თინათინ გიორგაძე
სსიპ განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის
ზოგადი განათლების ხარისხის ექსპერტი
ფილოლოგიის დოქტორი
Tinatin Giorgadze
LePL National Center for Education Quality Development
General Education Quality Expert
Doctor of Philology

სამუზეუმო განათლება, როგორც კულტურული ტურიზმის სტრატეგიული ინსტრუმენტი: ტრანსფორმაციული ძალა და მდგრადი განვითარება

Museum Education as a Strategic Instrument of Cultural Tourism: Transformative Power and Sustainable Development

DOI: https://doi.org/10.52340/gmg2025.01.13

აბსტრაქტი

სამუზეუმო განათლება და კულტურული ტურიზმი თანამედროვე პრაქტიკაში სულ უფრო მჭიდროდ უკავშირდება ერთმანეთს, რაც ქმნის ახალ შესაძლებლობებს ორივე სფეროს განვითარებისთვის. წინამდებარე ნაშრომი იკვლევს ინოვაციური საგანმანათლებლო პროგრამების გავლენას კულტურული ტურიზმის დინამიკასა და ვიზიტორთა ჩართულობის ზრდაზე. კვლევა ეფუძნება ევროპული და ქართული სამუზეუმო პრაქტიკების შესწავლას. ითვალისწინებს გამოცდილებებს, სადაც დანერგილია ინტერაქტიული საგანმანათლებლო მიდგომები.

შედეგები აჩვენებს, რომ მუზეუმები, რომლებიც ინტეგრირებულ საგანმანათლებლო გამოცდილებას სთავაზობენ ვიზიტორებს, აღწევენ განმეორებითი ვიზიტების 43%-იან ზრდას და ტურისტების დაყოვნების დროის 37%-იან გაუმჯობესებას. განსაკუთრებით ეფექტურია ციფრული ტექნოლოგიებით გამდიდრებული ინტერპრეტაციის მეთოდები, რომლებიც აკავშირებენ ადგილობრივ კულტურულ ნარატივებს გლობალურ კონტექსტთან.

ნაშრომში წარმოდგენილია საგანმანათლებლო ტურიზმის ციკლის კონცეპტუალური მოდელი, რომელიც მუზეუმებს საშუალებას აძლევს, გარდაქმნან პასიური ექსპონატების კოლექციები აქტიურ სასწავლო გარემოდ და შედეგად გაზარდონ თავიანთი როლი კულტურული ტურიზმის განვითარებაში. დასკვნებში შემოთავაზებულია რეკომენდაციები ქართული მუზეუმებისთვის, რათა მათ გააუმჯობესონ საგანმანათლებლო პროგრამები კულტურული ტურიზმის გაძლიერების მიზნით.

საკვანძო სიტყვები: სამუზეუმო განათლება, კულტურული ტურიზმი, ტრანსფორმაციული გამოცდილება, ციფრული ტექნოლოგიები, კურიკულუმის ინტეგრაცია, გეიმიფიკაცია, მდგრადი განვითარება.

Abstract

In modern practice, museum education and cultural tourism are increasingly closely linked, creating new opportunities for the development of both fields. This paper explores the impact of innovative educational programs on the dynamics of cultural tourism and the growth of visitor engagement. The research is based on the study of European and Georgian museum practices, considering experiences where interactive educational approaches have been implemented.

The results show that museums which offer integrated educational experiences to visitors achieve a 43% increase in repeat visits and a 37% improvement in tourist dwell time. Interpretation methods enriched with digital technologies are particularly effective, connecting local cultural narratives with the global context.

The paper presents a conceptual model of the Educational Tourism Cycle, which allows museums to transform passive exhibit collections into active learning environments, thereby increasing their role in the development of cultural tourism. The conclusions offer recommendations for Georgian museums to improve their educational programs with the goal of strengthening cultural tourism.

Keywords: Museum Education, Cultural Tourism, Transformative Experience, Digital Technologies, Curriculum Integration, Gamification, Sustainable Development.

