელობა მნიშვნელობებს შორის.

პროცენტული მაჩვენებელი: გამოიყენება იმის გამოსახატავად, თუ როგორ არის მნიშვნელობა ან რესპონდენტთა ჯგუფი მონაცემების ფარგლებში დაკავშირებული რესპონდენტთა უფრო დიდ ჯგუფთან.

სიხშირე: რამდენჯერ იქნა ნაპოვნი მნიშვნელობა.

დიაპაზონი: მაქსიმალური და მინიმალური მნიშვნელობა მნიშვნელობათა ნაკრებში.

მონაცემთა თვისობრივი ანალიზი

თვისობრივი მონაცემები ეხება არარიცხობრივ ინფორმაციას, როგორიცაა ინტერვიუს ჩანაწერები, შენიშვნები, ვიდეო და აუდიოჩანაწერები, სურათები და ტექსტური დოკუმენტები. რაოდენობრივი მეთოდებისგან განსხვავებით, თვისობრივი მონაცემების ანალიზს არ გააჩნია საყოველთაოდ გამოყენებული მეთოდები, რომელთა გამოყენება შესაძლებელია შედეგის მისაღებად. მკვლევრების ანალიტიკური და კრიტიკული აზროვნების უნარი მნიშვნელოვან როლს ასრულებს თვისობრივი კვლევის ფარგლებში მონაცემთა ანალიზის დროს.

კოდების შემუშავება და გამოყენება. თქვენი მონაცემების კოდირება თქვენი ხარისხის მონაცემების კატეგორიზაციისა და დაჯგუფების პროცესია. „კოდი“ შეიძლება იყოს სიტყვა ან მოკლე ფრაზა, რომელიც წარმოადგენს თემას ან იდეას. შეიძლება დაიშიფროს არარაოდენობრივი ელემენტების ფართო სპექტრი, როგორიცაა მოვლენები, ქცევები, მოქმედებები, მნიშვნელობები და ა.შ. დაშიფვრა შეიძლება გაკეთდეს ხელით ან ისეთი პროგრამული უზრუნველყოფის გამოყენებით, როგორიცაა Nvivo.

თემებისა და შაბლონების გამოვლენა. დაშიფვრის შემდეგ ან თუნდაც დაშიფვრის პროცესის დროს, შეგიძლიათ დაიწყოთ მონაცემებში წამოჭრილი თემებისა და ნიმუშების ამოცნობა და დააკავშიროთ ისინი თქვენს საკვლევ კითხვებთან.

თქვენი დასკვნების შესახებ მოხსენება

დაფიქრდით, ვინ არის თქვენი კვლევის მსმენელი.

აკადემიური სამეცნიერო ნაშრომების წერა და წარდგენა განსხვავებულ სტილსა და ფორმატს მოითხოვს, შემოქმედებითი ინდუსტრიებისა და პოლიტიკის შემქმნელებისთვის დასკვნების გასაზიარებლად.

თან დაურთეთ მოკლე რეზიუმე თქვენი კვლევის სათაურებთან ერთად.

მაშინაც კი, თუ ეს სამეცნიერო ნაშრომია, დაგჭირდებათ რეფერატი ან რეზიუმე. მოკლე რეზიუმე, ჩვეულებრივ 3 ან 4-გვერდიანი, მაქსიმუმ 10-გვერდიანი, იმ შემთხვევის გათვალისწინებით, თუ ადამიანებს მეტი დრო აქვთ ინფორმაციის გასაცნობად.

მოხსენება დაწერეთ ისე, რომ მარტივად წასაკითხი იყოს: გამოიყენეთ თქვენი ძირითადი საკვლევი კითხვები, როგორც სახელმძღვანელო თქვენი მოხსენების სტრუქტურირებისთვის. ინფორმაციის დასაშლელად გამოიყენეთ სათაურები და ქვესათაურები. წარმოადგინეთ გრაფიკები, ცხრილები და ინფოგრაფიკა რამდენიმე რაოდენობრივი მონაცემის (ციფრებისა და სტატისტიკის) წარმოსაჩენად. (იხილეთ TFCC-ის მოხსენება ბრიტანეთის საბჭოსთვის შემოქმედებითი ეკონომიკის შესახებ დიდი ბრიტანეთის საზღვარგარეთ განვითარების დახმარების ფარგლებში)

გახადეთ მოხსენება ვიზუალურად მიმზიდველი და ილუსტრაციული. საილუსტრაციო მასალის გამოყენება ხელს უწყობს წერილობითი ტექსტის გაცოცხლებასა და ადამიანებს ეხმარება თქვენი იდეების/სათქმელის წარმოდგენაში. თუ საუბრობთ შემოქმედებით ინდუსტრიებზე, იყავით შემოქმედებითი! (იხილეთ PRS-ის ფონდისთვის TFCC-ის ანგარიში ქალების შეფასება, რომლებიც მუსიკას ქმნიან).

