DOI:10.52340/PUTK.2233-3541.2026.28.06

მეღვინეობის ტრადიციები საქართველოსა და საფრანგეთის კულტურულ დისკურსში
WINEMAKING TRADITIONS IN THE CULTURAL DISCOURSE OF GEORGIA AND FRANCE

TAMAR MACHUTADZE
Batumi Shota Rustaveli State University, assistant professor
Batumi, Georgia
ORCID:0000-0002-5709-9764
t.matchutadze@bsu.edu.ge
+995599799290

SALOME MIKADZE
Batumi Shota Rustaveli State University,
Master of translation studies and intercultural communication
ORCID:0009-0002-4146-7777
salomemikadze1999@gmail.com
+995 597828877

Abstract. In Georgia and France, viticulture is much more than a simple agricultural activity; it is an integral part of the cultural and historical identity of both countries. The article presents a comparative study of traditional Georgian and French winemaking practices. Special attention is paid to the Georgian qvevri and the French château wine. The analysis and research of the concepts of terroir, cultural heritage and identity construction present wine as an instrument of national identity. In Georgia, the qvevri winemaking tradition, recognized by UNESCO as an intangible cultural heritage, is part of ancient history: vines and wine occupy a central place in religious, economic and social life. In France, terroirs and large wine estates contribute to the formation of a national and social life. In France, terroirs and large wine estates contribute to the formation of a national identity based on quality, expertise and the promotion of local territories. The study also highlights differences in how wine heritage is represented. Georgia prioritizes the antiquity of wine, family tradition and rituals, while France focuses more on the hierarchy of terroirs, classifications and the international image of Grand Crus wines. Despite these differences, both countries perceive wine as a living heritage.

Keywords: *national identity, wine, Georgia, France*

CC BY-ND 4.0

Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

თამარ მაჭუტაძე
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასისტენტ-პროფესორი
ბათუმი, საქართველო
ORCID:0000-0002-5709-9764
t.matchutadze@bsu.edu.ge
+995599799290

სალომე მიქაძე
ბათუმის შოთა რუსთველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
თარგმანმცოდმენობისა და კულტურათშორისი კომუკიკაციის მაგისტრი
ORCID:0009-0002-4146-7777
salomemikadze1999@gmail.com
+995 597828877

აბსტრაქტი. საქართველოსა და საფრანგეთში მევენახეობა გაცილებით მეტია, ვიდრე უბრალო სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა, ის ორივე ქვეყნის კულტურული და ისტორიული იდენტობის განუყოფელი ნაწილია. სტატიაში ტრადიციული ქართული და ფრანგული მეღვინეობის პრაქტიკის შედარებითი კვლევაა წარმოდგენილი. განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილებულია ქართულ ქვევრზე და ფრანგულ - შატოს ღვინოზე. ტერუარის, კულტურული მემკვიდრეობის და იდენტობის კონსტრუქციის კონცეფციების ანალიზი და კვლევა ღვინოს წარმოაჩენს, როგორც ეროვნული იდენტობის ინსტრუმენტს. საქართველოში, ქვევრის მეღვინეობის ტრადიცია, რომელიც იუნესკოს მიერ არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობად არის აღიარებული, ანტიკური ისტორიის ნაწილია: ვაზი და ღვინო ცენტრალურ ადგილს იკავებს რელიგიურ, ეკონომიკურ და სოციალურ ცხოვრებაში. საფრანგეთში, ტერუარები და დიდი მეღვინეობის მამულები ხელს უწყობენ ეროვნული იდენტობის ჩამოყალიბებას, რომელიც დაფუძნებულია ხარისხზე, ექსპერტიზასა და ადგილობრივი ტერიტორიების პოპულარიზაციაზე. კვლევა ასევე ხაზს უსვამს განსხვავებებს იმასთან დაკავშირებით, თუ როგორ არის წარმოდგენილი ღვინის მემკვიდრეობა. საქართველო ღვინის სიძველეს, ოჯახურ ტრადიციასა და რიტუალებს ანიჭებს უპირატესობას, ხოლო საფრანგეთი უფრო დიდ ყურადღებას ამახვილებს ტერუარების იერარქიაზე, კლასიფიკაციებსა და Grand Crus („გრან კრუ“ უმაღლესი ხარისხის ღვინო) ღვინოების საერთაშორისო იმიჯზე. ამ განსხვავებების მიუხედავად, ორივე ქვეყანა აღიქვამს ღვინოს, როგორც ცოცხალ მემკვიდრეობას.