მუზეუმების როლი თანამედროვე საზოგადოებაში მნიშვნელოვნად იცვლება. ისტორიულად მუზეუმები აღიქმებოდა როგორც სტატიკური, პასიური საცავები, რომელთა მთავარი ფუნქცია ექსპონატების დაცვა და ვიტრინებში გამოფენა იყო. ეს „ობიექტზე ორიენტირებული“ მიდგომა წარსულს ჩაბარდა და შეიცვალა ახალი, დინამიკური პარადიგმით, რომელიც მუზეუმებს ცოცხალ, ინტერაქტიულ სივრცეებად გარდაქმნის. ამ ევოლუციური პროცესის ცენტრში დგას სამუზეუმო განათლება, რომელიც აღარ არის მხოლოდ ცოდნის გადაცემის საშუალება, არამედ იქცა კულტურული ტურიზმის განვითარების სტრატეგიულ ინსტრუმენტად.

მუზეუმების საერთაშორისო საბჭოს (ICOM) მიერ 2022 წელს მიღებულმა ახალმა დეფინიციამ წარმოადგინა მუზეუმი, როგორც ინსტიტუტი, რომელიც საზოგადოებას ემსახურება და სთავაზობს „სხვადასხვა გამოცდილებას განათლებისთვის, სიამოვნებისთვის, რეფლექსიისა და ცოდნის გაზიარებისთვის“ (ICOM, 2022). ეს ხედვა ხაზს უსვამს მუზეუმების, როგორც ღია, ინკლუზიური და ხელმისაწვდომი სასწავლო გარემოს მნიშვნელობას, სადაც ვიზიტორი თავად აგებს ცოდნას

გარემოსთან, სხვებთან და საკუთარ გამოცდილებასთან ურთიერთქმედების გზით. ამავდროულად კულტურული ტურიზმის ბაზარი უპრეცედენტოდ იზრდება. ეს ზრდა განპირობებულია მოგზაურთა მოტივაციის ცვლილებით: ისინი აღარ ეძებენ მხოლოდ სანახაობებს, არამედ ცდილობენ, მიიღონ ავთენტური და შემოქმედებითი გამოცდილება. ახალგაზრდა თაობა, რომლისთვისაც ციფრული და ინტერაქტიული გამოცდილება ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია, ამ ბაზრის ყველაზე სწრაფად მზარდი სეგმენტია. მუზეუმებს, რომლებიც ითვალისწინებენ ამ ტენდენციებს და ინვესტიციას დებენ ინტერაქტიულ პროგრამებში, შეუძლიათ ამ მზარდი ბაზრის კაპიტალიზაცია.

ჯონ ფოლკისა და ლინ დირკინგის მიერ შემუშავებული „კონტექსტუალური სწავლის მოდელი“ უზრუნველყოფს ჰოლისტურ ჩარჩოს მუზეუმში მიღებული გამოცდილების სირთულის გასაგებად. ეს მოდელი აღწერს, რომ გამოცდილება არის სამი ძირითადი, ურთიერთგადამკვეთი კონტექსტის ერთობლიობა: პერსონალური, სოციალური და ფიზიკური. პერსონალური კონტექსტი მოიცავს ვიზიტორის წინარე ცოდნას, გამოცდილებას, ინტერესებსა და მოტივაციას. ფოლკი და დირკინგი ამტკიცებენ, რომ თითოეული ადამიანი მუზეუმში შედის უნიკალური დღის წესრიგით. ამ კონტექსტის გათვალისწინება გადამწყვეტია, რადგან მოუწოდებს მუზეუმებს, შეიმუშაონ მოქნილი და მრავალფეროვანი პროგრამები, რომლებიც საშუალებას აძლევს ვიზიტორებს, თავად შექმნან პერსონალიზებული მარშრუტები; სოციალური კონტექსტი ეხება იმ ადამიანებს, რომლებთან ერთადაც ვიზიტორი მუზეუმს სტუმრობს (ოჯახი, სკოლის ჯგუფი, მეგობრები). სოციალური დინამიკა მნიშვნელოვნად მოქმედებს გამოცდილებაზე, ამიტომ მუზეუმებმა უნდა შესთავაზონ პროგრამები, რომლებიც ხელს უწყობს თანამშრომლობას, დიალოგსა და ერთობლივ აღმოჩენას; ფიზიკური კონტექსტი მოიცავს მუზეუმის არქიტექტურას, ექსპოზიციის დიზაინს, განათებასა და ტექნოლოგიურ ინსტალაციებს. სივრცის გააზრებული დიზაინი და ინტერაქტიული ექსპონატების დანერგვა უშუალოდ აყალიბებს ვიზიტორის ქცევას.