დატოვეთ მხოლოდ აუცილებელი ინფორმაცია თქვენს ანგარიშში არ გჭირდებათ თითოეული ინტერვიუს სტენოგრამა. თუ ფიქრობთ, რომ ხალხს მათი ნახვა სურს, გთხოვთ, იქვე მიუთითოთ, რომ

ინტერვიუს დეტალები ან გამოკითხვის მონაცემები ხელმისაწვდომია მოთხოვნისთანავე. კიდევ ერთხელ დაფიქრდით საკვლევ კითხვებზე და საკვანძო დასკვნებზე, რამდენად გამომდინარეობს ერთიდან მეორე. გამოკვეთეთ საკითხი, რომელზეც მიზანშეწონილი იქნება შემდგომი კვლევის ჩატარება.

2. როგორ შევამოკლოთ საუკეთესო პრაქტიკის სახელ-მძღვანელოები კვლევის სხვადასხვა მეთოდისთვის

ინტერვიუები, ფოკუს-ჯგუფები და გამოკითხვები კვლევითი კონსუ-ლტაციის ძირითადი იარაღებია. ქვემოთ მოცემულ შემაჯამებელ რჩევებში გთავაზობთ პრაქტიკულ მოსაზრებებს ამ სამი საკვლევი მეთოდის გამოყენებით გამოკითხვის დასაგეგმად და ეფექტურად ჩასატარებლად. ეს ძალიან მოკლე რეზიუმეებია, თუმცა არსებობს წიგნები, რომლებიც თითოეულ ამ მეთოდის დეტალურ აღწერას ეძღვნება.

2.1 ინტერვიუები

სანამ დაიწყებთ თქვენი შეკითხვების შემუშავებას და ინტერვიუს პროცესს, დაუბრუნდით თქვენი კვლევის მიზნებს და საკვლევი კითხვების სათაურებს. ეს დაგეხმარებათ, გაამახვილოთ ყურადღება თითოეული ინტერვიუს კითხვის მიზანზე.

ინტერვიუს ტიპები: გადაწყვიტეთ ინტერვიუს რომელი ტიპი შეესაბამება ყველაზე მეტად თქვენი კვლევის საჭიროებებს.

სრულად სტრუქტურირებული ინტერვიუ წინასწარ გაცემული პასუხის ვარიანტებთან ერთად (არსებითად, კვლევის პასუხების შეგროვება). რესპონდენტებს უსვამენ ერთსა და იმავე კითხვებს და სთხოვენ შეარჩიონ პასუხები ერთი და იმავე საპასუხო ვარიანტებიდან.

სტრუქტურირებული ინტერვიუ (ღია პასუხები). ყველა რესპონდენტს უსვამენ წინასწარ განსაზღვრულ მთელ რიგ კითხვებს, მაგრამ მათზე პასუხის გაცემა შეუძლიათ ღიად.

ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუ. ინტერვიუს სახელმძღვანელო ასახავს სადისკუსიო თემებს, რათა თითოეულ რესპონდენტს დაეხმაროს შეთანხმებული თემების წარმოჩენაში. უფრო მოქნილი მიდგომაა, რომელიც იმ საკითხის განხილვის საშუალებას იძლევა, რომელიც კვლევითი ჯგუფის მიერ წინასწარ არ არის განსაზღვრული.

ინტერვიუს კითხვები – რა უნდა გაითვალისწინოთ

დაიწყეთ ინტერვიუ რამდენიმე მარტივი ფაქტობრივი კითხვით. ეს ხელს შეუწყობს რესპონდენტებს, თავი უფრო მშვიდად იგრძნონ, სანამ გადახვალთ სადავო საკითხებზე (როგორიცაა გრძნობები და დასკვნები).