საკვანძო სიტყვები: *ეროვნული იდენტობა, ღვინო, საქართველო, საფრანგეთი.*

CC BY-ND 4.0

Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

შესავალი

ღვინოს განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს ევროპულ და კავკასიურ საზოგადოებაში. უძველესი დროიდანვე ღვინომ უდიდესი წვლილი შეიტანა კოლექტიური იდენტობის ჩამოყალიბებაში, როგორც სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტმა, კულტურულმა არტეფაქტმა, რელიგიურმა სიმბოლომ და სოციალური პრესტიჟის ელემენტმა. ღვინო როგორც ეროვნული იდენტობის სიმბოლო კარგად არის წარმოდგენილი ქართულ და ფრანგულ ეროვნულ მენტალიტეტსა და კულტურაში.

საქართველო წარმოჩენილია, როგორც მევენახეობის ისტორიული აკვანი. სამხრეთ კავკასიაში არქეოლოგიური აღმოჩენები მოწმობს ღვინის დაყენების პრაქტიკის არსებობას, რომელიც 8000 წელზე მეტ ხანს ითვლის (მაია მირველაშვილი, 2015). ქართულ კულტურაში ღვინო არ არის მხოლოდ სასმელი, ის წარმოადგენს რელიგიურ, ოჯახურ და ეროვნულ სიმბოლოს, რომელიც მჭიდროდ არის დაკავშირებული სოციალურ ტრადიციებთან. ქვევრი – დიდი მოცულობის თიხის ჭურჭელი, რომელიც გამოიყენება ღვინის შესანახად ამ კულტურის ერთ-ერთი ყველაზე ავთენტური ელემენტია.

საფრანგეთში ღვინო ასევე ფუნდამენტურ როლს ასრულებს ტერიტორიების რეგიონული იდენტობის განსაზღვრაში. ტერუარის კონცეფცია ფრანგული ღვინის კულტურის ცენტრალურ ნაწილად იქცა (Parizot, 2019). ბორდოს დიდი შატოები, ბურგუნდიის კლიმატი და შამპანის ვენახები ხელს უწყობენ ქვეყნის საერთაშორისო ცნობადობის ამაღლებას.

ორივე ქვეყანას მნიშვნელოვანი მსგავსება აქვს: ცოდნის თაობათაშორისი გადაცემა, მატერიალური და არამატერიალური მემკვიდრეობის დაფასება. ამ სტატიაში წარმოდგენილია თუ როგორ უწყობს ხელს ტრადიციული მეღვინეობის პრაქტიკა ეროვნული იდენტობის ჩამოყალიბებას და შენარჩუნებას საქართველოსა და საფრანგეთში.

თემის მიზანია გაანალიზოს, თუ როგორ აყალიბებს ტრადიციული მეღვინეობის პრაქტიკა ეროვნულ იდენტობას საქართველოსა და საფრანგეთში. უფრო კონკრეტულად კი, ქვევრის როლის შესწავლა ქართულ კულტურაში, შატოსა და ტერუარის მნიშვნელობის ანალიზი ფრანგულ მეღვინეობაში, ღვინის მემკვიდრეობის ფორმების შედარება ამ ორ ქვეყანას შორის.

გამოყენებული მეთოდები

ეს კვლევა ეფუძნება შედარებით და ინტერდისციპლინურ მიდგომას, რომელიც აერთიანებს ისტორიას, ენოლოგიურ კვლევებს, კულტურულ გეოგრაფიას. ანალიზი ძირითადად ეყრდნობა საქართველოსა და საფრანგეთში ღვინის კულტურისადმი მიძღვნილ სამეცნიერო ნაშრომებს, კერძოდ, მაია მირველაშვილისა და დავით მაღრაძის ნაშრომებს ვაზისა და ღვინის კულტურის შესახებ საქართველოში, ასევე ან კოლე-პარიზოსა და რაფაელ შირმერის კვლევას ფრანგული ტერუარისა და ღვინის იდენტობის შესახებ.