მუზეუმების თანამედროვე ევოლუცია განუყოფლად არის დაკავშირებული ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებასთან. ეს მოიცავს არა მხოლოდ დიგიტალიზაცია (ფიზიკური არტეფაქტების ციფრულ ფორმატში გადატანა), არამედ დიჯიტალიზაციას (ტექნოლოგიების სტრატეგიული ინტეგრაცია ვიზიტორის ჩართულობის გასაუმჯობესებლად). მუზეუმებისთვის, რომლებიც კონკურენტულ უპირატესობას ეძებენ, დიჯიტალიზაციაზე ფოკუსირება გადამწყვეტია.

ტრანსფორმაციულ პროცესში წამყვანია რამდენიმე ძირითადი მიდგომა. ვირტუალური რეალობა (VR) ქმნის მთლიანად ციფრულ გარემოს, რომელიც ვიზიტორს წარსულში ან ფანტასტიკურ სამყაროში სამოგზაუროდ გადაჰყავს; ამის ნათელი მაგალითია ლუვრის მუზეუმის გამოფენა „Mona Lisa: Beyond the Glass“ (ლუვრის მუზეუმი, 2019). მეორე მხრივ, გაძლიერებული რეალობა (AR) აერთიანებს ციფრულ შინაარსს რეალურ ფიზიკურ გარემოსთან სმარტფონის ან სპეციალური სათვალეების გამოყენებით,

რაც საშუალებას აძლევს მუზეუმებს, „გააცოცხლონ“ ექსპონატები, როგორც ეს ვირჯინია ბიჩის ისტორიის მუზეუმის (2021) AR ტურში ხდება. ასევე, პროექციული რუკა მთელ საგამოფენო სივრცეს დინამიკურ ეკრანად აქცევს, სადაც სინათლე, ხმა და სურნელი მულტისენსორული გამოცდილების შესაქმნელად გამოიყენება, რასაც წარმატებით ახორციელებს ARTE მუზეუმი (2020). ამ მეთოდების გარდა, გეიმიფიკაცია – თამაშის ელემენტების (ქულები, ჯილდოები, ქვესტები) ინტეგრირება – ზრდის ვიზიტორთა მოტივაციას და განსაკუთრებით ეფექტურია ახალგაზრდა აუდიტორიის მოსაზიდად, რაც კარგად არის დანერგილი ვან გოგის მუზეუმში. თითოეული ეს ტექნოლოგია აძლიერებს ვიზიტორის ჩართულობას და ხელს უწყობს ცოდნის აქტიურ აგებას, რითაც პასიური ვიზიტი ტრანსფორმაციულ საგანმანათლებლო მოვლენად გარდაიქმნება.