მთელი ინტერვიუს განმავლობაში ჩართეთ ფაქტებზე დაფუძნებული კითხვები, რათა თავიდან იქნას აცილებული ფაქტზე დაფუძნებული კითხვების გრძელი ნუსხა, რომელიც რესპონდენტმა, შესაძლოა, უპასუხოდ დატოვოს.

- დასვით კითხვები აწმყოს შესახებ მანამ, სანამ წარსულით ან მომავლით დაინტერესდებით. ჩვეულებრივ, ადამიანებისათვის უფრო ადვილია საუბარი აწმყოზე და შემდეგ შეგიძლიათ გადახვიდეთ წარსულსა ან მომავალზე.

- ნუ დასვამთ საორიენტაციო კითხვებს. დასვით ღია კითხვები. მაგალითად, საორიენტაციო კითხვა შემდეგი ფორმულირებით დაისმის: ჩამოთვალეთ სამი რამ, რაც არ მოგეწონათ თეატრში ბოლო სტუმრობისას. ღია კითხვა კი ამ ტიპისაა: როგორ აღუწერთ მეგობარს თქვენს ბოლო ვიზიტს თეატრში?

- ენა: არ გამოიყენოთ ჟარგონი, გამოიყენოთ მკაფიო და მარტივი ენა.

- დასასრულს, დამატებითი კითხვით მიმართეთ გამოკითხულ პირებს, არის კიდევ რამე, რაც მათ ჯერ არ უთქვამთ საკვლევი თემის შესახებ.

ინტერვიუზე მოწვევა

შერჩევა: თქვენი პროექტის შემუშავებისას, თქვენ უნდა გაითვალისწინოთ რამდენ ადამიანთან დაგჭირდებათ გასაუბრება, რომ კვლევა მართებული იყოს ან „გასაგები მოსახლეობისთვის“. თუ ვიწრო, მაგრამ ღრმა თემას იკვლევთ, შეიძლება არ დაგჭირდეთ ძალიან ბევრ ადამიანთან გასაუბრება. შეიძლება დაგაინტერესოთ ექსპერტების ან უშუალო გამოცდილების მქონე ადამიანების მოსაზრებებმა – მიზნობრივი და არა შემთხვევითი შერჩევის პრინციპის გამოყენებით.

რეალისტურად შეაფასეთ რამდენი ინტერვიუს მიღება, გაშიფრვა და გააანალიზება შეგიძლიათ არსებული დროისა და რესურსების გათვალისწინებით.

კარგი იქნება გაცნობა, შესაძლებლობის შემთხვევაში, თუ მკვლევარი თქვენთვის უცნობი პიროვნებაა, თუ შეგიძლიათ მიიღოთ ინფორმაცია ისეთი ადამიანისგან, ვინც მას უკვე იცნობს, ეს ნამდვილად გეხმარებათ.

ნათლად აუხსენით ინტერვიუს მიზანი, ვინ ხართ თქვენ და საკვანძო ინსტიტუტები თუ ინვესტორები, რომლებიც მხარს უჭერენ კვლევას. ახსენით, თუ რატომ არის მნიშვნელოვანი რესპონდენტთა მონაწილეობა და რა სარგებლობა მოაქვს კვლევას.

გამოკვეთეთ ზოგადი კვლევის თემები, რომელთა განხილვა გსურთ.

მიუთითეთ, რამდენ ხანს გაგრძელდება ინტერვიუ.

თქვით, როდის და სად ჩატარდება ინტერვიუ და დაადასტურეთ შეხვედრა.

გასაუბრების ჩატარება

ინტერვიუს დასაწყისში:

კიდევ ერთხელ აღნიშნეთ, ვინ ხართ და რა არის ინტერვიუს მიზანი.

ახსენით, რისთვის გამოიყენებთ მათ პასუხებს. დაადასტურეთ, რომ რესპონდენტების პასუხები ანონიმურია და არ ახსენებთ რომელი-

მე ანგარიშში, თუ თვით არ განაცხადებენ თანხმობას თავიანთი პასუხების გამოქვეყნებაზე. თუ მათი კომენტარები გამოყენებულია ციტატებად, მოითხოვეთ ნებართვა.

- თუ ჩაწერა გსურთ, დარწმუნდით, რომ ისინი სიამოვნებით თანხმდებიან შეხვედრის ჩაწერაზე.