CC BY-ND 4.0

Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

შედეგები

კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ საქართველოში და საფრანგეთში ტრადიციული მეღვინეობის პრაქტიკა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ეროვნული იდენტობის ფორმირებასა და შენარჩუნებაში. საქართველოში ქვევრის მეღვინეობა არა მხოლოდ ღვინის წარმოების ტექნოლოგია, არამედ კულტურული, რელიგიური და ოჯახური მემკვიდრეობის მნიშვნელოვანი ნაწილია, რომელიც ქვეყნის ისტორიულ უწყვეტობასა და თვითმყოფადობას უსვამს ხაზს. საფრანგეთში კი ტერუარისა და შატოს კონცეფციები ეროვნული იდენტობის ჩამოყალიბებას უკავშირდება და გამოხატავს ადგილობრივი ტერიტორიების, ხარისხის, პროფესიული ცოდნისა და კულტურული პრესტიჟის მნიშვნელობას.

შედარებითმა ანალიზმა დაადასტურა, რომ მიუხედავად განსხვავებული ისტორიული და კულტურული კონტექსტისა, ორივე ქვეყანა ღვინოს აღიქვამს როგორც ცოცხალ მემკვიდრეობას და ეროვნული თვითწარმოდგენის მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს. ამასთან, საქართველო მეტ ყურადღებას ამახვილებს ღვინის სიძველეზე, რიტუალებსა და ოჯახურ ტრადიციებზე, ხოლო საფრანგეთი – ტერუარის სისტემაზე, კლასიფიკაციებსა და საერთაშორისო აღიარებაზე. შედეგად, კვლევამ დაადგინა, რომ ტრადიციული მეღვინეობის პრაქტიკები ორივე ქვეყანაში კულტურული მრავალფეროვნებისა და ეროვნული იდენტობის შენარჩუნების ეფექტიან მექანიზმს წარმოადგენს.

მსჯელობა: ღვინო, როგორც კულტურული და ისტორიული საფუძველი საქართველოში. საქართველოს ვაზისა და ღვინის მსოფლიო ისტორიაში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს. ღვინის მწარმოებელი მრავალი ქვეყნისგან განსხვავებით, რომელთა მეღვინეობის ტრადიცია უძველეს დროსა ან შუა საუკუნეებს უკავშირდება, ქართული ღვინის კულტურა გაცილებით ადრეულ პერიოდში იღებს სათავეს, რომელიც ნეოლითის ხანაში იწყება. შულავერისა და გადაჭრილი გორის რაიონებში ჩატარებულმა არქეოლოგიურმა კვლევამ გამოავლინა მეღვინეობის კვალი, რომელიც ძვ.წ VI ათასწლეულით თარიღდება (ლორთქიფანიძე, 2017). კულტივირებული ყურძნის წიპწებისა და ღვინის ნარჩენების შემცველი ჭურჭლის აღმოჩენა ამ ტრადიციის განსაკუთრებულ სიძველეზე მეტყველებს.

ამერიკელი ბიოქიმიკოსი და მკვლევარი პროფესორი პატრიკ მაკგოვენი ამ მონაცემებს მნიშვნელოვან მტკიცებულებად თვლიდა იმის დასადასტურებლად, რომ საქართველო მსოფლიოში მეღვინეობის წარმოშობის ადგილია. მტკვრის ხეობის ნეოლითური მოსახლეობა უკვე ფლობდა ღვინის შენახვის რთულ ტექნიკას, მათ შორის ჭურჭლის მცენარეული ფისებით დამუშავებას ფერმენტირებული სითხის სტაბილურობის გასაუმჯობესებლად (მაია მირველაშვილი, 2015). ამიტომაც ღვინის წარმოება არ იყო შემთხვევითი ფენომენი, ის წარმოადგენდა უძველეს პრაქტიკას, რომელიც ინტეგრირებული იყო სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობაში.

ღვინის მნიშვნელობა დასტურდება მოგვიანებით პერიოდშიც. მტკვარ-არაქსის კულტურაში (ძვ.წ. IV-III ათასწლეული) განვითარდა სოფლის მეურნეობა, რომელიც მოიცავდა მიწათმოქმედებას, მეცხოველეობასა და მევენახეობას. (მაია

CC BY-ND 4.0
Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

მირველაშვილი, 2015). კულტივირებული ყურძნის წიპწები აღმოჩენილია აღმოსავლეთ საქართველოში რამდენიმე ადგილას, რაც გვიჩვენებს იმას, რომ ვაზს ეკავა განსაკუთრებული ადგილი პროტოისტორიულ თემებში.