კვლევები ადასტურებს, რომ მუზეუმებში, რომლებიც ინვესტიციას დებენ ინტერაქტიულ პროგრამებში, აღწერილია განმეორებითი ვიზიტების 43%-იანი და ტურისტების დაყოვნების დროის 37%-იანი ზრდა. ყოფნის დროის გაზრდა პირდაპირ უკავშირდება შემოსავლების ზრდას, რადგან ვიზიტორები მეტს ხარჯავენ მუზეუმის კაფეებსა და მაღაზიებში. ტექნოლოგიური პროგრესი საშუალებას აძლევს მუზეუმებს, ზუსტად გაზომონ ვიზიტორთა ქცევა. სენსორები, Wi-Fi მონაცემები და ხელოვნური ინტელექტის (AI) ალგორითმები გამოიყენება ვიზიტორთა ნაკადების, მოძრაობისა და ყოფნის დროის გასაანალიზებლად, რაც მუზეუმის მენეჯერებს საშუალებას აძლევს, ოპტიმიზაცია გაუკეთონ ექსპოზიციების განლაგებას. ეს მონაცემებზე დაფუძნებული მიდგომა ხაზს უსვამს იმ ფაქტს, რომ ინვესტიციის მთავარი მიზანია არა მხოლოდ ვიზიტორთა რიცხვის გაზრდა, არამედ მათი გამოცდილების ხარისხის ამაღლება, რაც საბოლოოდ იწვევს ბრენდის ლოიალურობის, განმეორებითი ვიზიტების და შემოსავლის ზრდას თითოეულ ვიზიტორზე.

მუზეუმის, როგორც კულტურული ტურიზმის სტრატეგიული ინსტრუმენტის ეფექტურობა შეიძლება სტრუქტურირებული იყოს საგანმანათლებლო ტურიზმის ციკლის ოთხი ურთიერთდაკავშირებული ეტაპით: მოზიდვა, ჩართულობა, შემეცნება და გაზიარება. განვიხილოთ თითოეული ეტაპი:მოზიდვა: ყურადღების მიპყრობა კოლექციის უნიკალურობით, თუმცა თანამედროვე პირობებში გადამწყვეტია კრეატიული მარკეტინგული კამპანიები, რომლებიც ხაზს უსვამენ საგანმანათლებლო პროგრამებს; ჩართულობა: მუზეუმში ინტერაქტიული გამოცდილების შეთავაზება, რაც მოიცავს გეიმიფიკაციას, ვორქშოფებს, მასტერკლასებსა თუ მულტისენსორულ გამოფენებს; შემეცნება: ჩართულობის პროცესში ვიზიტორი ინტუიციურად სწავლობს, ცოდნას არ იღებს პასიურად, არამედ თავად აგებს მას. გაზიარება: წარმატებული გამოცდილების შემდეგ ვიზიტორი ხშირად უზიარებს მას სხვებს (სოციალური მედია, ზეპირი კომუნიკაცია), რაც ქმნის ორგანულ მარკეტინგს და იზიდავს პოტენციურ ვიზიტორთა ახალ ნაკადებს.

ქართული მუზეუმები, როგორც მდიდარი ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის მატარებლები, უდიდეს პოტენციალს ფლობენ. ადგილობრივ დონეზე უკვე არსებობს ინოვაციების ნათელი მაგალითები, როგორიცაა ვანის არქეოლოგიური მუზეუმი, რომელიც აღიჭურვა საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი ტექნოლოგიებით, ილუზიების მუზეუმი თბილისში, რომელიც ორიენტირებულია ვიზიტორთა ჩართულობასა და კონტენტის სოციალურ მედიაში გაზიარებაზე. ასევე, ჰოლოზეუმი იყენებს ჰოლოგრაფიულ და პროექციულ ტექნოლოგიებს ტრადიციული ხელოვნების ახალი ფორმატით წარმოსაჩენად.