- ჰკითხეთ მათ, აქვთ თუ არა რაიმე კითხვა, სანამ ორივე შეუდგებით ინტერვიუს.

- ნუ იქნებით თქვენი მეხსიერების იმედზე, რომ გაიხსენოთ მათი პასუხები. ითხოვეთ ნებართვა ინტერვიუს ჩაწერაზე ან დაიხმარეთ შესაბამისი პირი.

- დასვით ერთი კითხვა ერთ ჯერზე.

- მკაფიოდ გამოკვეთეთ ინტერვიუს თემების ცვალებადობა, მაგალითად, „ჩვენ უკვე ვისაუბრეთ (გარკვეულ თემაზე) და ახლა მსურს გადავიდე (სხვა თემაზე)“.

ნუ დაკარგავთ კონტროლს ინტერვიუზე. ამგვარი საფრთხე თავს მაშინ იჩენს, როდესაც რესპონდენტები სხვა თემაზე გადადიან, კითხვაზე პასუხს დიდ დროს ანდომებენ, ან იწყებენ თვით ინტერვიუერისთვის კითხვების დასმას.

დასასრულს, უთხარით, თუ სურვილი აქვთ, მოგვიანებით როგორ დაგიკავშირდნენ და აგრეთვე, დარწმუნდით, თუ არ იქნებიან წინა-აღმდეგი, საჭიროების შემთხვევაში, კვლავ დაუკავშირდეთ რაიმე საკითხის უკეთ გასარკვევად.

ინტერვიუს შემდეგ

რაც შეიძლება მალე გადაწერეთ ან გაშიფრეთ ინტერვიუ.

გაითვალისწინეთ, გჭირდებათ თუ არა კითხვების დამატება ან შეცვლა იმის მიხედვით, თუ როგორ ჩაიარა თქვენმა წინა ინტერვიუმ.

2.2 ფოკუს-ჯგუფები

ფოკუს-ჯგუფები გამოიყენება ადამიანთა მცირე ჯგუფის პირადი მოსაზრებებისა და დამოკიდებულებების შემუშავების მიზნით. ეს არ არის ინსტრუმენტი ფართო სპექტრის შეხედულების დასაფიქსირებლად, ფოკუს-ჯგუფის შედეგების დამტკიცება ციფრებით ან სტატისტიკით მიზანშეწონილი არ არის.

რამდენიმე რჩევა ეფექტური ფოკუს-ჯგუფების წარმართვისთვის

გაარკვიეთ, ვისთან უნდა ისაუბროთ და რატომ. ფოკუს-ჯგუფი შეიძლება იყოს პრაქტიკული გზა ხალხის ფართო ფენასთან სასაუბროდ, როდესაც შეიძლება არც დრო და არც რესურსი გაქვთ სასურველი რაოდენობის ინტერვიუს ჩასატარებლად. ამასთან, კარგად უნდა იფიქროთ იმაზე, თუ ვინ რომელ ფოკუს-ჯგუფში უნდა ჩართოთ. რაც უფრო მეტი მსგავსი პროფილის ადამიანს ჩართავთ კვლევის ფარგლებში, მით უფრო საიმედო იქნება ურთიერთგაგება. ამასთან, გამოცდილი შუამავლის დახმარებით ფოკუს-ჯგუფები ან სემინარები შეიძლება სასარგებლო იყოს სხვადასხვა ადამიანის კონკრეტული თემის გარშემო გასაერთიანებლად.

შეიმუშავეთ მკაფიო კითხვების წყება ჯგუფური დისკუსიისთვის. ნუ შეეცდებით ძალიან ბევრი კითხვის დასმას. მკაფიოდ განსაზღვრეთ, რა გსურთ გაიგოთ მონაწილეთაგან, რატომ და როგორ დაგეხმარებათ ეს თქვენი კვლევის ზოგადი კითხვის გაგებაში.

ყველაზე მნიშვნელოვან საკითხს ბოლოსთვის ნუ მოიტოვებთ. სინამდვილეში, რისი გაგება გსურთ თქვენი ჯგუფისგან? განათავსეთ ყველაზე მნიშვნელოვანი კითხვა შუაში, რათა დრო არ ამოგეწუროთ.

პრაქტიკულობა. 1.5 საათი არის ფოკუს-ჯგუფთან მუშაობის ოპტიმალური ხანგრძლივობა. საუკეთესო ვარიანტია მაქსიმუმ 10 ადამიანი, სასურველია ნაკლები.