ადრე და შუა ბრინჯაოს ხანაში მევენეხეობა სოფლის მეურნეობის ეკონომიკის დამოუკიდებელ დარგად იქცა. თრიალეთის კულტურის მოსახლეობა უკვე მისდევდა დივერსიფიცირებულ სოფლის მეურნეობას, მათ შორის მევენახეობასა და მებაღეობას (მაია მირველაშვილი, 2015).

ძველი ბერძენი ავტორები, განსაკუთრებით ჰეროდოტე და სტრაბონი, კოლხეთს აღწერენ, როგორც რეგიონს, რომელიც აქტიურად მისდევდა მევენახეობას და მონაწილეობდა ფართო სავაჭრო ქსელებში, სადაც ღვინო ძირითადი საექსპორტო პროდუქტი იყო (მაია მირველაშვილი, 2015).

ეს ხანგრძლივი ისტორია ხსნის იმ ფაქტს, თუ რატომ განსაზღვრავს საქართველო საკუთარ თავს არა მხოლოდ ღვინის მწარმოებელ ქვეყანად, არამედ „მეღვინეობის ცივილიზაციად“. ვაზსა და ღვინოს ყოველთვის მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა ქართველი ხალხის მატერიალურ და რელიგიურ ცხოვრებაში. მიუხედავად მრავალი შემოსევისა, ეკონომიკური კრიზისებისა და პოლიტიკური არეულობისა მევენახეობის კულტურა გადარჩა თაობიდან თაობაზე გადაცემული ცოდნისა და გამოცდილების წყალობით.

ღვინო წარმოდგენილია ყველგან: რელიგიურ რიტუალებში, ოჯახურ დღესასწაულებსა და ქართული სტუმართმოყვარეობის ტრადიციებში. „სუფრა“ – ტრადიციული ნადიმი, რომელსაც თამადა ხელმძღვანელობს, შესანიშნავად ასახავს ღვინის ამ სოციალურ და სიმბოლურ განზომილებას.

ქვევრი: ცოცხალი მემკვიდრეობა. ქვევრი ქართული მეღვინეობის ტრადიციის ცენტრალური ელემენტია. ეს დიდი თიხის ჭურჭელი, რომელიც მიწაშია ჩაფლული, გამოიყენება ღვინის დუღილის, შენახვისა და დაძველებისათვის. მისი გამოყენება რამდენიმე ათასწლეულს ითვლის და თაობიდან თაობაზე გადაცემულ ცოდნაზეა დაფუძნებული. ჩამარხულ ჭურჭელში ბუნებრივი დუღილი ხელს უწყობს სტაბილური ტემპერატურის შენარჩუნებას და მინიმუმამდე ამცირებს ტექნიკური ჩარევის საჭიროებას.

ქვევრში ღვინის დაყენების ტრადიციული მეთოდი მნიშვნელოვნად განსხვავდება თანამედროვე დასავლური ტექნიკისაგან. მოსავლის აღების შემდეგ, ყურძენი იწურება და შემდეგ გადადის ქვევრში კანსა და წიპწებთან ერთად. დუღილი ხდება ბუნებრივად, ინტენსიური ტექნოლოგიური კონტროლის გარეშე. დუღილის დასრულების შემდეგ, ღვინო აგრძელებს დაძველებას იმავე ჭურჭელში რამდენიმე თვის განმავლობაში. ამ მეთოდით მიიღება ღვინოები, რომლებიც ხასიათდება ძლიერი ტანინური სტრუქტურითა და გამორჩეული ტექსტურით (ღვინის ეროვნული სააგენტო, თ. გ.).

2013 წელს, ქვევრში ღვინის დაყენების ტრადიციული ქართული მეთოდი იუნესკოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიაში შეიტანეს. ამ საერ-

CC BY-ND 4.0

Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

თაშორისო აღიარებამ განამტკიცა ღვინის, როგორც ეროვნული სიმბოლოს როლი (ღვინის ეროვნული სააგენტო, თ. გ.) .

ღვინის ინდუსტრიის გლობალიზაციისა და სტანდარტიზებული მეღვინეობის მოდელების დონიმირების ეპოქაში, საქართველო ქვევრის ტრადიციული მეთოდის გამოყენებით ხაზს უსვამს თავისი ღვინოების ავთენტურობას.