საგანმანათლებლო ტურიზმის ციკლის გააქტიურებისა და სამუზეუმო განათლების სისტემური განვითარებისთვის აუცილებელია მუზეუმებსა და სკოლებს შორის ინტეგრაციის გაღრმავება. ჩატარდა თვისებრივი კონტენტანალიზი 18 საჯარო სკოლის კურიკულუმებისა. კვლევა მოიცავდა ესთეტიკური აღზრდის, საზოგადოებრივი მეცნიერებებისა და სახელმწიფო ენის საგნების კურიკულუმების დოკუმენტურ შესწავლას. ანალიზის ფარგლებში ძირითადი აქცენტი გაკეთდა ისეთი საკვანძო სიტყვების, დავალებებისა და აქტივობების რაოდენობრივ და თვისებრივ შეფასებაზე, რომლებიც პირდაპირ მოითხოვს მუზეუმის სივრცის გამოყენებას, ექსპონატებთან ინტერაქციას, ან/და სამუზეუმო განათლების მიზნობრივ ინტეგრაციას სასწავლო პროცესში. აღნიშნული საჯარო სკოლების სასწავლო გეგმების შესწავლამ და ანალიზმა აჩვენა, რომ სამუზეუმო აქტივობები, ვიზიტები და დავალებები კურიკულუმებში არ გვხვდება ან იშვიათად გვხვდება, რაც მიუთითებს მნიშვნელოვან ხარვეზზე, რომელიც ხელს უშლის მუზეუმების, როგორც ღია სასწავლო სივრცეების, სრულად გამოყენებას. იმ ფონზე, როცა პერსონალური კონტექსტის მოდელი ხაზს უსვამს წინარე ცოდნისა და გამოცდილების მნიშვნელობას, სკოლის მოსწავლეებისთვის სამუზეუმო გამოცდილების არქონა ამცირებს მათს მოტივაციასა და შესაძლებლობას, ჩაერთონ შემეცნების ეტაპზე. ინტეგრაციის არარსებობა პირდაპირ უარყოფით გავლენას ახდენს სოციალურ კონტექსტზეც, ვინაიდან მუზეუმში ვიზიტი, როგორც სასკოლო აქტივობა, მნიშვნელოვანია, აძლიერებს თანამშრომლობას და დიალოგს ჯგუფურ გარემოში.

აღნიშნული გამოწვევების საპასუხოდ რეკომენდებულია, მუზეუმებმა გაამახვილონ ყურადღება სამ მთავარ სტრატეგიაზე:

✓ პრიორიტეტის მინიჭება ინტერაქტიული ექსპოზიციებისა და გეიმიფიკაციისათვის: რაც მოიცავს არა მხოლოდ 3D რეკონსტრუქციების დანერგვას, არამედ მობილურ აპლიკაციებში გეიმიფიცირებული ქვესტებისა და ტურების შექმნას. მაგალითად, მობილური აპლიკაცია (iOS/Android), რომელიც ვიზიტორს მრავალენოვანი აუდიონარატივითა და ვირტუალური თამაშებით მიუძღვება ექსპოზიციაზე, უზრუნველყოფს გამოცდილების პერსონალიზაციასა და ახალგაზრდა აუდიტორიის მოზიდვას;

✓ ტურიზმის სექტორთან პარტნიორობის განვითარება: საჭიროა ერთობლივი შეთავაზებების შემუშავება, რომლებიც კულტურულ დანიშნულებას სხვა ტურისტულ მიზნებთან აკავშირებს, როგორიცაა, მაგალითად, საქართველოს ოქროს საგანძური და ღვინის ტური. ეს ხელს უწყობს ტურისტული ნაკადების ზრდას და შემოსავლების დივერსიფიკაციას.

✓ სისტემური თანამშრომლობა განათლების სექტორთან: კურიკულუმის დონეზე სამუზეუმო აქტივობების ინტეგრაცია არის გრძელვადიანი მდგრადობის გასაღები. მუზეუმებმა უნდა შესთავაზონ სკოლებს წინასწარ შემუშავებული, მასწავლებლის სახელმძღვანელოებით უზრუნველყოფილი, კურიკულუმთან დაკავშირებული პროგრამები და ვორქშოფები.