სწორი გარემოს შექმნა. მიუხედავად იმისა, წარმართავთ ვირტუალურ თუ ფიზიკურ ფოკუს-ჯგუფს, ხალხს უნდა მივესალმოთ. გარკვეულწილად, რეალურ სივრცეში კარგი ატმოსფეროს შექმნა უფრო ადვილია: შეგიძლიათ მიესალმოთ ხალხს სასმელის შეთავაზებით, გაიგოთ მათი სახელი, გაიცნოთ ინდივიდუალურად. ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია ხალხის მისალმება ვირტუალური ფოკუს-ჯგუფის წარმართვისას, სადაც ატმოსფეროს შექმნა გართულებულია.

ფოკუს-ჯგუფის წარმართვა

ფოკუს-ჯგუფის წარმართვისას იგივე პრინციპები მოქმედებს, როგორიც ინტერვიუს შემთხვევაში:

- დაადასტურეთ ვინ ხართ და გამოკვეთეთ ფოკუს-ჯგუფის მიზანი.

- ახსენით, როგორ გამოიყენებთ მონაწილეთა პასუხებს.

- დაადასტურეთ, რომ მათი პასუხები ანონიმურია და არ ახსენებთ რომელიმე ანგარიშში, თუ თავად არ განაცხადებენ თანხმობას თავიანთი პასუხების გამოქვეყნებაზე. თუ მათი კომენტარები გამოყენებულია ციტატებად, მოითხოვეთ მათგან ნებართვა.

- თუ ჩაწერა გსურთ, დარწმუნდით, რომ ისინი სიამოვნებით თანხმდებიან შეხვედრის ჩაწერაზე.

- ჰკითხეთ მათ, აქვთ თუ არა რაიმე კითხვა, სანამ შეუდგებით ფოკუს-ჯგუფის წარმართვას.

- სთხოვეთ მონაწილეებს გაგვაცნონ საკუთარი თავი, რა ქვიათ და იქნებ შეეხონ ერთი საკითხსაც, რაც მათ აკავშირებს კვლევასთან ან ინტერესთან, მიიღონ მონაწილეობა.

შეხვედრის დროს გასათვალისწინებელი საკითხები

ნაკადი: გაითვალისწინეთ კითხვების/სადისკუსიო თემების თანმიმდევრობა, რათა საუბარი გაგრძელდეს. ინტერვიუების მსგავსად, დაიწყეთ აწმყოთი, სანამ წარსულზე გადახვალთ.

დრო: თვალის გადავლება ასევე დაგეხმარებათ გაიგოთ, რა დრო დაგჭირდებათ თითოეული კითხვისა და დისკუსიისთვის. შეგიძლიათ გამოყოთ დრო თითოეული საკითხის განხილვისთვის.

სხეულის ენა: გამოიყენეთ თვალით კონტაქტი ადამიანებთან და ყურადღებით მოუსმინეთ მათ.

ადამიანებისთვის ხმის უფლების თანაბრად მიცემა: შეიძლება ჯგუფში იყვნენ ადამიანები, რომლებიც სხვებზე ნაკლებად ლაპარაკობენ. თუ ვინმე ჩუმად იყო, აუცილებლად ჰკითხეთ, სურს თუ არა რაიმე წვლილის შეტანა.

სწორად მოქმედება: არსებობენ ადამიანები, რომლებიც ეწინააღმდეგებიან საკუთარ მონაყოლს. იყავით თავაზიანი, მადლობა

გადაუხადეთ გამოთქმული მოსაზრებისთვის, მაგრამ იყავით მტკიცე და შეახსენეთ, რომ თქვენ დროში შეზღუდული ხართ და გსურთ რამდენიმე ძირითადი საკითხის განხილვა.

შეხვედრის დასრულება

შეეცადეთ ადამიანებმა ისეთი შეგრძნებით დატოვონ შეხვედრა, რომ მათ მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანეს და მნიშვნელოვანი (და სასიამოვნო) მოვლენის ნაწილი გახდნენ. ფოკუს-ჯგუფები მონაწილეთათვის ურთიერთობების დამყარების შესაძლებლობა შეიძლება გახდეს. შეიძლება თქვენც ისურვოთ მათთან დაბრუნება, რათა გაიგოთ მეტი ან ჩართოთ ისინი მომავალ კვლევებსა თუ პროექტებში.