ქართული ღვინის როლი რელიგიაში. ვაზს განსაკუთრებული რელიგიური დატვირთვა აქვს ქართულ კულტურაში. წმ. ნინომ, საქართველოში ქრისტიანობის მქადაგებელმა და გამავრცელებელმა ვაზის ხის რტოსგან დამზადებული ჯვარი მცხეთაში შემობრძანების შემდეგ საკუთარი თმებით შეკრა. დღემდე, წმინდა ნინოს ჯვარი საქართველოს მართლმადიდებელი ეკლესიის ერთ-ერთი მთავარი სიმბოლოა (მაია მირველაშვილი, 2015).

ქრისტიანული რელიგიის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი საიდუმლო – ზიარება სეფისკვერის მირთმევასთან ერთად მონასტრის, ე.წ. „ზედაშის“ ღვინის შესმითაც ხორციელდება. საზედაშე ღვინო განსხვავდება ჩვეულებრივი ღვინოებისაგან, როგორც ტექნოლოგიური, ისე შინაარსობრივი მხრითაც. ესაა წითელი ღვინო და გამოიყენება საეკლესიო რიტუალების დროს. (ბარისაშვილი, 2025) ამიტომაც, ღვინო ქართულ მართლმადიდებლურ ტრადიციაში არ არის მხოლოდ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტი.

ღვინო ქართველთა სოციალურ ცხოვრებაშიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. ტრადიციული ქართული ნადიმის დროს, რომელიც იმართება ოჯახური, რელიგიური ან საზოგადოებრივი დღესასწაულების დროს ყოველთვის გვხვდება ღვინო. სუფრის ცენტრში გვევლინება თამადის ფიგურა, რომელიც პასუხისმგებელია სადღეგრძელოების წარმოთქმასა და დღესასწაულის ორგანიზებაზე (მაია მირველაშვილი, 2015).

ღვინისა და სტუმართმოყვარეობის ურთიერთქმედება მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ქართული იდენტობის ჩამოყალიბებაში. საქართველო იყენებს მეღვინეობის ხანგრძლივ ისტორიასა და ქვევრის უნიკალურ ტრადიციას, რათა საერთაშორისო ასპარეზზე თავისი კულტურული გამორჩეულობა და სიძველე დაამტკიცოს.

ამრიგად, საქართველოში ღვინო ეროვნული იდენტობისა და სულიერი მემკვიდრეობის შემადგენელი ნაწილია.

ტერუარი და შატო: ფრანგული ღვინის იდენტობის საფუძვლები. საფრანგეთში ღვინის იდენტობა დიდწილად ტერუარის ცნებას ეფუძნება. ეს კონცეფცია აერთიანებს გეოგრაფიულ, კლიმატურ და ადამიანურ მახასიათებლებს, რომლებიც ღვინოს უნიკალურ ხასიათს ანიჭებს. როგორც ენ კოლე-პარიზოტი აღნიშნავს, ტერუარი „იდენტობაა მითსა და რეალობას შორის“ და ფრანგული ღვინის დისკურსის ნამდვილ კულტურულ მარკერად იქცა (Parizot, 2019).

ისტორიულად, ტერმინი „ტერუარი“ ლათინური „territorium”- დან მომდინარეობს და თავდაპირველად რელიგიური ან ადმინისტრაციული ხელისუფლების მიერ გამოყოფილ სივრცეს აღნიშნავდა. თანდათანობით, ტერმინმა უფრო ფარ-

CC BY-ND 4.0
Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

თო მნიშვნელობა შეიძინა და მოიცავდა სოფლის რეგიონს, რომელიც ხასიათდება განსაკუთრებული სასოფლო-სამეურნეო თვისებებით, კერძოდ, ღვინის სექტორში. 1935 წელს კონტროლირებადი წარმოშობის ადგილმდებარეობის დასახელების (AOCs – Appellation d'Origine Controlée) შექმნით, ტერუარმა ინსტიტუციური განზომილება შეიძინა: ის დაუკავშირდა კონკრეტულ გეოგრაფიულ არეალს და ღვინის ხარისხს (Schirmer, 2012).