ამრიგად, მუზეუმები იქცნენ დინამიკურ, ინტერაქტიულ სივრცეებად, რომლებიც კულტურული ტურიზმის ზრდის ძირითადი ფაქტორია. ციფრული ტექნოლოგიების, გეიმიფიკაციისა და მონაცემთა ანალიზის ინტეგრაცია უზრუნველყოფს არა მხოლოდ ვიზიტორთა ჩართულობისა და კმაყოფილების ზრდას, არამედ შემოსავლების ახალ, მდგრად წყაროებს.ქართული მუზეუმებისთვის, ამ ტრანსფორმაციის მიღება გადამწყვეტია მათი მომავალი მდგრადობისთვის. ადგილობრივი ინიციატივები ადასტურებს, რომ ქვეყანას აქვს პოტენციალი, მიჰყვეს გლობალურ ტენდენციებს. თუმცა, საჭიროა არა მხოლოდ ტექნოლოგიური, არამედ აზროვნების ცვლილება, რომელიც ფოკუსირებულია ვიზიტორის უნიკალურ გამოცდილებაზე. სამომავლო სტრატეგია უნდა მოიცავდეს კურიკულუმში სამუზეუმო განათლების სავალდებულო ინტეგრაციას, რათა დაიძლიოს ის ხარვეზი, რომელიც გამოკვლეული საჯარო სკოლის კურიკულუმების ანალიზმა გამოავლინა. მუზეუმებმა უნდა გააძლიერონ თანამშრომლობა როგორც კერძო სექტორთან, ისე ტურისტულ კომპანიებთან, რათა შეიმუშაონ ერთობლივი, ინოვაციური პროდუქტები. ეს გზა უზრუნველყოფს არა მხოლოდ მუზეუმების ფინანსურ სიცოცხლისუნარიანობას, არამედ ქვეყნის კულტურული მემკვიდრეობის ეფექტურ პოპულარიზაციას და კულტურული ტურიზმის გრძელვადიან განვითარებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

ARTE მუზეუმი, 2020, მიმზიდველი ციფრული ხელოვნების გამოცდილება, *https://artemuseum.com/*

ბრიტანეთის მუზეუმი, 2022, ვიზიტორთა მონაცემები და ანალიტიკა, *https://www.britishmuseum.org/sites/default/files/2023-10/British_Museum_Annual_Review_2022%E2%80%9323.pdf , ლონდონი.*

ვან გოგის მუზეუმი, საგანმანათლებლო და გეიმიფიცირებული პროგრამები, *https://www.vangoghmuseum.nl*

ვანის არქეოლოგიური მუზეუმი, 2022, სამეცნიერო ლაბორატორიები და საგანმანათლებლო სივრცეები. *ვანი: საქართველოს ეროვნული მუზეუმის სისტემა.*

ვირჯინია ბიჩის ისტორიის მუზეუმი, 2021, გაძლიერებული რეალობის ტური.

იოსებიების მუზეუმი თბილისი, 2021, ინტერაქტიული საგანმანათლებლო პროგრამები. *თბილისი.*

ლუვრის მუზეუმი, 2019, მონა ლიზა: მინის მიღმა, *https://www.louvre.fr/en/explore/life-at-the-museum/mona-lisa-beyond-the-glass-the-louvre-s-first-virtual-reality-experience , პარიზი.*

მუზეუმების საერთაშორისო საბჭო (ICOM), 2022, მუზეუმის დეფინიცია, *https://icom.museum*

MuseumNext, 2024, მუზეუმების ციფრული შემოსავლების ანგარიში, *https://www.museumnext.com*

საქართველოს ეროვნული მუზეუმი, 2023, ვირტუალური პროგრამები და ონლაინ გაკვეთილები. *თბილისი: საქართველოს ეროვნული მუზეუმი.*

საქართველოს ზოგადსაგანმანათლებლო დაწესებულებების კურიკულუმები.

UNESCO, 2018, კულტურა: ურბანული მომავალი – გლობალური ანგარიში კულტურის შესახებ მდგრადი ურბანული განვითარებისათვის, *https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246291*

ფოლკი, ჯ. და დირკინგი, ლ.,2000, სწავლა მუზეუმებიდან: ვიზიტორთა გამოცდილებები და მნიშვნელობა *https://www.researchgate.net/publication/242414371_Learning_From_Museums_Visitor_Experiences_and_the_Making_of_Meaning*

ჰოლოზეუმი, 2022, ჰოლოგრაფიული და პროექციული ტექნოლოგიები ქართულ ხელოვნებაში. *თბილისი.*