- მადლობა გადაუხადეთ მონაწილეებს დროის გამოყოფისთვის.
- მოიწონეთ შეხვედრა და თქვით, რამდენად ღირებული იყო.
- უთხარით, რა იქნება შემდეგ.
- იქნებ შესთავაზოთ და გაუზიაროთ კვლევის შედეგები. ადამიანები ინტერვიუებში ჩართვისგან, როგორც წესი, თავს იკავებენ ხოლმე, თუ არ აქვთ ინფორმაცია კვლევის მნიშვნელობის შესახებ.

2.3 გამოკითხვები

გაიხსენეთ თქვენი საკვლევი კითხვა: რა გსურთ გაარკვიოთ გამოკითხვის შედეგად? იყავით კონცენტრირებული და ნუ დაუსვამთ კითხვებს, რომლებიც არ შეესაბამება თქვენს კვლევას, თუმცა ეს შეიძლება მაცდური იყოს.
იფიქრეთ შემდეგ საკითხებზე:

- რომელი დემოგრაფიული მონაცემის ჩაწერა გსურთ?
- რამდენი კითხვის დასმა გსურთ?
- რა კითხვები უნდა იყოს ღია?

თქვენი კვლევის შეჯერება

ეფექტური ონლაინკვლევები შედგება ცალკეული ბლოკებისგან ან ნაწილებისგან, რომლებიც შექმნილია რესპონდენტის დასახმარებლად, სრულად გაიარონ მთელი ეს პროცესი. ეს დაგეხმარებათ კითხვების დაყოფაში მართვად ჯგუფებად. კვლევის ეს ნაწილები შეიძლება შეიცავდეს:

შესავალი:

უთხარით რესპონდენტებს:

- რას ეხება ეს კვლევა.
- ვინ ხართ და ვისთვისაა ეს გამოკითხვა.
- რატომ არის მათი აზრი მნიშვნელოვანი.

უთხარით, რამდენი დრო დასჭირდება გამოკითხვის დასრულებას. იყავი რეალისტი.

- შეატყობინეთ ადამიანებს, რომ მათი მონაცემები და მოსაზრებები საიმედოდ და ანონიმურად შეინახება (ან ნებისმიერი ციტატის გამოყენება მათთან შეთანხმდება).

გამოკითხვის ძირითადი ნაწილი: გამოიყენეთ სათაურები კითხვების სხვადასხვა ჯგუფებად დაყოფის მიზნით. დაფიქრდით კითხვების ნაკადზე. დასვით კითხვები თავად რესპონდენტების შესახებ, პირველ რიგში, რას აკეთებენ, შემდეგ მიმდინარე მოვლენების შესახებ და შემდეგ გადადით კითხვებზე მათი მოსაზრებებისა და აღქმის შესახებ, ასევე იმის შესახებ, თუ რას ფიქრობენ / რისი ნახვა სურთ მომავალში.

დასკვნითი აზრები: დახურეთ დისკუსია ღია კითხვით, რომელიც ითხოვს დამატებით იდეებს.

დემოგრაფია: კითხვები, რომლებიც გამოიყენება რესპონდენტების პროფილირების ან სეგმენტაციის მიზნით. როგორც წესი, მათ სვამენ გამოკითხვის ბოლოს. ეს მოიცავს კითხვებს ასაკის, სქესის და, შესაძლოა, ეთნიკური კუთვნილების შესახებ.

კვლევის შედგენისას გასათვალისწინებელი საკითხები

გააკეთეთ ეს მოკლედ და გასაგებად. დიდი ალბათობით, რესპონდენტები ბოლომდე არ შეავსებენ გამოკითხვის ანკეტას, თუ თემა არ იქნება დაზუსტებული. კითხვების დასმისას დაიცავით ლოგიკური თანმიმდევრობა და მიჰყევით კონკრეტულ თემას. თუ გამოკითხვა ძალიან გრძელია, რესპონდენტებს მობეზრდებათ და შეიძლება არც დაასრულონ.