ამგვარად, ფრანგული ტერუარი ორმაგ განზომილებას ეფუძნება. ერთი მხრივ – კლიმატს, ნიადაგს და ყურძნის ჯიშებს. მეორე მხრივ – კულტივირების ტექნიკას, მეღვინეობის ტრადიციებისა და გამოცდილების (savoir-faire) გადაცემას. INAO - ს (წარმოშობისა და ხარისხის ფრანგული ეროვნული ინსტიტუტი) მიერ მიღებული განმარტების თანახმად, ტერუარი არის „კონკრეტული გეოგრაფიული არეალი, სადაც პროდუქტი თავის ორიგინალურობას უშუალოდ მისი წარმოშობის არეალის სპეციფიკური მახასიათებლებიდან იღებს" „ფიზიკურ და ბიოლოგიურ გარემოსა" და „ადამიანური ფაქტორების ერთობლიობას" შორის ურთიერთქმედების წყალობით (Institut National de l'Origine et de la Qualité, s.d.)

ამ ინფორმაციის გათვალისწინებით, ტერუარი ინდუსტრიალიზაციისა და გლობალიზაციის პირობებში იდენტობის შენარჩუნების ინსტრუმენტად გვევლინება. კოლე-პარიზოტი განმარტავს, რომ თანამედროვე მომხმარებლები ტერუარში ეძებენ ავთენტურობასა და ინდივიდუალურობას (Parizot, 2019). ამრიგად, ტერუარის ღვინო გემოვნების სტანდარტიზაციისა და საერთაშორისო წარმოების ჰომოგენიზაციის პასუხია.

შატოს ღვინო: პრესტიჟისა და მემკვიდრეობის სიმბოლო. შატოს ღვინო ფრანგულ მეღვინეობაში, განსაკუთრებით ბორდოს რეგიონში ცენტრალურ ადგილს იკავებს. ის გაცილებით მეტია, ვიდრე უბრალოდ მეურნეობა: ის სოციალურ პრესტიჟსა და ეროვნული მემკვიდრეობის სიმბოლოს წარმოადგენს.

შატოს ღვინის განვითარება საფრანგეთის ისტორიაში იღებს სათავეს. მე-18 საუკუნიდან დაწყებული, ბორდოს დიდი მამულები ევროპული ელიტისთვის აწარმოებდა ღვინოს. მე-19 საუკუნეში, 1855 წელს ბორდოს ღვინოების ოფიციალურმა კლასიფიკაციამ განასხვავა ერთმანეთისაგან გრან კრუსა და სხვა მწარმოებლების ღვინოები (Journal Ideal Wine, 2023).

შატოს ღვინო განასახიერებს ისტორიულ წარსულსა და ღვინის წარმოებას შორის კავშირს. ეს კავშირი დასტურდება იუნესკოს მიერ აღიარებულ ფრანგული ღვინის ლანდშაფტებში, როგორიაა ლუარის ველი ან ბურგუნდია (Lamantea, 2022)

შატო ხელს უწყობს ფრანგული პრესტიჟის საერთაშორისო დონეზე წარმოჩენას. მარკეტინგულ დისკურსში, შატოს ღვინო წარმოდგენილია, როგორც განსაკუთრებული სასმელი. ღვინის ეტიკეტები ხშირად იყენებენ ისტორიული მამულების გამოსახულებებს, რათა წარმოაჩინოს პროდუქტის კეთილშობილება და ავთენტურობა (VINATIS , n.d.)

შატო ასევე მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ღვინის ტურიზმის განვითარებაში. ღვინის მამულები ხშირად ვიზიტების, დეგუსტაციებისა და კულტურული გა-

CC BY-ND 4.0

Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

მოცდილების ადგილებად იქცევა. ეს ევოლუცია ღვინოს ტურისტულ და კულტურულ პროდუქტად აქცევს.

და ბოლოს, შატოს ღვინო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საფრანგეთის კულტურული „რბილი ძალის“ განმტკიცებაში. ფრანგული გრან კრუ ღვინოები ფუფუნებისა და დახვეწილობის საერთაშორისო სიმბოლოებად აღიქმება.

ღვინო და ფრანგული ეროვნული იდენტობა. ღვინო ფრანგული კულტურული იდენტობის ერთ-ერთი ყველაზე გამორჩეული ელემენტია. რაფაელ შირმერის თქმით, ფრანგული ღვინის ექსპორტი საფრანგეთის საერთაშორისო გავლენას მნიშვნელოვნად აძლიერებს. თუმცა, ღვინის როლი კომერციულ სფეროს სცილდება: ის გვევლინება ფრანგულ კულტურაში, გასტრონომიასა და კოლექტიურ წარმოსახვაში (Schirmer, 2012).

ღვინო ხშირად ასოცირდება ფრანგული ცხოვრების ხელოვნებასთან. ის თან ახლავს კერძებს, დღესასწაულებს, სოციალურ შეკრებებს. როლან ბარტმა ის დაახასიათა, როგორც ფრანგული საზოგადოების „ტოტემური სასმელი“. (Parizot, 2019)

გარდა ამისა, ღვინო მნიშვნელოვან დიპლომატიურ და სიმბოლურ როლს ასრულებს. ფრანგული ღვინოები ხშირად ოფიციალურ ცერემონიებზე და საერთაშორისო ღონისძიებებზე არის წარმოდგენილი. ისინი ხელს უწყობენ ფრანგულ კულტურასთან დაკავშირებული პრესტიჟის ამაღლებას.

თუმცა, ეს ღვინის იდენტობა რამდენიმე თანამედროვე გამოწვევის წინაშე დგას. გლობალიზაცია, ახალი სამყაროს ღვინოების კონკურენცია და ა.შ. შირმერი აღნიშნავს, რომ ფრანგული ვენახების ფართობი 1970-იანი წლებიდან მკვეთრად შემცირდა და ბევრი მამული ქრება (Schirmer, 2012).

ამ კრიზისის წინაშე ტერუარი წარმოადგენს ავთენტურობის წარმოჩენისა და რეგიონული იდენტობის შენარჩუნების გზას.

ქართული და ფრანგული მოდელების შედარება. მიუხედავად მრავალი ისტორიული და გეოგრაფიული განსხვავებებისა, საქართველოსა და საფრანგეთს ღვინის მიმართ ერთნაირი წარმოდგენები გააჩნია. ორივე ქვეყნის შემთხვევაში, მევენახეობა სცილდება სოფლის მეურნეობის სფეროს და ასრულებს ეკონომიკური პროდუქტისა და ცოცხალი მემკვიდრეობის ფუნქციას.

ფუნდამენტური მსგავსება მდგომარეობს ცოდნის თაობათაშორის გადაცემაში. ფრანგული და ქართული მეღვინეობის ტრადიციები ოჯახების გამოცდილებას ეფუძნება. საქართველოსთვის ღვინო წარმოადგენს კულტურულ მემკვიდრეობას, რომელიც ყოველდღიური ცხოვრების, დღესასწაულებისა და რიტუალების შემადგენელი ნაწილია.

საფრანგეთიც იმავე დამოკიდებულებით გამოირჩევა, თუმცა აქ ღვინის წარმოება უფრო ინსტიტუციონალიზებულია. ბევრი ფრანგული შატოს ღვინო კვლავ თაობათაშორის გადაცემულ ცოდნაზეა დამყარებული. ორივე ქვეყანაში, ოჯახების მნიშვნელობა განსაკუთრებული დატვირთვის მქონეა.

ღვინის წარმოებაში დიდი ადგილი უჭირავს ტერიტორიას. საფრანგეთის შემთხვევაში, ეს გამოიხატება ტერუარის ცნებით, რომელიც აერთიანებს კლიმატს,

CC BY-ND 4.0
Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

ნიადაგსა და ყურძნის ჯიშებს. პროდუქტის ხარისხი და ორიგინალობა პირდაპირაა დაკავშირებული სპეციფიკურ ადგილთან.

იმის მიუხედავად, რომ საქართველო ნაკლებად იყენებს ტერუარის დასავლურ ლექსიკას, სხვადასხვა ღვინის რეგიონებს – კახეთს, ქართლს, იმერეთს, რაჭა-ლეჩხუმსა და სამეგრელოს – გააჩნიათ სპეციფიკური ყურძნის ჯიშები, წარმოების კონკრეტული მეთოდები და განსხვავებული ისტორიული იდენტობა. ამგვარად, ორივე ქვეყანაში ღვინის გამიჯვნა შეუძლებელია ლანდშაფტის, კლიმატისა და ადგილობრივი ისტორიისაგან.

საქართველო და საფრანგეთი იყენებს ღვინოს, როგორც ეროვნული იდენტობის სიმბოლოს. საქართველოს შემთხვევაში იდენტობა ეფუძნება მეღვინეობის 8000 წლიან ისტორიას, ქვევრის ტრადიციას, ღვინოს, ქრისტიანობასა და სტუმართმოყვარეობას შორის კავშირს. რაც შეეხება საფრანგეთს, ეროვნული იდენტობა უფრო მეტად აგებულია ტერუარების პრესტიჟზე, გასტრონომიაზე, ცხოვრების ფრანგულ წესსა და დიდი ვენახების საერთაშორისო ცნობადობაზე. ამრიგად, ორივე ქვეყანაში ღვინო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ეროვნული იდენტობის მშენებლობასა და წარმოდგენაში.