დასვით ერთი კითხვა ერთ ჯერზე. ერთდროულად ერთზე მეტი კითხვის დასმას შეუძლია რესპონდენტების დაბნეულობა გამოიწვიოს და ზუსტი პასუხის გაცემა ვერ შეძლონ. მაგალითად, რას ფიქრობთ პარასკევს და შაბათს ადგილობრივი ბაზრის შესახებ? არის ორი

კითხვა ერთში. ბაზარი შეიძლება კარგი იყოს პარასკევს, მაგრამ არა შაბათს. იმისათვის, რომ თავიდან იქნას აცილებული ორი კითხვა ერთში, მოერიდეთ კითხვაში „და“-ს გამოყენებას.

გამოიყენეთ დაბალანსებული შკალა. თუ იყენებთ „შკალურ“ კითხვებს, დარწმუნდით, რომ თქვენი შკალა თანაბრად გაწონასწორებულია დადებითი და უარყოფითი პასუხის ვარიანტებით ისე, რომ შედეგები მეტად არ იყოს გადახრილი რომელიმე მხარეს. მაგალითად, თუ რესპონდენტებს სთხოვთ შეაფასონ, რამდენად მნიშვნელოვანია მათთვის კონკრეტული საკითხი, ხუთპუნქტიანი დაბალანსებული შკალა შეიძლება მოიცავდეს პასუხის შემდეგ ვარიანტებს:

- საერთოდ არ არის მნიშვნელოვანი
- არ არის მნიშვნელოვანი
- ნეიტრალურია
- მნიშვნელოვანია
- ძალიან მნიშვნელოვანია

მოერიდეთ ჟარგონის გამოყენებას. გამოიყენეთ საბაზისო ენა, რათა რესპონდენტებს გაუადვილდეთ თქვენი აზრის გაგება. მოერიდეთ ტექნიკური ან დარგობრივი ტერმინების გამოყენებას.

დრო გამოყავით თქვენი კვლევის შესადგენად. მიმზიდველი აგებულების და დიზაინის დაგეგმვა და გამოყენება კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია, თუ იყენებთ ქაღალდზე დაბეჭდილ გამოკითხვებს. დიზაინი ხდის კვლევას უფრო მიმზიდველსა და ადვილად წასაკითხს.

თქვენი კვლევის ბრენდინგი. ონლაინგამოკითხვის პლატფორმები საშუალებას გაძლევთ დაამატოთ ლოგოები და შეცვალოთ თქვენი გამოკითხვის შეფერილობა, რაც დაგეხმარებათ თქვენი კვლევის „ბრენდინგში“ და გაზრდის ინფორმირებულობას იმ ადამიანების შესახებ, რომლებიც წარმართავენ კვლევას.

გამოკითხვაზე პასუხების შეგროვება

თავიდანვე უნდა გქონდეთ დაგეგმილი, თუ როგორ და ვის დაურიგებთ თქვენს კვლევას. ონლაინგამოკითხვის შემთხვევაში, თქვენი გამოკითხვის ბმულის ელ-ფოსტით გაგზავნა კარგი ვარიანტია, თუ შესაბამისი ადამიანების ელ-ფოსტის მისამართები გაქვთ. თქვენი კვლევის პოპულარიზაცია სოციალური მედიის საშუალებით ასევე შეიძლება იყოს მისაღები ვარიანტი, თქვენი სამიზნე აუდიტორიის გათვალისწინებით.

რამდენი პასუხი უნდა მიიღოთ გამოკითხვის შედეგად? ზოგადი კითხვა და პასუხი შეიძლება დამოკიდებული იყოს თქვენი კვლევის მთლიანი მოსახლეობის სიდიდეზე ან იმ მოსახლეობის რაოდენობაზე, რომელზეც შედეგს განაზოგადებთ. როგორც წესი, სტატისტიკურად მნიშვნელოვანი მონაცემების მისაღებად საჭიროა 380 პასუხზე გათვლა. თუმცა, ეს ყოველთვის არ არის შესაძლებელი. ამიტომ, თუ თქვენ აპირებთ მონაცემების პროცენტულ ანგარიშგებას, მიზნად უნდა დაისახოთ 100-ზე მეტი პასუხის მიღება.

შემოქმედებითი
საქართველო
CREATIVE GEORGIA

BRITISH COUNCIL

tom fleming / creative consultancy /

სახელმძღვანელო შეიქმნა სსიპ „შემოქმედებითი საქართველოსა“ და ბრიტანეთის საბჭოს ერთობლივი პროექტის „შემოქმედებითი ინდუსტრიების მხარდაჭერა საქართველოში“ ფარგლებში