დასკვნა

საქართველოსა და საფრანგეთს შორის შედარებითი კვლევა გვიჩვენებს, რომ ტრადიციული მეღვინეობის პრაქტიკა ფუნდამენტურ როლს ასრულებს ეროვნული იდენტობის ჩამოყალიბებაში. ქართული ქვევრი და ფრანგული შატო – ღვინის მემკვიდრეობის ორ განსხვავებულ, მაგრამ ურთიერთდაკავშირებულ მოდელს წარმოადგენს.

საქართველოში ღვინო რელიგიურ, ოჯახურ და ეროვნულ სიმბოლოს წარმოადგენს. საფრანგეთში ტერუარი და ლანდშაფტები საერთაშორისო პრესტიჟის საფუძველია. ორივე შემთხვევაში, ღვინო სცილდება თავის ეკონომიკურ ფუნქციას.

ამრიგად, გლობალიზაციის თანმდევი გამოწვევის წინაშე, მეღვინეობის ტრადიციები კულტურული მრავალფეროვნების შენარჩუნების აუცილებელი ელემენტია. ქვევრისა და ფრანგული ტერუარების საერთაშორისო წარმატება აჩვენებს, რომ ავთენტურობა და მემკვიდრეობა დღესდღეობით ღვინის ბაზარზე მთავარი ღირებულებებია.

გამოყენებული ლიტერატურა

Collet Parizot, A. 2019 : Collet Parizot, A Vin et terroir(s) : une identité entre mythe et réalité. Revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales, Vino Humanitas, Des usages du vin dans les sociétés, N° 29. https://shs.hal.science/halshs-03554799v1

CC BY-ND 4.0

Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026

Exposition 90 ans: Comprendre le lien entre terroir, paysage et identité du produit. Institut National de L'origine et de la Qualité. https://www.inao.gouv.fr/en/expo-90ans/10-terroir-landscape-identity-product

Lamantea 2022: Lamantea F. UNESCO Protected Wine Heritage in France. Winetourism.com. https://www.winetourism.com/unesco-protected-wine-heritage-france/

Journal Ideal Wine 2023: Pourquoi parle-t-on de château à Bordeaux et de domaine en Bourgogne ? (2023, 13 სექტემბერი). Journal Ideal Wine. https://www.idealwine.net/pourquoi-parle-t-on-de-chateau-a-bordeaux-et-de-domaine-en-bourgogne/

Schirmer 2012: Schirmer R. L'identité de la France à travers ses vins. La Géographie : terre des Hommes. 1544, 22-24. https://hal.science/hal-00767810v1

Vins de Bordeaux: 10 châteaux emblématiques à connaître. Vinatis. https://www.vinatis.com/blog-dix-chateaux-emblematiques-des-vins-de-bordeaux?srsltid=AfmBOoq99TJvcxEL3Tg9XPUvKMvvdn0wFXNa5GfXH08brvTNoA4qFrh3

ბარისაშვილი 2025: ბარისაშვილი, გზედაშეს კულტურა საქართველოში – საზედაშე ღვინის დაყენების წესი. აგროკავკასია, ქართული აგრარული ინტერნეტ გაზეთი, (2025, 8 სექტემბერი) https://agrokavkaz.ge/dargebi/mevenakheoba/zedashes-kultura-saqarthveloshi-sazedashe-ghvinis-daqhenebis-tsesi.html

ლორთქიფანიძე 2017: ლორთქიფანიძე, დ. საქართველო - ღვინის სამშობლო. National Geographic საქართველო. https://nationalgeographic.ge/story/saqartvelo-ghvinis-samshoblo/

მირველაშვილი, მ., მაღრაძე, დ. 2015: ვაზისა და ღვინის კულტურა საქართველოში. ღვინის ეროვნული სააგენტო. https://rustaveli.org.ge/res/docs/dad1b92de14d1203f1bf7cb6d11c6fa38aad7f46.pdf

ქვევრის ღვინო. ღვინის ეროვნული სააგენტო. https://wine.gov.ge/Ge/KvevriWine/Details/2

CC BY-ND 4.0

Journal DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541
Vol. DOI: 10.52340/PUTK.2233-3541.2026